

# **SISÄLTÖTUOTANTO** **- työryhmän väliraportti 5**

## **Televisiotuotanto digitalisoinnin aikakaudella -tutkijapuheenvuoro digitelevisiosta**

*isbn: 952-442-415-0*

*issn: 0359-761X*

*julkaisupäivä 8.4.2002*

**10:2002**

**OPETUSMINISTEIÖN TYÖRYHMIEN MUISTIOITA**  
*Promemorior av undervisningsministeriets arbetsgrupper*

## LUKIJALLE

Keskustelua digitaalisesta kulttuurista käydään monin termein. Niillä pyritään hakemaan hyviä työkaluja ja oikeita elementtejä tietoyhteiskunnan rakentamisessa. Yksi ajankohtaisista esimerkeistä pyrkimyksessä löytää hyviä toimintatapoja on digitelevisio ja siihen liittyvät toiveet ja pettymykset. Tavoite on liukunut useita vuosia eteenpäin siitä, mihin alun perin tähdättiin. Digitelevision kehittämistyö onkin osoittanut, kuinka tärkeää on tekniikan ja sisältöjen yhteinen ja yhtäaikainen kehittäminen. Parhaimmillaan digi-tv:ssa toteutuvat korkeatasoiset sisällöt huipputeknologiaa käyttävässä ympäristössä.

Monikanavaisessa sisällöntuotannossa on kuluttaja käyttäjänä todellinen kuningas/kuningatar. Sisältö on yhä enemmän käyttäjän asia: käyttäjä lopulta määrittelee, mikä sisältö on hänelle arvokasta ja mielekästä, mikä sitä ei ole. Käyttäjän kannalta hyödyllistä on mahdollisimman laaja mediamenü, josta hän voi valita itselleen ja ikäkaudelleen sopivan mediasisällön tilannekohtaisesti varioiden. Digitaidot ovatkin tietoyhteiskunnan keskeisiä kansalaistaitoja.

Tuottajan kyvyt joutuvat yhtä lailla koetukselle monimediaisessa ympäristössä. Audiovisuaalisen alan ja uusmedia-alan ammattilaisille tarjoutuu nyt entistä enemmän mahdollisuuksia yhteistyöhön. Luovat ja innovatiiviset tuotannot monikanavaisessa sisällöntuotannossa syntyvätkin nimenomaisesti taiteellisen, teknologisen ja taloudellisen luovuuden yhteisponnistuksena.

Opetusministeriön koordinoima sisältötuotantotyöryhmä tarjoaa tässä tietoyhteiskunnan rakentajille yhden puheenvuoron. Raportti ei ole työryhmän kannanotto digitelevisioon vaan kahden tutkijan omakohtainen näkemys ko. alueesta yhteisten keskustelujen virittämiseksi.

---

Sisältötuotantotyöryhmän puheenjohtajana on kulttuuriministeri Suvi Lindén. Työryhmän jäsenet, toiminnan painopisteet ja vaihtuvaa hankkeeseen liittyvää tietoa löytyy verkkosivulta <http://www.minedu.fi/opm/hankkeet/sisu/index.html> Linkki tämän raportin sähköiseen versioon on sivulla <http://www.minedu.fi/julkaisut/julkaisusarjat/tyoryhmamuistiot.html>

Opetusministeriön sisältötuotantotyöryhmän ensimmäisessä väliraportissa (6:2001) kartoitettiin alueellisen sisältötuotannon mahdollisuuksia ja toisessa väliraportissa (14:2001) sisältötuotannon arvoketjun rahoitusta. Kolmas väliraportti (18:2001) esittelee yhden tutkimuksen näkökulmasta sisältötuotantoalan osaamistarveskenaariota. Neljännessä väliraportissa (27:2001) tarkennetaan aikaisemmin esitettyä toimenpideohjelmää ja luodaan katsaus tehtyihin toimenpiteisiin.

Ritva-Sini Härkönen  
opetusneuvos KT  
sisältötuotantotyöryhmän sihteeri

Tanja Sihvonen ja Juha Wakonen

**Televisiotuotanto digitalisoinnin aikakaudella**

Tanja Sihvonen, [tansih@utu.fi](mailto:tansih@utu.fi) (Turun yliopisto, mediatutkimus)

Juha Wakonen, [jualwa@utu.fi](mailto:jualwa@utu.fi) (Turun yliopisto, mediatutkimus)

# Sisällys

|   |    |
|---|----|
| 1. Johdanto.....  | 3  |
| 2. Selvityksen tavoitteet ja toteutus.....                              | 7  |
| 3. Yleiskatsaus suomalaiseen televisiotoimialaan.....                   | 13 |
| 3.1. Televisiotoimialan muotoutuminen: historiallinen perspektiivi..... | 16 |
| 3.2. Nykytila ja odotukset tulevaisuudelta.....                         | 21 |
| 4. Uusmedia-alan kehitys ja sidokset televisiotoimialaan.....           | 27 |
| 5. Digitaalinen televisio Suomessa.....                                 | 33 |
| 5.1. Miksi digitaalinen televisio?.....                                 | 38 |
| 5.2. Digitaalinen televisio ja internet.....                            | 40 |
| 5.3. Lupaus vuorovaikutuksen lisääntymisestä.....                       | 42 |
| 5.4. Interaktion eri tasot.....   | 47 |
| 6. Audiovisuaalisen tuotannon muutokset digitalisoitumisen myötä.....   | 52 |
| 6.1. Katsaus media-alan koulutukseen.....                               | 54 |
| 6.2. Muutokset televisiotuotannossa.....                                | 60 |
| 6.3. Uuden tuotantokulttuurin haasteet koulutukselle.....               | 68 |
| 7. Yhteenveto ja selvityksen tulokset.....                              | 73 |
| 8. Tiivistelmä.....   | 78 |
| 9. Lähteet.....   | 79 |

# 1. Johdanto

Suomi aloitti pitkän valmistelun tuloksena digitaaliset televisiolähetykset elokuun 27. päivänä vuonna 2001. Uuteen signaalinsiirron tekniikkaan on asetettu suuria toiveita ja odotuksia. Ohjelmatuntien määrä lisääntyy kanavien määrän kasvaessa, mutta tuotantoon käytettävien varojen määrä ei kuitenkaan automaattisesti kasva. Koko media-alan muutosherkässä tilanteessa viestintäpoliittisella päätöksenteolla on viime vuosien aikana ollut suuri merkitys.

Nyt, vuoden 2002 alussa, katsottaessa edelliseen vuoteen näyttää siltä, että siirtyminen digitaalisiin televisiolähetysiin on aiheuttanut muutoksia televisio-ohjelmien tuotantotavoissa ja audiovisuaalisen alan ammattilaisten työnkuissa. Digitalisoituminen asettaa uusia haasteita tuotantoprosesseille, kun sekä kokeneiden ammattilaisten että sellaisiksi tähtäävien on kyettävä hyödyntämään uutta teknologista koneistoa uudentyyppisissä tuotannon tavoissa. Näin esimerkiksi itse juttuja kuvaavan ja leikkaavan toimittajan on hallittava paitsi asiasisältö ja sen tallentamisen tekninen puoli, myös audiovisuaalisen kerronnan perusteet, rytmi ja konventiot. Aikaisemmin media-alan työnkuvat ovat olleet varsin eriytyneitä. Osaltaan digitaaliseen televisioon siirtyminen merkitsee vuosikymmenten aikana muotoutuneiden ja vakiintuneiden työnkuvien muuttumista, toisiinsa yhdistymistä tai jopa kokonaista karsiutumista.

Varsinainen televisiotuotannon tekniikka on digitalisoitu jo viime vuosikymmenen kuluessa. Nyt tapahtuva muutos koskee siis ennen kaikkea lähetysverkon ja vastaanottopään digitalisointia. Vaikkakin välillisesti, muutos tuntuu myös monissa television katsomisen ja käyttämisen tavoissa. Kiristynyt kilpailutilanne ja kansainvälisen tason muutokset pakottavat televisioyhtiöt ja ohjelmatuottajat ottamaan katsojat ja muut sidosryhmät entistä enemmän huomioon. Näin digitalisoitumiskehitys ei ole voinut olla vaikuttamatta myös televisio-ohjelmien kerronnallisiin ja esteettisiin konventioihin sekä lajityyppien ja formaattien jatkuvaan kehittämiseen. Kiinnostavalla tavalla tämä kehitys näkyy erityisesti niin sanottujen marginaalikanavien ohjelmistossa.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> "Marginaalikanavilla" tarkoitetaan tässä yhteydessä esimerkiksi kaapeliverkon kautta lähetettäviä Subtv:tä ja Moontv:tä sekä paikallisia televisiokanavia.

Televisiotutkijana tunnetuksi tulleen Veijo Hietalan mukaan televisiokerronta eroaa olennaisella tavalla esimerkiksi elokuvakerronnan lajeista. Sen audiovisuaalinen ilmaisu on sanan varsinaisessa merkityksessä *kerronnallista*, sillä television ”puhuvat päät” suuntaavat sanansa katsojalle joko suoraan tai epäsuorasti. Keskeisin televisiokerronnan inhimillinen komponentti on televisiotoiminnan alusta asti ollut kuuluttaja, joka pehmentää kontaktia teknisen välineen ja yleisön välillä. Televisiokuuluttaja puhuttelee katsojaa suoraan ja myös ohjelmat tuntuvat olevan kerronnallisesti hänelle alisteisia.<sup>2</sup>

Suomen suosituin ohjelma on jo vuosikymmenten ajan ollut *Uutiset*. Uutiset ovatkin yksi esimerkki perinteisen televisiokerronnan kulminoitumista, sillä ne ovat jo vuosikymmenten ajan tuoneet televisioesiintyjät (”uutisankkurit”) suoraan puhutteluyhteyteen suhteessa katsojaan. Näin ne ovat reaaliaikaisia ja hierarkkisesti samalla tasolla katsojan kanssa. Televisiokuuluttajat, juontajat ja ankkurit ovat lähes ainoita televisio-ohjelmissa esiintyviä henkilöitä, joilla on oikeus puhutella katsojaa suorassa minä–sinä-suhteessa. Muut televisiossa esiintyvät henkilöt joutuvat puhuttelemaan katsojaa ikään kuin välikäden kautta: esimerkiksi haastateltavat katsovat kamerasta ”sivuun”, kameran vieressä seisovaan toimittajaan.<sup>3</sup>

Kuuluttajaa voisivat uuden, digitaalisen televisioestetiikan aikakaudella vastata esimerkiksi juontajat, ohjelmien ”isännät” tai ”emännät” sekä uudenlaisissa kokeiluohjelmissa, esimerkiksi *chat show*'ssa näkyvät ”hostit” ja ”ruutukasvot”. Heidän tarkoituksensa on toimia linkkinä televisiomaailman ja katsojien oman arkikokemuksen välillä. Uusissa ohjelmatyypeissä katsojien aktivointi ja vuorovaikutus ovat tulevaisuudessa entistä keskeisemmässä osassa. Juontajan tehtäväksi tulee katsojien sitominen televisio-ohjelman toimintaan niin, että katsojat tuntevat sen myös omaksi toiminnakseen. Kuten Hietala toteaa, ”[s]uoralla puhuttelulla on tärkeä ideologinen merkitys, sillä se pyrkii luomaan tv-yleisön kanssa yhteisen todellisuuden ja metatason, jolla katsojan ja puhuttelijan näkökulmat asioihin yhtenevät.”<sup>4</sup>

Televisiokerronnan keskeisiä piirteitä on monitasoisen todellisuusilluusion rakentaminen. Televisio elää ikuisessa nyt-hetkessä, vaikka se kuvaisikin menneitä tapahtumia. Spontaanisuus, välittömyys ja reaaliaikaisuus ovat televisioestetiikan keskeisiä elementtejä.

---

<sup>2</sup> Hietala 1993, 124-136.

<sup>3</sup> Ks. Ridell 1997, 149-152.

<sup>4</sup> Hietala 1993, 126.

Niiden avulla televisio pyrkii rakentamaan katsojalle tunteen siitä, että katsojan ja televisiossa esiintyvän puhuttelijan näkökulmat maailmasta ovat yhteneväiset. Tämä aiheuttaa katsojalle turvallisuuden tunteen siitä, että ”maailma” on sittenkin jollain tavoin hallittavissa televisioruudun välityksellä. Tämän takia televisioestetiikan keskeinen tavoite on tunnesiteen luominen katsojaan ja tätä kautta katsojuuden jatkumisen varmistaminen.<sup>5</sup>

Televisiotoimintaa tarkasteltaessa on muistettava kysyä, miten television kaltainen mediaväline ylipäänsä on olemassa. Miksi ”[t]elevisio, kaukonäkeminen, on merkinnyt yhteiskunnan entistä nopeampaa visualisoitumista, rakenteellista muutosta joukkotiedotuksessa ja samalla myös kodin ja arkielämän perinpohjaista muuttumista perheiden kerääntyttyä modernin takkatulen äärelle”<sup>6</sup>? Monet television ohjelma- ja sarjatyypeistä periytyvät jo radion ajoilta. Amerikkalaisen mallin mukaan Suomen television vakiohjelmistoksi tulivat visailut, sitcom-komediat, keskusteluohjelmat ja saippuaopperat. Televisio lunasti nopeasti odotukset yhteisöllisyyden luoja. Siitä tuli uuden kansanperinteen julkinen foorumi, joka teki käsitellyistä asioista tai esitellyistä henkilöistä hetkessä kuuluisia.<sup>7</sup> Television nykyinen merkitys perustuu jo sille, että se on länsimaissa tärkein vapaa-ajan viettomuoto.<sup>8</sup>

Digitaalisen television aloitus Suomessa noudattelee kansainvälisesti jo kokeiltuja teknologisia kehityskulkuja. Katsojat joutuvat digitaalista televisiosignaalia vastaanottaakseen vaihtamaan analogisen televisiolaitteensa ennen pitkää uuteen digitaaliseen televisioon tai lisäämään vanhaan televisioonsa digitaalisen lisälaitteen. On kuitenkin vähättelyä sanoa, että nyt lanseerattu uudistus liittyisi vain vastaanottokontekstiin, vaikka muutos näkyikin selkeimmin television katsojien toiminnassa. Suuret muutokset koskevat myös televisio- ja tuotantoyhtiöitä, sillä niiden täytyy kyetä ohjelmatuotannollaan vastaamaan katsojille annettuihin lupauksiin uusien laitteiden mahdollisuuksista.

Tämän vuoksi onkin tärkeää tarkastella televisiotoiminnan digitalisoitumista laajasta perspektiivistä. Muutosta eivät riitä selittämään tekniikan kehitys tai sähköisen viestinnän nopea leviäminen, vaikka ne ovatkin osatekijöitä media-alan murrokseen. Emme pyri tässä työssä luomaan kuvaa televisiotoiminnan digitalisoinnista niinkään taloudellisena ilmiönä,

---

<sup>5</sup> Hietala 1993, 126, 131-133.

<sup>6</sup> Salmi 1995, 150.

<sup>7</sup> Salmi 1995, 162-164.

<sup>8</sup> Ks. Nieminen 1999, 9.

vaan laajempänä, yhteiskunnallisena ja kulttuurisena murroksena. Kokonaiskäsityksen muodostamiseksi on suhteutettava televisiotoiminnassa tapahtuvia muutoksia aikaisempiin kehityskulkuihin ja television katselua vakiintuneisiin televisiolaitteen käyttötapoihin. Tämä tutkimus pyrkii antamaan kullekin lukijalle eväitä tällaisen kokonaiskäsityksen muodostamiseksi.

Haluamme kiittää koko projektin taustatukena toiminutta Uusmedian osaamiskeskuksen projektipäällikkö Miia Tiaista, joka osallistui hankkeen suunnitteluun ja sen keskeisten tavoitteiden määrittelyyn. Taustatukea ja asiantuntevia kommentteja olemme saaneet opetusministeriön sisältötuotantohankkeen johtajalta, opetusneuvos Ritva-Sini Härköselältä. Kriittisinä esilukijoina ovat toimineet Tampereen yliopiston tutkija Pertti Näränen ja Turun yliopiston mediatutkimuksen professori Hannu Nieminen, mistä parhaat kiitokset. Myös Adultan Radio- ja tv-opiston kehityspäällikkö Esa Blomberg on lukenut tekstiämme ja antanut käyttöömmme arvokasta lähdemateriaalia. Taideteollisen korkeakoulun koulutuskeskus on tarjonnut projektimme käyttöön tilat ja laitteet.

Kiitämme myös niitä lukuisia henkilöitä, joilta olemme saaneet tietoa media-alan tilanteesta ja näkemyksiä sen tulevaisuudesta. Erityisesti haluaisimme mainita ne alan ammattilaiset, joiden kanssa olemme käyneet useita avartavia keskusteluja. Erityiskiitos hankkeemme tukemisesta ja innostuksen jakamisesta kuuluu MTV3:lla tuottajana työskentelevälle Riikka Lahtonen-Heinolle. Ilman hänen inspiroivaa vaikutustaan emme mitenkään olisi jaksaneet viedä projektia nyt nähtävillä olevaan lopputulokseen.

Turussa 2.2.2002

Tanja Sihvonen ja Juha Wakonen



## 2. Selvityksen tavoitteet ja toteutus

Tämän selvityksen taustalla on Taideteollisen korkeakoulun koulutuskeskuksessa syksyllä 2001 valmisteltu *Digitaalinen televisiotuotanto* -kehityshanke. Hankesuunnittelu on lähtenyt liikkeelle konkreettisesta halusta ja tarpeesta varmistaa media-alalla työskentelevien henkilöiden osaamistason jatkuminen tuotannon perusteiden muuttuessa. Sen lähtökohtana on ajatus siitä, että siirryttäessä digitaalisiin televisiolähetysiin aikaisemmin pitkälti erillään toimineille audiovisuaalisen alan ja uusmedia-alan ammattilaisille tarjoutuu entistä enemmän mahdollisuuksia yhteistyöhön. Kehityshankkeen tarkoituksena on osaltaan parantaa näiden kahden ammattikunnan yhteistyömahdollisuuksia. Lisäksi hankkeen avulla pyritään kehittämään uudenlaista koulutusta televisiotuotantoon mukaan haluaville.

Hankkeen ennakkovalmistelut lähtivät liikkeelle kesällä 2001, kun suunnittelussa mukana olleet henkilöt pääsivät tutustumaan käytännön televisiotyöskentelyyn MTV3:n tuotantotiimin mukana. Näin päästiin kartoittamaan niitä televisiotyöskentelyn alueita, jotka tulevat läpikäymään merkittäviä muutoksia digitaalisen televisioiminnan aikakaudella. Tämän selvityksen keskeiset teemat muotoutuivat osin näillä tutustumiskerroilla kerätyn haastattelumateriaalin pohjalta. Samalla useiden eri media-alan toimijoiden kanssa voitiin käydä keskusteluja digitaalisen televisioiminnan perusteista.

Käsillä oleva selvitys on valmistellun *Digitaalinen televisiotuotanto* -kehityshankkeen ensimmäinen vaihe, jossa on kartoitettu suomalaisen audiovisuaalisen mediakentän tilannetta ja toimijoita. Audiovisuaalisella medialla tarkoitetaan tässä työssä sähköisten viestintätuotteiden ja -palveluiden suunnittelua, valmistusta, teollista tuotantoa ja jakelua. Tässä tutkimuksessa viittaamme audiovisuaalisella alalla kuitenkin lähinnä televisiotuotantoon, eli joko television ohjelma- tai mainoselokuvatuotantoon osallistuviin toimijoihin. Näihin kuuluvat sekä televisioyhtiöt että niin sanotut riippumattomat tuotantoyhtiöt. Pyrkimyksenä on ollut tuottaa kattava yleiskuva media-alan kehityksestä, toimijoista ja ammattilaisista sekä työn tekemisen tavoista. Tarkoituksena on myös ollut luodata toiminnan tehostamisen mahdollisuuksia ja laajemminkin tulevaisuuden kehityslinjoja.

Tämä selvitys on aloitettu tutustumalla aihepiiristä jo tuotettuun tutkimuskirjallisuuteen ja selvittämällä media-alan muotoutumista Suomessa. Tarkastelumme taustaksi luomme

luvussa 3 ensin katsauksen suomalaisen televisiotoimialan historiaan. Etenemme siitä nykyisen audiovisuaalisen mediakentän tilanteeseen ja toimijoihin. Sitten luotaamme digitalisoitumisen vaikutuksia tulevaisuuden televisiotuotantoon ja esittelemme luvussa 4 uusmedia-alaa lähinnä digitalisoituvan televisiotoiminnan yhteydessä. Viidennessä pääluvussa esittelemme selvityksen keskeisintä teemaa, digitaalista televisiota, ja sen tuloon liitettyjä odotuksia. Pyrimme muodostamaan kokonaiskäsityksen siitä, minkälaisessa viestintäpoliittisessa ja yhteiskunnallisessa tilanteessa digitaalista televisiota ollaan Suomeen tuomassa.

Tämän laaja-alaisen tarkastelun jälkeen esille on otettu selvityksen varsinaisia ydinkysymyksiä: Miten digitalisoituminen vaikuttaa televisiotuotantoon? Miten muutokset näkyvät ohjelmatuotannossa ja eri kanavien profiileissa? Minkälaisia toimijoita alalla on nyt, ja miten ammattikuvat tulevat todennäköisesti kehittymään tulevaisuudessa? Esittelemme näkemyksiämme tulevaisuuden media-alan ammattilaisten tarvitsemista valmiuksista ja pohdimme sellaisia koulutusmahdollisuuksia, joita tilanteessa tarvittaisiin. Lopuksi tuomme tutkimuksessa käsitellyt asiat yhteen ja vedämme niistä johtopäätöksiä, jotka toivottavasti voivat osaltaan toimia media-alan koulutuksen kehittämisessä tarvittavana taustatietona.

Selvityksemme tutkimuskysymyksiä on pyritty käsittelemään siten, että ne palvelevat sekä ammatillisen täydennyskoulutuksen kenttää että laajemmassa perspektiivissä koko media-alan kehittämistä. Selvityksen tulosten on siis tarkoitus antaa tietoa muun muassa siitä, miten alalla toimivien ammattitaitoa voisi koulutuksen keinoin parantaa. Uskomme kuitenkin, että tutkimuksemme palvelee media-alan koulutuksen kehittämistä ja koulutuspolitiikkaa yleiselläkin tasolla, sillä siinä tarkastellaan laajasti media-alan muotoutumista, sen käsitteistöä ja sille asetettuja tulevaisuuden odotuksia. Taideteollisen korkeakoulun koulutuskeskus on aiemmin julkaissut muun muassa uusmedia-toimialatutkimuksia, jotka palvelevat osittain samaa tarkoitusta.<sup>9</sup>

Suomalaisen mediateollisuuden rakenne voidaan karkeasti jakaa painettuun viestintään, sähköiseen viestintään ja niin kutsuttuun uuteen mediaan. Näistä ensimmäinen kattaa sanomalehtien, aikakauslehtien ja ilmaisjakelulehtien sekä kirjojen kustannustoiminnan. Sähköinen viestintä viittaa radio- ja televisiotoimintaan, kun taas uusmediatoimialaksi luetaan uusien informaatio- ja kommunikaatioteknologioiden ympärille syntyneet alat, esimerkiksi

---

<sup>9</sup> Esim. Kuokkanen et al. 1999.

matkapuhelin- ja tietoverkkosisältöjen tuotanto. Media-alan kolmen laajan sektorin ja toimijoiden joukosta keskitymme tässä selvityksessä erityisesti televisiotoimittajan ja tuottajan työnkuvien uudelleenmuotoutumiseen. Uskomme kuitenkin, että yksittäisistä esimerkeistä voidaan vetää yhtymäkohtia myös laajemman tason tarkasteluihin. Tarkasteluamme on kiinnostava suhteuttaa vaikkapa niihin muutoksiin, joita on tapahtumassa painoviestinnän alueella, jossa tekstinkäsittely, taittotyö, kuvaaminen ja kuvien muokkaus ovat nykyisin kaikki tietokoneistettuja työvaiheita.

Painoviestinnän ja digitaalisuuden tarkastelu antaa kuvan myös siitä, miten esitetty media-alan kolmikantamalli on ollut vahvasti murtumassa ”digitaalisella” aikakaudella. Toisaalta eri mediatuotannon aloilla on ratkaisevia eroja, jotka säilyvät tai jopa kärjistyvät – konvergenssin ohella puhutaankin myös divergenssistä. Esimerkiksi painoviestinnässä on kysymys tallentamisesta, joten sitä kuvastaa kuluttajan tai käyttäjän mahdollisuus vastaanottaa informaatiota pitkänkin ajan kuluttua sen ilmestymisestä. Samoin kulutus on periaatteessa rajatonta. Sen sijaan radion ja television erottaa painetusta viestinnästä niiden rajoitettu luonne: katsoja tai kuuntelija voi seurata yleensä vain yhtä kanavaa kerrallaan. Voidaan myös ajatella, että radion ja television välittämää informaatiota kuluttajan näkökulmasta kuvastaa hetkellisyys – ohjelmaa ei sen ainutlaatuisen esityshetken jälkeen välttämättä esitetä enää koskaan uudelleen.<sup>10</sup> Liikkuvaan kuvaan ja ääneen sekä informaatioteknologiaan perustuvia mediatuotannon aloja tarkastellessa kannattaa muistaa, että painoviestintä on pitkään ollut Suomen suurin mediatoimiala: sen liikevaihto vuonna 1999 nousi yli 20 miljardiin markkaan.<sup>11</sup> Media-alan rakenteellisia kysymyksiä käsittelemme selvityksemme kontekstualisoivassa osuudessa, luvuissa 3 ja 4.

Uusmedia-alaan liitetään painoviestinnästä ja sähköisestä viestinnästä poiketen usein multimedian tai vuorovaikutteisuuden kaltaisia käsitteitä. Multimedialla viitataan yleensä uuden median tapaan sisällyttää itseensä osia muista medioista. Esimerkkinä voidaan ajatella internetin World Wide Webiä, joka on sulauttanut itseensä sähköisen viestinnän alueet, liikkuvan kuvan ja äänen, sekä painetun median kotisivujen, verkkolehtien, artikkelitietokantojen ja arkistojen muodossa. Ajatus tietoverkoista ”supermediana” on mielenkiintoinen, ja se liittyy olennaisesti keskusteluun television muuttuvasta roolista digitalisoitumisen aikakaudella. Eri mediavälineiden ominaisuuksia tarkastelemme erityisesti luvuissa 5.1. ja 5.2. Uusmedian yhteydessä viljelty vuorovaikutteisuuden tai

---

<sup>10</sup> Stenvall 2001, 45.

<sup>11</sup> Stenvall 2001, 47.

interaktiivisuuden käsite sisältää ajatuksen katselijan muuttumisesta passiivisesta vastaanottajasta aktiiviseksi käyttäjäksi tai kokijaksi. Kritisoimme tällaista käsitteen käyttöä alaluvuissa 5.3. ja 5.4.

Eri mediamuotojen yhdentymiskehitykseen on luonnollisesti vaikuttanut myös tuotantokentän yritysten yhteensulautuminen ja keskittyminen. Suurten kustannustalojen yhteydessä toimii koko joukko muiden mediateollisuuden alojen yrityksiä. Suomeen onkin syntynyt vahvoja mediakonserneja (Sanoma-WSOY, Alma Media), jotka hallitsevat tiettyä viipaletta kustakin mediatuotannon haarasta. Sama kehitys on ollut myös kansainvälisesti vallitseva. Mikko Lehtosen mukaan maailman kulttuuriteollinen tuotanto on keskittynyt viiden jättimäisen mediakonsernin hallintaan.<sup>12</sup> Toisaalta isojen konsernien ”juurelle” on syntynyt itsenäisiä tuotantoyhtiöitä, jotka erikoistuvat tiettyihin tuotteisiin tai palveluihin. Yhdentymiskehitys säästää kustannuksia ja tehostaa eri alueiden toimijoiden keskinäistä yhteistyötä. Konvergenssiin liittyviä kysymyksiä tarkastelemme erityisesti työn neljännessä luvussa.

Media-alan yhtäaikainen konvergoitumis- ja divergoitumiskehitys, jota tässä työssä karkeasti hahmotellaan, on vaikuttanut myös siihen, että suuret mediatalot järjestävät omaa koulutusta alan ammattilaisiksi pyrkiville. Esimerkiksi Sanoma-WSOY on perustanut monimediaosaajia kouluttavan linjan, jossa opiskelijoita kierrätetään mediakonsernin sisällä tehtävästä ja mediatuotannon alasta toiseen.<sup>13</sup> Osaltaan tällainen koulutuksen kehittäminen on merkki media-alan tuotantorakenteissa tapahtuvista muutoksista, jotka heijastuvat toimijoiden työnkuviin. Uusi, ”digitaalinen” työn tekemisen tapa painottaa teknologista osaamista, käytännöllisten taitojen hallintaa, mukautumiskykyä ja kokonaistuotannollista ymmärtämistä. Yksinkertaistuksena voisi sanoa, että mediatuotannon muutokset vievät kohti moniosaajuutta. Toisaalta tässä työssä argumentoimme, että moniosaajuuden rinnalle olisi rakennettava myös erikoisosaamisen kulttuuria.

---

<sup>12</sup> Lehtonen 1999, 17-18. Sama käy esille myös kaaviosta The Media Ownership Chart, joka esitetään verkkosivuilla <http://www.mediachannel.org/ownership/>. Viisi suurinta yhtiötä ovat AOL Time Warner, The Walt Disney Co., Bertelsmann AG, Viacom ja News Corporation; uutena tulokkaana joukkoon on nousemassa Vivendi Universal.

<sup>13</sup> Viittaamme tässä Sanoma-WSOY:n *Viestinnän monitaitajat* -koulutusohjelmaan, joka kouluttaa konserniin uusia viestinnän ammattilaisia. Kyse on jatko- ja täydennyskoulutuksesta, sillä verkkosivuilla todetaan, että ”SanomaWSOY:n etsimät viestinnän monitaitajat ovat yliopistosta tai muusta korkeakoulusta juuri valmistuneita tai jo hieman työkokemusta hankkineita.”

[http://www.sanomawsoy.fi/careers/default.asp?folder\\_id=90](http://www.sanomawsoy.fi/careers/default.asp?folder_id=90)

Lähtökohtanamme tätä selvitystä tehdessä on ollut ajatus siitä, että digitalisointi tulee muuttamaan televisiotyön käytäntöjä, vaikka tekniseltä kannalta katsottuna itse työn sisällöt eivät olennaisesti muuttuisi. Merkittävin digitalisoitumisen tuoma muutos on digitaaliseen televisioimintaan liitetty *lupaus vuorovaikutuksen lisääntymisestä*, eli niin sanotun interaktiivisen television, ITV:n, kehittäminen. Vuorovaikutteisten ohjelmien tai palveluiden lisääntyminen vaikuttaa ohjelmatuotannon totuttuihin rutiineihin eri tavoin. Se asettaa vaatimuksia sekä sähköisen median että uusmedian ammattilaisille, joiden on tulevaisuudessa asennoiduttava televisiotuotantoon aikaisemmasta poikkeavalla tavalla. Media-alan työnkuvien ja tuotannon tapojen muutoksiin paneudumme selvityksen viimeisessä pääluvussa.

Sekä audiovisuaalisen alan että uusmedia-alan toimijoiden koulutustaustoja ja toimenkuvia sekä alan kehitystarpeita selvitetään tässä työssä kirjallisuuden avulla. Esimerkiksi uusmedia-alasta on julkaistu jo jonkin verran raportteja, selvityksiä ja tutkimuksia, joissa hahmotellaan myös alan koulutustarpeita (esimerkiksi Pohto ja Wirén 2001, Kuokkanen et al. 1999, Pelkonen 1999). Kattavaa tilastolliseen aineistoon perustuvaa tutkimustietoa alasta ei kuitenkaan vielä ole.

Pitkällä aikavälillä muotoutuneen sähköisen viestinnän ja painoviestintäalan kehitystrendejä, ammattilaisten osaamisvaateita ja työvoimatarvetta on sen sijaan tutkittu (esimerkiksi Hansén 2000, Teinilä-Šmíd 2000). Myös media- ja viestintäalan korkeakoulutukseen keskittyvä arviointiprojekti on toteutettu. Tätä selvitystä tehdessä projektin loppuraportti ei kuitenkaan vielä ole ollut käytettävissä, sillä Korkeakoulujen arviointineuvosto julkaisee raportin maaliskuussa 2002. KKA:n projekti on keskittynyt yksinomaan tutkintoon johtavaan koulutukseen, joten ammatillinen aikuis- ja täydennyskoulutus on jäänyt sen kysymyksenasettelun ulkopuolelle.

Tämän selvityshankkeen puitteissa resurssimme eivät ole riittäneet laajamittaisen haastattelututkimuksen toteuttamiseen. Olemme lisäksi nojautuneet useisiin tuoreisiin lähteisiin, joissa haastattelujen avulla on selvitetty media-alan tilannetta ja eri toimijoiden näkemyksiä, joten haastatteluiden tekemistä ei ole pidetty välttämättömänä. Emme tässä selvityksessä esittele kattavasti myöskään tilastollista aineistoa, sillä siihen perustuvia tutkimuksia on jo olemassa. Tämän selvityksen tarkoituksena on tuottaa keskusteluun aikaisemmasta osittain poikkeavia näkökantoja. Olemme tämän hankkeen puitteissa päätyneet kirjoittamaan laajasti ja teoreettislähtöisesti media-alan muotoutumisesta ja sen

toimijoista ensisijaisena tarkoituksenamme *ymmärtää* tämänhetkistä tilannetta ja arvioida tulevaisuuden kehityslinjoja. Tekemämme selvitys media-alan kehityksestä ja tuotantokulttuurien muutoksista osallistuu osaltaan myös aiheesta käytävään laajaan keskusteluun, joka vaikuttaa juuri tällä hetkellä varsin ajankohtaiselta.

### 3. Yleiskatsaus suomalaiseen televisiotoimialaan

Tässä luvussa esittelemme ensin television luonnetta *mediumina*, välineenä, ja keskitymme sitten televisiotoimialan kuvaukseen. Pyrimme vastaamaan kysymykseen siitä, miksi toimiala on sellainen kuin se nyt on tarkastelemalla sen muotoutumista ajallisessa perspektiivissä. Samalla olemme selvittäneet toimialan kehitystrendejä. Sen jälkeen kuvaamme televisiotoimialan nykytilaa ja sen tulevaisuuden näkymiä. Tämä kontekstualisoiva luku toimii taustoittavana kartoituksena ja perustana selvityksemme ydintematiikalle, media-alan toimijoiden ja muuttuvien tuotannon tapojen tarkastelulle.

Television alkuvaiheisiin Suomessa liittyi voimakkaita tunteita. Monet tiedotusvälineet herättelivät 1950-luvun yleisössä suuria toiveita televisiotoiminnan suhteen. Ajateltiin, että televisio, ”kaukonäkeminen”, edesauttaisi maailmanlaajuista demokratiaa ja ihmisoikeuksien toteutumista.<sup>14</sup> Television tulo herätti kuitenkin myös täysin vastakkaisia reaktioita. 1960-luvulla television yleistymistä kotitalouksissa epäiltiin vielä laajasti. Mika Pantzarin mukaan kansa vastusti tätä teknistä uutuutta, sillä sen hankkimisen ei ajateltu täyttävän rationaalisia ostoperusteita.<sup>15</sup> Kriittisinä ja ”järkevinä” kuluttajina Suomessa näyttäytyivät tuolloin ennen kaikkea naiset. Television julkisen kuvan kautta ei alkuvaiheessa selvästikään pystytty tuomaan esille heidän arvojensa kannalta olennaisia asioita.<sup>16</sup>

Television roolista muodostui siis jo varhaisessa vaiheessa kaksijakoinen. Siihen on alusta asti liitetty erilaisia uskomuksia ja myyttejä, jotka ovat luoneet sekä itse välineelle että sen käyttämiselle, katsomiselle, voimakkaita arvolatauksia. Jokaiselle lehtien lukijalle on tuttua keskustelu television katselun passivoivasta vaikutuksesta, jonka nähdään olevan erityisen vahingollinen lapsiin ja nuoriin. Television kulttuurinen statusarvo on tässä mielessä ollut matala jo vuosikymmenten ajan.<sup>17</sup> Toisaalta televisiolle vahvistui jo varhaisessa vaiheessa merkittävä vaikuttajan rooli joukkoviestimenä, ja osaksi tämän takia sille nähtiin tärkeäksi laatia kansallinen, viestintäpoliittinen tehtävä.

---

<sup>14</sup> Salmi 1997, 265-279; Salmi 1995, 151-152.

<sup>15</sup> Pantzar, Mika 2000, 130-131.

<sup>16</sup> Pantzar, Mika 2000, 228.

<sup>17</sup> Hietala 1993, 119-120.

Suomessa televisiotoiminta oli valtion erityisessä suojelussa aina 1990-luvun alkuun asti.<sup>18</sup> Vaikka kaupallisella televisiotoiminnalla on Suomessa pidempi historia kuin Euroopassa keskimäärin, ensimmäinen kaupallinen kanava perustettiin Yleisradion oheen vasta viime vuosikymmenen alussa. Televisiotoimialalle sen jälkeen muodostunut kilpailuasetelma on väistämättä muuttanut kaikkien Suomessa toimivien kanavien toimintaperiaatteita ja profiileja. Samalla muutos on vaikuttanut kanavien tarjoamiin ohjelmasisältöihin. Yleisradion asemaa verovaroin ylläpidettävänä julkisen palvelun kanavana on haluttu kyseenalaistaa. Television digitalisoinnin yhteydessä Yleisradion kilpailua vääristävän aseman murtamisesta puhutaan ehkä enemmän kuin koskaan.<sup>19</sup> Alaa koskettavia vaikeita kysymyksiä ovat esimerkiksi televisiomaksun suuruus ja kaupallisten yhtiöiden edelleenkin Yleisradiolle tilittämä niin sanottu julkisen palvelun maksu. Televisioalaa karakterisoi tällä hetkellä voimakas kilpailu, kun digitalisoitumisen myötä alalle on tulossa myös kokonaan uusia toimijoita.

Viime vuoden syksyllä käynnistynyt ja julkisilla foorumeilla kattavasti esitelty muutos digitaaliseen televisioon liittyy ennen kaikkea televisio-ohjelmien vastaanottoon. Vastaanottokontekstin suurin muutos ennen digitaalitekniikan käyttöönottoa on ollut väritelevisiotoiminnan alkaminen 1960- ja 1970-lukujen taitteessa. Television teknologisessa kehityksessä on kuitenkin tapahtunut aikaisemmin monta muutakin kehitysaskelta. Televisioon on esimerkiksi kehitelty erilaisia lisälaitteita ja -palveluita, esimerkiksi pelejä, jo vuosikymmenten ajan.<sup>20</sup> Ensimmäinen digitaalitekniologinen sovellus, johon katsojat pääsivät tutustumaan oli tekstitelevisio. Myös television kaksiaäänijärjestelmä eli Nicam-tekniikka perustuu siihen, että stereoääni välitetään digitaalisesti. 1990-luvun alkupuolella Euroopassa kehitettiin HDTV:tä eli teräväpiirtotelevisiota, mutta se jäi televisiolähetysten digitalisoimisen jalkoihin ennen kuin varsinaisesti ehti edes tuotantoasteelle.<sup>21</sup>

Televisiosta tekee vaikutusvaltaisen ja kiinnostavan viestintävälineen ennen kaikkea sen asema osana niin monen ihmisen jokapäiväistä arkea. Vuonna 1999 suomalaisissa kodeissa arvioitiin olevan yhteensä noin 3,3 miljoonaa televisiovastaanotinta ja keskimääräinen television katseluaika oli kaksi tuntia 29 minuuttia päivässä.<sup>22</sup> Television käyttötavat ja

---

<sup>18</sup> Yleisradio Oy on julkisen palvelun yleisradiotoimintaa harjoittava ja liikenneministeriön hallinnonalalla toimiva osakeyhtiö. Sen asema on turvattu Suomen laissa.

<sup>19</sup> Ks. esim. Antti Korhosen mielipidekirjoitus ”Ylessä ei oivalleta, että maailma muuttuu”. Korhonen 2002, A5.

<sup>20</sup> Aiheesta lisää ks. Näränen ja Sihvonon 2001.

<sup>21</sup> Näränen 1997. Ks. myös Pesari 2000, 182.

<sup>22</sup> Sauri 1999, 59-60.



katselutottumukset ovat säilyneet suhteellisen samanlaisina televisiohistorian monien vuosikymmenten aikana.<sup>23</sup> Tämä osoittaa, että televisiolla on varsin vakiintunut kulttuurinen asema. Jatkuvuus luo myös uhkia: televisio mielletään usein passiiviseksi (tai passivoivaksi) välineeksi, ja tätä pelkoa voi lisätä esimerkiksi viihteellisten ohjelmien määrän kasvu.<sup>24</sup>

Suomalainen audiovisuaalinen tuotanto ymmärrettiin 1990-luvulle asti lähinnä kulttuuri- ja taidepoliittisena ilmiönä, jonka taloudelliset vaikutukset tulivat vasta primaaristen tavoitteiden saavuttamisen ohessa. Yleisradion toiminnan nähtiin olevan ennen muuta kansallisesti merkittävän viestintä- ja sivistystehtävän täytöntöönpanoa, yhteiskunnallista palvelutoimintaa. Esimerkiksi Osmo Miettisen ja Esa Blombergin *Ruudun takaa* -raportin<sup>25</sup> esiinnostama tematiikka, jossa televisiotoimialaa halutaan tarkastella teollisena tuotantona, *kulttuuriteollisuutena*, liittyy aikakautta laajemminkin karakterisoivaan muutokseen.<sup>26</sup> Julkisen palvelun sijasta alettiin korostaa ajatuksia yksilöllisyydestä ja valinnanvapaudesta, ja näin siirryttiin vähitellen kohti ”yleisönpalvelun” aikakautta.<sup>27</sup> Tätä muutosta voidaan tarkastella ennen kaikkea viestintäpoliittisena ja tätä kautta myös makrotaloudellisena kysymyksenä.

Kaiken kaikkiaan voidaan sanoa, että suomalainen televisiotoiminta on käynyt läpi 1990-luvulla merkittäviä muutoksia, joista vuonna 1993 toteutettu kanavaudistus ja vuosituhannen vaihteessa lanseerattu digitaalinen televisio ovat varmasti näkyvimät sekä vaikutuksiltaan kauaskantoisimmat. Molemmat ratkaisut ovat merkinneet kaupallisen televisiotoiminnan kasvua, mikä on samalla tarkoittanut kilpailutilanteen kiristymistä.<sup>28</sup> Televisiotoimialan kehityksen taustavoimina ovat sekä kansallisen että kansainvälisen poliittisen tason päätökset, jotka ohjaavat maanosamme televisiotoimintaa pitkällä aikavälillä ehkä dramaattisemmin kuin osaamme tässä vaiheessa edes ajatella.<sup>29</sup>

---

<sup>23</sup> Näränen ja Sihvonen 2001, 40-42.

<sup>24</sup> Ks. esim. Hietala 1996, 31-33.

<sup>25</sup> Miettinen ja Blomberg 1992.

<sup>26</sup> Ks. Blomberg 1993, 9.

<sup>27</sup> Näränen 2001.

<sup>28</sup> Martikainen et al. 2001, 63.

<sup>29</sup> Merkittävin kansainvälisen politiikan taho tässä mielessä on Euroopan unioni. EU:n audiovisuaalisesta politiikasta ks. Näränen 2002b.

### 3.1. Televisiotoimialan muotoutuminen: historiallinen perspektiivi

Oy Yleisradio Ab (YLE) perustettiin Suomessa alun perin yksityisenä radioyhtiönä vuonna 1926. Yhtiön toiminta ohjautui kuitenkin nopeasti uudelle suunnalle, kun jo kahden vuoden kuluttua uusi lähetysmuoto, ”näköradio”, sai julkisuutta myös Suomen lehdistön sivuilla.<sup>30</sup> 1930-luvun Suomessa elokuva alkoi saada varteenotettavasti jalansijaa ja elokuvateattereita rakennettiin nopeassa tahdissa kaupunkeihin ja maalaiskuntiin.<sup>31</sup> Samoihin aikoihin onnistuttiin vastaanottamaan televisiolähetystyksiä, mutta varsinainen televisiotoiminta alkoi innostunein amatöörivoimin vasta Tekniikan edistämisseuran saadessa toimiluvan vuonna 1956. TES-TV:llä oli kolme lähetysasemaa: Tesvisio Helsingissä, Tamvisio Tampereella ja Turun TES-visio Turussa. Valtion omistukseen 1930-luvun ensimmäisellä puoliskolla siirtynyt YLE osti Tesvision ja toisen lähetysaseman, Tamvision, 1960-luvun alkupuolella. Suomen säännölliset televisiolähetykset oli aloitettu vain muutamaa vuotta aikaisemmin.<sup>32</sup>

Kauppa selkeytti aikaisempaa tilannetta, jota oli sävyttänyt kiivas kilpailu YLE:n ja Tesvision välillä. Nyt koko televisiolähetystoiminta oli Suomessa keskittynyt Yleisradiolle, ja 1960- ja 1980-lukujen välisenä aikana sillä oli hyvät mahdollisuudet kehittää omaa ohjelmatuotantoaan. Tamvisiosta muodostettiin YLE:n toinen ohjelmakanava TV2 Tampereelle, jossa se toimii edelleen. Samoin 1960-luvun puolivälin jälkeen Oy Mainos-TV-Reklam Ab aloitti toimintansa Yleisradion alaisuudessa. Koska ”[y]leisradiotoiminta ymmärrettiin yhteiskunnallisena palveluna”<sup>33</sup>, television kautta tapahtuvaa mainontaa ei hyväksytty sivistystoiminnan profiiliin kuuluvaksi. Jonkinlainen lisärahoitusmuoto oli kuitenkin tarpeen, ja kun Oy Mainos-TV-Reklam Ab:n perustamisesta tuleva hyöty kävi Yleisradiolle selväksi, se taipui vastentahtoisesti tähän pragmaattiseen päätökseen.<sup>34</sup> Oy Mainos-TV-Reklam Ab:lla ei ollut tässä vaiheessa omaa toimilupaa, mutta se sai vuokrata studioaikaa Yleisradiolta ja ohjelmatilaa Yleisradion lähetysajasta. Tutkija Hannu Salmen mukaan se maksoi esimerkiksi vuonna 1982 kaksi kolmasosaa omista tuloistaan Yleisradiolle.<sup>35</sup>

---

<sup>30</sup> Ilmonen 1996, 99.

<sup>31</sup> Pesari 2000, 9.

<sup>32</sup> Salmi 1995, 150-152, 154.

<sup>33</sup> Blomberg 1993, 9.

<sup>34</sup> Aiheesta lisää ks. Kortti 2000.

<sup>35</sup> Salmi 1995, 154.

Mainostelevisiotoiminta oli 1950-luvulla jatkuvan ja nopean laajentumisen aikaa: kun pari vuotta aikaisemmin sille oli myönnetty vain muutama lähetyspäivä ja -tunti viikossa, syyskuussa 1959 käynnistettiin jo päivittäiset lähetykset.<sup>36</sup> Oman ohjelmatuotantonsa Oy Mainos-TV-Reklam Ab aloitti vuonna 1966.<sup>37</sup> Tätä aikaa leimasi myös uusien toimintamuotojen etsintä: Mainostelevisio pyrki esimerkiksi aloittamaan radiomainontaa. MTV taisteli oikeuksistaan uutislähetykseen jo 1970-luvulla, MTV-Elokuvalaboratorion toiminta alkoi virallisesti huhtikuussa 1973 ja vuodenvaihteessa 1970-71 Mainostelevisiossa alettiin myös pitää kursseja audiovisuaalisesta toiminnasta kiinnostuneille.<sup>38</sup>

1970-luku oli koko suomalaisessa televisiojärjestelmässä ja sen markkinoiden kehityksessä voimakkaan viestintäpolitiikan aikakausi, ja sen vahvin toimija YLE rakensi suomalaisen televisiotoiminnan perusteita kaupallisen televisiotoiminnan tukemana. Järjestelmä pysyi vakaana, sillä minkäänlaista kilpailua ei ollut. YLE:llä oli yksinoikeus jakeluteihin, ulkopuolisia toimijoita ei ollut ja lähetyksistä sovittiin etukäteen tehtävillä vuosittaisilla sopimuksilla.<sup>39</sup> MTV:llä oli kuitenkin selvä rooli jähmeän viestintäpolitiikan liberalisoitumisessa: Oy Mainos-TV-Reklam Ab oli muuttanut nimensä MTV Oy:ksi vuonna 1982 ja se tähtäsi päämäärätietoisesti oman televisiokanavan saamiseen. 1980-luvulla televisiotoiminnan perusteet muuttuivat Suomessa ratkaisevasti myös siinä mielessä, että kaapelitelevisio ja satelliittikanavat tulivat yhä useampiin kotitalouksiin. Samaan aikaan videonauhurit yleistyivät kotitalouksien uusina medialaitteina. Näiden muutosten nähtiin uhkaavan suomalaisen television ”yhtenäiskulttuuria” ja taloudellista perustaa, kuten muun muassa tutkijat Heikki Hellman ja Tuomo Sauri kirjoittavat.<sup>40</sup>

Vuonna 1985 alkunsa saanut Kolmostelevisio Oy, joka aloitti Suomessa uudentyypin ohjelmatuotannon, oli osittaista seurausta tästä. Uudentyyppinen ohjelmatuotanto tarkoitti sitä, että Kolmostelevisiolla ei juuri ollut omaa tuotantoa, vaan se keräsi alleen pieniä ja suuria tuotantoyhtiöitä, jotka tarjosivat omia ohjelmiaan lähetettäväksi.<sup>41</sup> Voidaankin sanoa, että YLE:n oheen syntynyt kaupallinen kanava mullisti suomalaisen televisiotoiminnan perusteet. Tästä huolimatta Yleisradion rooli on säilynyt vahvana muun muassa siksi, että se

---

<sup>36</sup> Hanski 2001, 87.

<sup>37</sup> Blomberg 1993, 9.

<sup>38</sup> Hanski 2001, 254-258.

<sup>39</sup> Vilhunen 1996, 11.

<sup>40</sup> Hellman ja Sauri 1997, 243.

<sup>41</sup> Vilhunen 1996, 11.

on omistanut television valtakunnallisen jakeluverkon, jonka se vasta vuonna 1998 eriytti omaksi tytäryhtiökseen. Jakelutekniikasta ja -verkostosta vastaava Digita Oy aloitti vuoden 1999 alussa.

Vuonna 1993 tehtiin Suomessa mittava kanavauudistus. Siinä MTV Oy:n ohjelmat siirtyivät kokonaan kolmanteen valtakunnalliseen televisioverkkoon, kun taas Yleisradiolle jäi kaksi muuta valtakunnallista verkkoa. Suomalaisessa televisio toiminnan historiassa tämä merkitsi ainutlaatuisia tapahtumaa, joka toi mukanaan muutoksia laajemminkin televisio- ja av-  
kenttään.<sup>42</sup> Ennen kaikkea tämä on merkinnyt kanavien profiloitumista uudelleen: YLE:n TV1 on ottanut paikkansa ”ykköskanavana”, TV2 puolestaan lupaa ”jokaiselle jotakin”. Tässä kentässä MTV3 on pyrkinyt paitsi stabilisoimaan jo rakentamansa ohjelmakartan, myös lisäämään ja monipuolistamaan uuden tilanteen mahdollistamaa ohjelmatarjontaa.<sup>43</sup>

Heikki Hellmanin mukaan näyttää siltä, että vuoden 1993 kanavauudistuksen jälkeen TV2 ja MTV3 olivat profiililtaan melko samankaltaisia. Neloskanavan tulo muutti kuitenkin tilannetta siten, että Yleisradio alkoi entistä enemmän painottaa niin sanottua informatiivista ohjelmistoa, kun taas MTV3 lisäsi viihteellisten ohjelmien määrää. 1990-lopulta lähtien MTV näyttää jättäneen viihteellisten ohjelmiston entistä enemmän Nelosen harteille. Nelosen ohjelmistosta viihdettä vuonna 2000 oli 77 prosenttia ja erityisesti ulkomaista fiktiotuotantoa (lähinnä sarjoja) oli yli 40% ohjelma-ajasta. Näin TV1 oli erityisesti asiaohjelmien, uutisten ja ajankohtaisohjelmien kanava. TV2 tarjosi tasaisemmin eri ohjelmatyyppejä, mutta painottui silti selvästi viihteellisempään tarjontaan. MTV3-kanavalla kaksi kolmasosaa ohjelmista oli viihteellisiä, mutta toisaalta kaksi kolmannesta oli myös kotimaisen tarjonnan osuus.<sup>44</sup>

Kymmenen vuotta sitten Osmo Miettinen ja Esa Blomberg käsittelivät televisio toimialan uudelleenmuotoutumista ja lähetyskanavien lisääntymistä raportissaan *Ruudun takaa: Tv-ohjelmabiznes kanavien uusjaon aikaan*. Yleisradion viestintämonopolin murtamisen ja ”MTV-Kolmostelevisio” oman lähetyskanavan perustamisen nähtiin muuttavan olennaisesti alalla toimivien yhtiöiden ohjelmistorakenteita ja ohjelmamarkkinoita.<sup>45</sup> Nykyinen tuotantokenttä on pitkälti muotoutunut näiden muutosten perusteella. Kaupallisen kanavan perustaminen merkitsi uudenlaista tilannetta, jossa kilpailusta tuli televisio toiminnan

---

<sup>42</sup> Ks. Nurmi 2000.

<sup>43</sup> Nurmi 2000, 155.

<sup>44</sup> Aslama, Hellman ja Sauri 2001, 78-90.

<sup>45</sup> Miettinen ja Blomberg 1992.

väistämätön osatekijä. Esimerkiksi katsojalukujen ja yleisötutkimusten merkitys on mainosrahoitteisen tuotantorakenteen myötä ja kiristyvässä kilpailutilanteessa korostunut entisestään.<sup>46</sup>

Yleisradion ja MTV:n suhteet pysyivät läheisinä mutta kompleksisina kanavauudistuksen jälkeenkin. Hellmanin ja Saurin mukaan suhtautuminen kaupalliseen televisiotoimintaan on ollut Suomessa sallivaa ja hyötynäkökohtia painottavaa, koska kaupallisuutta ei olla nähty varsinaisesti julkisen palvelun ohjelmatuotannon uhkaajana. YLE saa edelleen noin viidenneksen tuloistaan julkisen palvelun maksuna ja verkkovuokrana MTV3:lta. Tämä on aiheuttanut Yleisradiolle ristiriitaisen tilanteen: samalla kun yhtiön omille kanaville toivotaan mahdollisimman suuria katsojamääriä, on YLE:lle taloudellisesti edullisempaa, jos katsojia saa MTV3-kanava.<sup>47</sup> Samalla MTV3 on laajentanut toimintaansa televisiota sivuaville alueille, kuten äänilevyjen ja -kasettien tuottamiseen sekä videokasettien monistamiseen.<sup>48</sup> Heinäkuun 2002 alusta tilanne muuttuu, kun kaupallisten televisioyhtiöiden tilittämät toimilupamaksut puolittuvat ja digitaalista televisiotoimintaa harjoittavat yritykset vapautetaan maksuista kokonaan.<sup>49</sup>

Oy Ruutunelonen Ab:lle myönnettiin toimilupa 1990-luvun loppupuolella ja neljättä valtakunnallista lähetyverkkoa ryhdyttiin rakentamaan Suomeen 1997. Samana vuonna neljäs – toinen kaupallinen – televisiokanava Nelonen aloitti toimintansa. Televisiotoiminnan infrastruktuuri on kokenut muutoksia uuden tilanteen edessä, kun Neloskanava on tuonut televisiotoimintaan yhä enemmän kilpailun piirteitä. Samalla se on vahvistanut ohjelmatuotannon käytäntöjen muuttumista: Nelosen ohjelmistosta omaa tuotantoa ovat ainoastaan uutiset. Kaikki muu ohjelmatarjonta ostetaan itsenäisiltä tuotantoyhtiöiltä. Voidaankin sanoa, että Neloskanava on osaltaan mahdollistanut itsenäisen audiovisuaalisen tuotantokulttuurin syntyminen Suomeen.<sup>50</sup>

---

<sup>46</sup> Hellman ja Sauri 1997, 243-244.

<sup>47</sup> Hellman ja Sauri 1997, 244.

<sup>48</sup> Pesari 2000, 154.

<sup>49</sup> Ks. liikenne- ja viestintäministeriön tiedotteet ”Työryhmä esittää toimilupamaksujen puolittamista” (18.5.2001) <http://www.mintc.fi/www/sivut/dokumentit/tiedote/viestinta/ti180501382fin.htm> ja ”Kaupallisten kanavien toimilupamaksut alenevat” <http://www.mintc.fi/www/sivut/dokumentit/tiedote/viestinta/ti030102257fin.htm> (20.12.2001).

<sup>50</sup> Nelonen näyttäytyy tällä hetkellä voimakkaasti itsenäisiä tuotantoyhtiöitä tukevana kanavana. Ks. Satu ry:n jäsenhakemisto 2001, 5. Ks. myös Teinilä-Šmid 2000, 41-44.

Paitsi kaupallisten kanavien tulo, myös kaapelitelevisiotoiminnan voimistuminen on muuttanut alan rakenteita. Jukka Vilhusen vuonna 1996 ilmestyneen raportin mukaan ”[s]uomalainen televisiotoiminta on historiansa suurimpien muutosten edessä. Kilpailun vapautuminen kaupallisen televisiotoiminnan piirissä, digitaalisen maanpäällisen jakeluverkon rakentaminen lähivuosina, voimakkaasti lisääntyvä digitaalinen satelliittitarjonta sekä ennakoitu kaapelitelevisiotarjonnan kasvu muovaavat kaikki televisiojärjestelmäämme perusteellisesti.”<sup>51</sup> Kilpailutilanteessa suomalaista televisiotoimintaa ja sen suunnittelua onkin ohjattu suuntaan, jossa lähetysverkot, satelliitit ja kaapelitelevisio täydentävät toinen toisiaan.<sup>52</sup>

Satelliitteja on käytetty Euroopassa jo pitkään televisio-ohjelmien välityksessä ja nykyään suurin osa ohjelmien siirrosta tapahtuu niiden kautta. Satelliiteilla on ollut televisiotoimintaan myös kansainvälistä vaihtoa edistävä vaikutus. Maailmanlaajuisten uutistapahtumien välittäminen helpottui jo vuonna 1962, kun ensimmäinen, Telstar-niminen tietoliikennesatelliitti ammuttiin radalleen.<sup>53</sup> Useimpia satelliittiohjelmiä levitetään Suomessa kaapeliverkon välityksellä, jossa vuoden 1999 lopulla oli noin 900 000 liittymää. Suurin kaapeli-tv-yhtiö on vuonna 1973 perustettu Helsinki Televisio (HTV), mutta tällä hetkellä kaapelitelevisiotoiminta on levinnyt jo lähes kaikkiin kaupunkeihin. Kaapelitelevisioverkon laaja levinneisyys Suomessa osaltaan auttaa myös digitaalisen television vastaanottoinfrastruktuurin kehittämistä, sillä kaapeliverkko mahdollistaa kaksisuuntaisen liikenteen, eli niin kutsutun paluukanavan käyttöönoton digisovittimien välityksellä.<sup>54</sup>

Tutkija Peter Goodwin kirjoittaa, että television lähetystoiminnassa satelliittia, kaapelia ja maanpäällistä jakeluverkkoa ei oikeastaan voida erottaa toisistaan. Ne ovat toki välitysteknologioita, joilla on kullakin oma profiilinsa, mutta käytännössä niiden toiminta on kuitenkin tiukasti sidoksissa toisiinsa. Tutkiessaan eurooppalaista televisiotoimintaa hän päätyy siihen lopputulokseen, että välitystapojen tarkastelun sijaan televisiotoimintaa pitäisi arvioida sen maksuperustaisuuden pohjalta. Suuret televisiokanavat (kuten Canal+) ovat pystyneet voimakkaasti kehittämään omaa tuotantoaan ja saavuttamaan lähes

---

<sup>51</sup> Vilhunen 1996, 9.

<sup>52</sup> Pesari 2000, 155.

<sup>53</sup> Salmi 1995, 154.

<sup>54</sup> Uuttu 2001, 5-7; Pesari 2000, 158-159.

monipoliaseman omilla markkina-alueillaan katsojilta saatavien tilausmaksujen avulla. Tällä on ollut suuri vaikutus myös kanavien digitalisoitumiskehitykseen eri Euroopan maissa.<sup>55</sup>

Suomessa televisiojaketun digitalisointia on suunniteltu yhteistyössä kaapelitelevisioyhtiöiden ja maanpäällisen televisiotoimialan välillä. Kaapelitelevisiomarkkinat ovatkin 1990-luvun lopulta lähtien lähentyneet jo vakiintuneita televisiotoimialan markkinoita. Tässä suhteessa ne eroavat eräissä Euroopan maissa olevista televisiomarkkinoista, joissa toiminta voi olla jakautunut tiukasti säädeltyihin ja täysin markkinavetoisiin toimikenttiin. Suomessa kaapelitelevisioyhtiöt ovat investoineet lähetysverkkojensa digitalisoimiseen paitsi tarjotakseen internet-yhteyksiä, myös laajentaakseen muunlaista televisioon liittyvää palveluvalikoimaa tulevaisuudessa.<sup>56</sup>

### 3.2. Nykytila ja odotukset tulevaisuudelta

Suomalaisen media-alan rakenne on 1990-luvun puolivälistä lähtien mullistunut. Lähes kaikkiin viestintäaloihin vaikuttanut digitalisoitumiskehitys on muuttanut niin viestien tallentamista, muokkaamista, välittämistä kuin vastaanottamistakin. Sisällöllisiä muutoksia koko sähköisen viestinnän kentässä voidaan kunnolla arvioida vasta vuosien kuluttua. Selkeimmin alalla on vaikuttanut niin sanotun uusmediateollisuuden kasvu. Esimerkiksi Suomen audiovisuaalisen alan tuottajien yhdistyksen (*Satu ry*) tilastojen mukaan vuosien 1997-2000 välisenä aikana ainoa voimakkaasti kasvanut tuotannonala oli ”multimediatuotanto”. Sen osuus media-alan kokonaistuotannosta oli vuonna 2000 lähes puolet (46,1%). Mainoselokuva-, televisio-ohjelma-, yritysohjelma- ja audiotuotantojen sekä tuotantopalveluiden osuus kokonaistuotannosta väheni huomattavasti vertailun aikavälillä.<sup>57</sup>

Sähköinen viestintä kattaa sekä valtakunnallisen radio- ja televisiotoiminnan<sup>58</sup> että erilaiset paikallisradiot ja kaapelitelevisiokanavat. Mediatoimialan yhteenlaskettu liikevaihto Suomessa oli vuonna 1999 noin 3,8 miljardia markkaa.<sup>59</sup> Yleisradion televisiokanavien sekä MTV3:n ja Nelosen kotimaisten ohjelmien määräksi vuonna 1999 arvioitiin yli 8100 tuntia,

---

<sup>55</sup> Goodwin 1999.

<sup>56</sup> Uuttu 2001, 9-10.

<sup>57</sup> ”*Satu ry:n* kehitys vuosina 1997-2000”, *Satu ry:n* jäsenhakemisto 2001, 5.

<sup>58</sup> Tällä viitataan lähinnä Yleisradion valtakunnallisiin radiokanaviin, TV1:en ja TV2:en sekä kahteen kaupalliseen televisiokanavaan, MTV3:en ja Neloseen.

<sup>59</sup> Stenvall 2001, 53.

joista ulkopuolisesti tuotettua oli noin 1700 tuntia (noin 21 prosenttia). Ulkopuolisen tuotannon osuuden arvioidaan kasvavan edelleen. Tämä johtuu tv-yhtiöiden kasvavista kustannuspaineista ja digitalisoinnin mukanaan tuomasta kanavamäärien kasvusta.<sup>60</sup>

Riippumaton elokuva- ja televisiotuotanto on yleisesti totuttu jakamaan neljään sektoriin: televisiotuotanto, kaapelitelevisiotuotanto, perinteinen elokuvatuotanto ja mainoselokuva-tuotanto.<sup>61</sup> Näistä ensimmäinen liittyy pääosin YLE:n ja MTV3:n alihankintatuotantoon keskittyneisiin toimijoihin. Sähköisen viestinnän toimijat ovat melko hyvin järjestäytyneet Suomen Journalistiliittoon tai Teknisten liittoon.<sup>62</sup>

Tuotantorakenteen monipuolistuessa itsenäisten tuotantoyhtiöiden merkitys tulee tulevaisuudessa todennäköisesti kasvamaan voimakkaasti.<sup>63</sup> Isot televisiotoimijat ovat Suomessakin joutuneet irtisanomaan työntekijöitään ja yhtiöittämään omia yksiköitään vuoden 2001 aikana.<sup>64</sup> Niinpä sekä freelancereiden että riippumattomissa tuotantoyhtiöissä työskentelevien av-alan ammattilaisten määrä tulee seuraavien vuosien aikana lisääntymään. Satu ry:n julkaisemien tietojen mukaan vuoden 2000 lopussa vakinaisessa työsuhteessa tuotantoyhtiöissä oli yhteensä 1860 henkilöä.<sup>65</sup> Päälle on laskettava niin sanottujen freelancereiden määrä, joka on media-alalla huomattava. Esimerkiksi 1990-luvun lopulla itsenäiset tuotantoyhtiöt työllistivät vuosittain arviolta 3000-4000 määräaikaista freelanceria.<sup>66</sup>

Suomen suurimmat itsenäiset tuotantoyhtiöt olivat vuonna 2000 seuraavat<sup>67</sup>:

---

<sup>60</sup> Martikainen et al. 2001, 63; Hansén 2000, 396.

<sup>61</sup> Vilhunen 1996, 15.

<sup>62</sup> Ks. Hansén 2000, 375.

<sup>63</sup> Näin arvioivat av-alan ammattilaiset Aino-Maria Hansénin teettämässä kyselyssä. Ks. Hansén 2000, 327.

<sup>64</sup> Ulkoistamiskehityksestä ks. esim. Hansén 2000, 154-155.

<sup>65</sup> ”Satu ry:n kehitys vuosina 1997-2000”, Satu ry:n jäsenhakemisto 2001, 5.

<sup>66</sup> Hansén 2000, 375.

<sup>67</sup> F&L Research 2001, 190.



| Yritys                       | Päätoimiala   | Liikevaihto (m€) |
|------------------------------|---|------------------|
| Woodpecker Film Oy           | Mainoselokuvat  | 6,9              |
| Solar Films Inc              | Av-tuotannot  | 6,4              |
| Pearson Television           | Televisiotuotanto                                       | 5,9              |
| Tuotantotalo Werne Oy        | Televisiotuotanto                                       | 5,4              |
| Crea Video Oy                | Yritysohjelmat,<br>mainoselokuvat,<br>televisiotuotanto | 5,0              |
| Matila & Röhr Productions Oy | Av-tuotannot  | 5,0              |
| Axel Digital Group Oy        | Av-tuotannot  | 4,8              |
| Crea Filmi Oy                | Mainoselokuvat  | 3,7              |
| Filmitoiminta Fine Ab Oy     | Televisiotuotanto                                       | 3,2              |
| Broadcasters Oy              | Televisiotuotanto                                       | 3,0              |

Murroksesta huolimatta kotimaisia ohjelmamarkkinoita on Jukka Vilhusen mukaan 1990-luvullakin leimannut suuri televisioyhtiö- ja kanavariippuvuus. Tätä tilannetta on osaltaan muuttanut YLE:n nojautuminen yhä enemmän ulkopuoliseen tuotantoon ja sarjamuotoisiin ohjelmiin sekä neljännen valtakunnallisen televisiokanavan Nelosen perustaminen.<sup>68</sup>

Myös kaapelitelevisioinnissa mukana olevien televisioyhtiöiden oma ohjelmatuotanto on vähäistä. Joissain tapauksissa ohjelmatuotantoa harjoittaa kaapeli-tv-yhtiö itse, toisinaan ohjelmatuotanto taas on erillisten televisioyhtiöiden käsissä. Ohjelmatuotannon kehittämistä ovat rajoittaneet ennen kaikkea kaupallisen yhteistyön muotojen (erityisesti mainonnan) vähyys, tekijänoikeussäädökset sekä oman ohjelmatuotannon kalleus. Osaltaan liiketoimintamahdollisuuksien rajoittuneisuus on ajanut kaapelitelevisioyhtiöt etsimään uudenlaisia toiminnan muotoja. Tällaisia ovat muun muassa kansainvälisten satelliittikanavien välittäminen, niin sanottu maksutelevisio, ja internet-yhteyksien tarjoaminen.<sup>69</sup>

1990-luvun loppupuolen iskusanoja media-alalla olivat muun muassa *konvergenssi*, *monimediatuotanto* ja *versiointi*. Ne kaikki liittyvät osittain samaan kehityskulkuun, joka

<sup>68</sup> Vilhunen 1996, 14-16.

<sup>69</sup> Uttu 2001, 8.

perustuu digitaalitekniikan yhteisen perusteknisen standardin, binaarimuodon, käyttöönottoon kaikilla mediatuotannon aloilla. Kun informaatio eli data voidaan siirtää numeromuotoon, sen muokkaaminen ja siirtäminen yksinkertaistuvat huomattavasti.<sup>70</sup> Digitalisoituminen, jota voitaisiin nimittää myös tietokoneistumiseksi, on liittynyt niin radion, matkaviestinnän, elokuvan kuin nyt televisionkin kehittämiseen. Vanhassa, analogiseen siirtoon perustuvassa audiovisuaalisen viestinnän teknologiassa sähköksi muutettu kuva ja ääni siirretään jatkuvana, usein sini-muotoisena signaalina; digitaalitekniikassa taas otetaan signaalista näytteitä, jotka välitetään eteenpäin numeerisina merkkeinä 0 ja 1.<sup>71</sup>

Etenkin digitaalisen television ajatellaan tuottavan sekä sisältöjen että toimintojen uudenlaista konvergenssia ja integroitumista. Keskeisimpiä mediakonvergenssin alueita ovatkin tutkija Hannu Niemisen mukaan juuri sisällön tuotanto ja jakelun järjestäminen. Ohjelmatuotannon kannalta avainasemassa ovat suuret televisioyhtiöt ja jakeluverkon kannalta televiestintäalalla toimivat yritykset.<sup>72</sup> Tämän yhdentymiskehityksen voi nähdä myös levittäytyvän koskemaan niitä tuotantoprosesseja, jotka liittyvät digitaaliseen sisältötuotantoon. Varsin selvää kehitys näyttää olevan digitaalisen television suhteen, jossa varsinkin tuotantokoneiston ja -prosessien digitalisoiminen on muuttanut monien työnkuvien sisältöjä. Esimerkkinä tällaisesta kehityksestä on jo alussa mainittu uutistoimittajan muuttuminen moniala-ammattilaiseksi: sama ihminen valmisteleo uutisen, kuvaa ja äänittää jutun, leikkaa sen esityskelpoiseksi sekä vielä juontaa valmiin uutisen illan lähetyksessä.<sup>73</sup>

Osittain digitaalitekniikan käyttöönotto ja monimediatuotannoista visioiminen liittyvät media-alaa Suomessa leimavaan tiukkenevaan taloudelliseen tilanteeseen. Monet uusmediayhtiöt kamppailevat erilaisten rahoituskriisien kourissa, ja audiovisuaalisella alalla on jouduttu turvautumaan rajuihin säästökuureihin ja henkilöstöressurssien leikkauksiin. Ainoastaan ”perinteisempien” medioiden, kuten sanomalehdistön, tilanne on näyttänyt vuoden 2001 jälkeen valoisalta.<sup>74</sup> Digitaalisen television tulon myötä alan taloudellinen tilanne ei ainakaan lyhyellä aikavälillä parane. Pieni parannus televisiotuottajien tilanteeseen on ollut Tekesin myöntämä digitaalisen televisiotuotannon pilottirahoitus, jota jaettiin syksyllä 2001

---

<sup>70</sup> Ks. Nieminen 1999, 6.

<sup>71</sup> Pesari 2000, 173.

<sup>72</sup> Nieminen 1999, 8.

<sup>73</sup> Tällainen media-ammattilaisen muotokuva esitettiin muun muassa *A-studion* lähetyksessä 29.10.2001.

<sup>74</sup> Ks. esim. Kupari 2001.

tuotekehitykseen ja tekniikkaan. Opetusministeriö osallistui projektien sisällöntuotannon rahoitukseen.<sup>75</sup>

Monimediatuotannolla ja versiointia käyttämällä erityisesti tuotantokustannuksista pystytään tinkimään. Esimerkiksi digitaalisessa muodossa olevan televisio-ohjelman osia voidaan ilman monimutkaisia muuntovaiheita näyttää internetissä. Mihin tahansa ”sisältöön” on kätevää yhdistää erilaisten kanavien kautta saatavia lisätietopalveluita ja samasta materiaalista voidaan muokata vaikkapa useita erilaisia vuorovaikutteisia versioita. Oman lukunsa muodostavat digitaalisen radion, erilaisten mobiilipäätteiden sekä elektronisten kirjojen ja arkistojen tulevaisuudessa tarjoamat mahdollisuudet.<sup>76</sup> Pidäkkeitä useilla tahoilla tapahtuvaan julkaisemiseen aiheuttavat kuitenkin muun muassa tekijänoikeudet.

Digitaalisen televisiotuotannon puolella vastaava kehitys tuo yhteen uusmedia-alan ammattilaiset sekä perinteisen audiovisuaalisen alan ammattilaiset. Perusprosessit, kuten kuvaus, äänitys ja leikkaus, on jo digitalisoitu, joten perinteisen televisiotyön ammattilaisten täytyy periaatteessa olla myös digitaalisen kuvan- ja jälkikäsittelyn ammattilaisia. Uusmediatoimiala puolestaan tuottaa kuluttajille yhä enemmän ja enemmän perinteistä av-alaa muistuttavia tuotteita, kuten tietokoneella animoituja lyhyitä tarinoita, kerrontaan perustuvia interaktiivisia www-sivustoja tai cd-romeja sekä pitkiä elokuvia muistuttavia tietokonepelejä. Näin uusmedia-ammattilaisten tulee puolestaan tuntee kerronnan perusrakenteita, dramaturgiaa ja audiovisuaalisen kuva- ja ääni-ilmaisun perusteita.

Uusmedia-alalla työskentelevien ammattilaisten kouluttaminen myös audiovisuaalisen kerronnan osajiksi merkitseekin suurta haastetta koulutusjärjestelmälle. Tähän aiheeseen liittyy Tekesin julkaisema *Digi-TV:n palveluntekijän opas* (2001), joka luotaa käytännönläheisesti digitaalisen television tuloon liitettyjä ilmaisutapojen muutoksia. On tärkeää muistaa, että digitaalisuudesta huolimatta tietokone ja televisio säilyvät myös teknisesti varsin erilaisina toimintaympäristöinä. Digitaalisen television ohjelmasisältöä ja palveluita suunniteltaessa on huomioon otettava muun muassa television kuvaputken tekniikka ja standardoidut vastaanotinten minimivaatimukset. Esimerkiksi television ja tietokoneen näytön resoluutiot poikkeavat huomattavasti toisistaan. Graafisten suunnittelijoiden onkin tiedettävä televisioympäristön asettamat vaatimukset väreille ja tekstin luettavuudelle sekä käyttöliittymän eri elementeille. Toisaalta uusmedia-alan ammattilaiset

---

<sup>75</sup> Rusanen 2001.

<sup>76</sup> Aiheesta lisää ks. Saarela 2001b, 19.

hallitsevat esimerkiksi kuvien tiedostokoon optimoinnin, johon tulevaisuudessa täytyy myös televisioympäristössä kiinnittää huomiota.<sup>77</sup>

On arvioitu, että tulevaisuudessa televisio-ohjelmien tarjonta eriytyy, toisin sanoen kanavat pyrkivät kohdentamaan tuotantonsa yhä tehokkaammin ja yhä rajatummalle asiakaskunnalle eli segmentille. Tämä on erityisesti mainostajien kannalta hyvä asia, koska he voivat kohdentaa viestinsä entistä tarkemmin potentiaaliselle asiakaskunnalle. Toisaalta ongelmana on se, että rajatut katsojakunnat ovat väistämättä pienempiä sekä se, että segmentoinnit ovat aina tarkoitushakuisia ja keinotekoisia ihmisten karsinoimisen välineitä. Tarjonnan kohdistamisen sanotaan johtuvan kysynnästä ja yleisön vaatimuksista. Toisaalta taas television katsominen on hyvin pitkälti ”perustarjonnan” varassa (esimerkiksi uutiset, ajankohtaisohjelmat). Esimerkiksi Eero Pantzarin mukaan tämä säilyy ikään kuin perusrunkona, jota muut ohjelmatyypit ja uudet asiat täydentävät. Tätä tukee havainto siitä, että katsojatilastojen kärjet pysyvät suhteellisen samanlaisina vuodesta toiseen.<sup>78</sup>

On ennustettu, että tällä hetkellä olemassa olevien ja vakiintuneiden kanavien tarjonta pitää hyvin pintansa myös digitaalisen television myötä kiristyvässä kilpailutilanteessa. Näyttäisi siltä, että kuluttajat mielellään siirtyisivät alkuvaiheessa ensisijaisesti käyttämään digitaalisen television kautta muista medioista entuudestaan tuttuja ja hyviksi havaittuja palveluita.<sup>79</sup> Toisaalta on ajateltu, että digitaalisessa televisiossa katsojia kiinnostavat juuri interaktiiviset lisäpalvelut ja pääsy internetiin.<sup>80</sup> Uudenlaisen ohjelma- ja palvelutuotannon osuutta on vielä tässä vaiheessa vaikea arvioida, mutta selvää on, että uudenlaiseksi markkinoituun välineeseen on saatava uudenlaista sisältöä, jotta katsojat olisivat valmiita investoimaan uusiin vastaanottolaitteisiin.

---

<sup>77</sup> Rinnetmäki ja Pöyhtäri 2001, 23-25.

<sup>78</sup> Ks. Pantzar, Eero 2000, 27-32.

<sup>79</sup> Ks. Pantzar, Eero 2000, 7-8, 23-24, 30.

<sup>80</sup> Teinilä-Šmid 2000, 9-10, 13-15.

## 4. Uusmedia-alan kehitys ja sidokset televisiotuotantoon

Digitalisoituvan televisiotoiminnan aikakaudella on välttämätöntä tarkastella perinteisen audiovisuaalisen mediatuotannon rinnalla myös niin sanotun uusmediateollisuuden kasvua. Alojen muotoutumiskehitykset ja toimintaperiaatteet ovat hyvin erilaisia, mutta niiden palvelujen ja tuotteiden on oletettu lähentyvän toisiaan. Ennen kaikkea tulevaisuuden yhteiset ”media-alustat” yhdistävät toimialojen tuotantokenttiä. Digitaalinen televisio ja siihen liitetyt oheistoiminnot avaavat näin uusia mahdollisuuksia myös digitaalisen mediatuotannon, internet- ja matkapuhelinpalveluiden, parissa työskennelleille yrityksille. Tässä luvussa luomme tiiviin katsauksen uusmediatoimialaan ja sen edellytyksiin suhteessa digitalisoituvaan televisiotuotantoon.

*Uusmedia* on kirjaimellisesti uusi asia suomalaisessa mediakentässä. Käsite otettiin käyttöön Suomessa 1997 kääntämällä suoraan englannin kielen *new media*. Nojaudumme tässä Hannu Niemisen näkemykseen, jonka mukaan uudella medialla tarkoitetaan ”kaikkea digitaaliseen (tietokonepohjaiseen) informaationkäsittelyyn perustuvaa viestintäsisältöjen tallennusta ja siirtoa sekä siihen liittyvää tekniikkaa.”<sup>81</sup> Toimialan muotoutuminen on alkanut vasta 1990-luvun ensimmäisinä vuosina henkilökohtaisten tietokoneiden yleistyessä sekä tietoverkkojen ja langattomien yhteyksien kehittyessä.<sup>82</sup>

Alan tuoreuden ja nopean kehitysvauhdin takia sen määrittely on ollut hankalaa. Jouni Helomaa, Tommi Pelkonen ja Teemu Väänänen päätyvät seuraavanlaiseen määrittelyyn: uusmediatoimialaan kuuluvat sellaiset yritykset sekä niiden yksiköt, jotka toimivat osittain tai kokonaan www-palvelujen suunnittelun ja toteutuksen, multimediataratkaisujen ja -tuotteiden suunnittelun ja toteutuksen, www-palvelujen sisältöjen tarjoamisen, internet-mainonnan ja -markkinoinnin sekä edellisiin liittyvän koulutuksen ja konsultoinnin alueilla.<sup>83</sup> Koko uusmedia-ala on noussut sateenvarjokäsitteeksi, joka kerää alleen kirjavan joukon yrityksiä ja toimijoita, jotka tuottavat digitaalisessa muodossa olevia mediatuotteita, teknisiä ratkaisuja, palveluita tai sisältöjä. Uusmediatuotanto on pääosin *business-to-business* -toimintaa, eli tuotteita tai

---

<sup>81</sup> Nieminen 2000, 18.

<sup>82</sup> Martikainen et al. 2001, 63-64.

<sup>83</sup> Helomaa et al. 1999, 1-2. Ks. myös Kuokkanen et al. 1999, 12.

palveluita myydään ensisijaisesti toisille yrityksille tai yhteisöille. Varsinaisia yksilöille suunnattuja tuotteita ovat toistaiseksi olleet lähinnä erilaiset multimediasovellukset.<sup>84</sup>

Uusmediatoimialan kasvu, sisäinen järjestymisen sekä tuotteiden ja palvelujen jalostuminen on tapahtunut varsinaisesti vuosien 1997 ja 2001 välillä. Uusmediatoimialan kasvua valottaa koko alan liikevaihdon lukemien tarkastelu<sup>85</sup>:

| <b>Vuosi</b>       | <b>Uusmediatoimialan liikevaihto (arvio)</b> |
|--------------------|--|
| 1995               | 65 mmk                                       |
| 1996               | 245 mmk                                      |
| 1997               | 375 mmk                                      |
| 1998               | 700 mmk                                      |
| 1999               | 900 mmk                                      |
| 2000 <sup>86</sup> | 1150 mmk                                     |

Uusmedia-alan liikevaihto on kasvanut tasaisesti vuodesta 1993 vuoteen 1999;<sup>87</sup> sen sijaan kahden viime vuoden aikana on ollut havaittavissa selvää epävarmuutta yritysten taloudellisessa infrastruktuurissa. Suuretkin yritykset ovat saattaneet nopeasti joutua taloudellisiin vaikeuksiin.<sup>88</sup> Esimerkiksi Aino-Maria Hansénin mainitsemien vuoden 1998 suurimpien uusmediayritysten joukosta oli vuoden 2002 alussa sellaisenaan toiminnassa enää muutama.<sup>89</sup> Tyypillistä alalle onkin ollut suuri muutosherkkyys: yritysten fuusioitumis- ja keskittymiskehitys sekä konkurssit ovat olleet merkittävässä roolissa alan uutisoinneissa.

Uusmedia-käsitteen ohella vähintään yhtä epämääräinen ja vaikeasti määriteltävä termi on sisältötuotanto, joka myös on tullut laajempaan käyttöön 1990-luvulla. Aluksi sisältötuotannolla on tarkoitettu kaikkea sähköisen viestinnän osa-alueita – myös elokuvaa

---

<sup>84</sup> Hansén 2000, 42.

<sup>85</sup> Taulukko perustuu Helsingin kauppakorkeakoulun Uusmediaryhmän arvioihin teoksessa Kuokkanen et al. 1999, 18-19.

<sup>86</sup> Vuoden 2000 lukema perustuu Hansénin arvioon teoksessa Hansén 2000, 40.

<sup>87</sup> Kallio et al. 2001, 41

<sup>88</sup> Aiheesta lisää ks. esim. Inkinen 2001, 127-129.

<sup>89</sup> Hansénin taulukossa suurimmat uusmediayritykset Suomessa vuonna 1998 ovat järjestyksessä: Interaktiivinen Satama, RTS Networks, Tietovalta, Nedecon, Interaktivum, AtBusiness Communications, Edita, Spray Razorfish, Terra Nova Visuals, To the Point ja Yomi Media. Ks. Hansén 2000, 40. Vuoden 2002 alussa näistä yrityksistä suurin osa ei ole ainakaan samassa muodossa enää toiminnassa.

tai television ohjelmatuotantoa – mutta nykyisin käsite viittaa useimmin digitaalisiin mediasisältöihin ja verkkotuotantoon.<sup>90</sup> Sisältötuotanto-termi on syntynyt pääosin poliittisen diskurssin tarpeisiin. Tulkintamme mukaan tästä syystä sillä on haluttu viitata ennen kaikkea asiasisältöön. Mediatuotteiden käyttötilanteissa sisällön varsinaisen merkityksen määrää kuitenkin aina sisällön tulkitseja, oli hän sitten katsoja, lukija tai kuuntelija.

Sisältötuotanto-termistä on yritetty tehdä välittävää elementtiä konkreettisen, teknisen tuotantopuolen ja pitkän historian aikana muotoutuneen kulttuuriteollisuuden välille. Ajatus sisältötuotannosta pitää sisällään sen, että digitaalisen median tuotannoissa ei riitä pelkkä tekninen suunnittelu ja toteutus, vaan sisällöntuottajan tulee olla ajan ja kulttuurisen kehityksen hermolla tietääkseen, minkälainen sisältö on hyvää. Sisällöntuottajan on siis hallittava sekä kulttuurinen että teknologinen toimintaympäristö ja tiedettävä miten mikin ”konsepti” saadaan kulloisessakin tilanteessa toimimaan. Käytännön ongelmaksi tässä tilanteessa on kuitenkin muodostunut muun muassa se, että sisällön ja teknisen rakenteen luominen on erotettu toisistaan, vaikka kumpaakaan ei voi toteuttaa toisesta erillään.

Tetta Jounelan mukaan puhuttaessa erityisesti kulttuuriteollisuudesta on tärkeää erottaa varsinainen sisältö ja sen tuottaminen, oli se sitten ”taiteellista” tai ”teollista”. Hänen mukaansa sisältötuotannon ja sisältöteollisuuden käsitteillä on paljon yhteistä. Tässä yhteydessä erityisesti kansainvälinen termi, *content creation industry*, voi toimia monihaaraisten ja kompleksisten termikentän jäsentäjänä.<sup>91</sup> Keskustelu kulttuuriteollisuudesta ja sisältötuotannosta kuvaa osaltaan aikamme jälkiteollista yhteiskuntaa, jossa nähdään tärkeänä erottaa sisällön *luominen* sen *jalostamisesta* tai *paketoinnista*, jonka on tapahduttava kaupallisista lähtökohdista. ”Sisällön” ja ”tuotannon” erillään pitäminen indikoi myös osaltaan laajaa kulttuurista murrosta, johon liittyvät esimerkiksi kiistat sisältöjen tekijänoikeuksista sekä levitys- ja käyttöoikeuksista. Tähän kehitykseen digitalisoitumisella on ollut keskeinen vaikutus.<sup>92</sup>

Määriteltäessä koko (uus)media-alaa huomioon on kuitenkin otettava ”sisällön” ja ”tuotannon” monitahoinen limittyminen toisiinsa. Digitaalisen median tuotannoissa kyse on ensisijaisesti kokonaisvaltaisista prosesseista, joista voidaan erottaa eri osavaiheita erilaisten tekijöiden vastuulle. Tekijöillä täytyy kuitenkin olla käsitys siitä kokonaisuudesta, jota

---

<sup>90</sup> Stenvall 2001, 13.

<sup>91</sup> Jounela 1999, 169.

<sup>92</sup> Ks. esim. Nieminen 1999, 7.

kulloinkin työstetään. Digitaalisen median yhteydessä sisältötuotanto-termi on ongelmallinen myös siksi, että vuorovaikutteisissa palveluissa merkittävän osan ”sisällöstä” voivat tuottaa palveluiden käyttäjät. Osaltaan keskustelu sisältötuotannosta kuvastaakin uusmediatoimialan nuoruutta ja termistön vakiintumattomuutta toimialan itsensä ulkopuolella.

Yhtenä keskeinä muutostekijänä voidaan media-alalla pitää toimialojen lähentymis- eli konvergoitumiskehitystä, jonka perustana on ajatus sekä sisältöä välittävien ratkaisujen että kuluttajille suunnattujen laitteiden yhdenmukaistumisesta.<sup>93</sup> Yhdentymiskehitys on ollut esillä jo muutaman vuoden ajan. Radio, televisio, tietoverkot ja matkapuhelintoiminta nivoutuvat – ainakin visioiden mukaan – entistä tiiviimmin yhdeksi digitaalseksi media-avaruudeksi, jossa erilaisiin käyttöympäristöihin tuotettuja kulttuuriteollisia tuotteita käytetään, kulutetaan ja tulkitaan. Tulevaisuudessa digitaalista ”sisältötuotantoa” onkin entistä vaikeampi erottaa muusta mediatuotannosta.

Tämä kehitys näkyy erityisen selvästi niin sanotussa elämysteollisuudessa, ”vapaa-aikateollisuudessa”, jonka veturina toimii pelituotanto. Kotitietokone on muuttunut lasku- ja tekstinkäsittelykoneesta audiovisuaalista informaatiota käsitteleväksi multimediatekijäksi. Wap-puhelimen välityksellä voidaan käyttää internet-pohjaisia palveluja ja samaa mahdollisuutta visioidaan digitaalisen television oheistuotteeksi. Sisältöjen ja palveluiden käytön kannalta konvergenssi on kuitenkin huomattavasti tätä monimutkaisempi asia. Laitetason tekninen kehitys, jossa konvergoitumista näyttää tapahtuvan, on vain yksi osa digitaalisen mediaympäristön muotoutumista. Vasta tuotteiden ja palveluiden käyttö tilanteisena ja paikallisena tapahtumana määrää sen, millaiseksi tulevaisuuden digitaalinen mediaympäristö muodostuu.

On todennäköistä, että tulevaisuudessa eri mediavälineet säilyttävät jonkinlaisen yksilöllisen identiteetin, vaikka samoista ”sisällöistä” tehtäisiin eri versioita eri kanavien kautta jaeltaviksi. Tärkeimpinä eri mediavälineiden erityisyyttä ylläpitävinä tekijöinä pidämme mediasisältöjen erilaisia käyttötilanteita ja -tottumuksia. Tähän näkemykseen liittyy myös keskeinen audiovisuaalista alaa ja uusmediatoimialaa erottava tekijä. Kuten totesimme tämän luvun alkupuolella, uusmediatuotanto on pääosin *business-to-business* -toimintaa. Audiovisuaalinen tuotanto taas pääosin ei ole. Suurin osa uusmedia-alan liiketoiminnasta

---

<sup>93</sup> Aiheesta lisää ks. esim. Helomaa, Pelkonen ja Väänänen 1999, 3.



liittyy asiakasyritysten sisäisen ja ulkoisen viestinnän suunnitteluun.<sup>94</sup> Tästä syystä uusmediatoimialan rakenne on muotoutunut erityisesti asiakassuhteita ja asiakkuuksien hallintaa painottavaksi. Sähköinen viestintä, erityisesti elokuva- ja televisiotuotanto, taas on jatkuvaa tasapainoilua yleisön odotusten, tulevien kehitystrendien ja tuotannollisten valmiuksien välillä. Suunnitelmien tekninen toteutus on vain pieni osa kokonaistuotannon hallintaa, sillä av-tuotteiden menestymiselle kaikkein tärkeimpiä tekijöitä ovat sisällölliset kvaliteetit. Tässä mielessä uusmediaosaajien integroituminen audiovisuaalisen mediatuotannon alalle ei tule tapahtumaan kivuttomasti.

Myös audiovisuaalisen viestinnän alalla itsessään on käynnissä merkittäviä muutoksia. Digitaalisen television tulo on osallisena siihen, että ainakin jonkinlaista yhdentymiskehitystä teknologioiden, tuotteiden ja palveluiden suhteen tapahtuu väistämättä. Varsinainen megatrendi näyttää liittyvän viestinnän ja keskinäisviestinnän määrän lisääntymiseen sekä kuluttajien aktiiviseen osallistamiseen.<sup>95</sup> Digitaalinen televisio on tässäkin kehityksessä keskeisesti osallisena. Katsojalle – tai ”käyttäjille” – digitaalinen televisio tuo mukanaan lupauksen erilaisten vuorovaikutuksen muotojen kehittymisestä. Digitaalisuuden eteenpäinviemän interaktiivisuuden idean myötä katsojien on mahdollista siirtyä passiivisesta vastaanottajan roolista (*leaning back*) aktiiviseksi eri palveluvaihtoehtojen käyttäjäksi (*leaning forward*).<sup>96</sup>

Yleisökyselyissä juuri interaktiivisuus on nostettu usein esille katsojan kannalta yhtenä kaikkein mielenkiintoisimmista digitaalisen television uudistuksista.<sup>97</sup> Haasteita yleisesti mediakentälle – ja etenkin televisio- ja uusmediatuotannon välimaastossa toimiville ammattilaisille – aiheutuu siitä, että uutta ja mielenkiintoista ”sisältöä” pitäisi tuottaa huomioiden samalla digitaalisuuden mukanaan tuomat interaktiivisuuden mahdollisuudet. Yhtenä esimerkkinä television ja tietoverkkojen keskinäisestä kytkennästä voidaan mainita niin kutsutut mediavirtapalvelut (*media streaming*). Liikenne- ja viestintäministeriön tilaaman selvityksen mukaan mediavirta ja televisiolähetykset täydentävät toisiaan: perinteinen televisiotuotanto ja broadcasting-kulttuuri toimivat edelleen tavoiteltaessa sisältöpalveluille mahdollisimman suurta yleisöä, mutta mediavirta halvempine tuotantoinen ja tekniikoineen

---

<sup>94</sup> Hansén 2000, 42-43.

<sup>95</sup> Stenvall 2001, 95

<sup>96</sup> Ks. esim. Teinilä-Šmid 2000, 15-16.

<sup>97</sup> Ks. esim. Jääskeläinen 2001b ja Teinilä-Šmid 2000.

voi olla omiaan kehiteltäessä uusia henkilökohtaisia mediapalveluita.<sup>98</sup> Näin mediavirtapalvelut saattavat hyvinkin integroitua osaksi digitaalisen television käynnissä olevaa vastaanottoinfrastruktuurin rakentamista.

Interaktiivisten sisältöjen kehittämiseen liittyvät haasteet tulevat tietyssä mielessä vaikeaan aikaan koko viestintäalalle – erityisesti kuitenkin uusmedia-toimialalle. Ala on kokenut merkittäviä rakenteen ja suunnan muutoksia vain muutaman vuoden sisällä. Uusmedia-alan vahvuutena Suomessa on pidetty vahvaa teknologista osaamista sisältöihin liittyvän suunnittelu- ja kehitystyön kustannuksella.<sup>99</sup> Tästä osittain johtuu myös uuden median keskeisen käsitteistön sirpaloituneisuus ja epäselvyys. Tähän viittaa myös opetushallituksen Lasse Lyytikäinen esipuheessaan teokseen *Uusmediatoimialan toimenkuvat ja osaamistarpeet 1999*: ”maailmassa saatikka Suomessa [–] ei ole vielä kauttaaltaan yhteisesti sovittua median ja sen käsitteiden sisältöä havainnollistavaa kieltä, minkä vuoksi asiantuntijatkin puhuvat usein toistensa ohi [–] tarkoittaessaan samalla käsitteellä eri asiaa.”<sup>100</sup> Vuonna 1999 tilausta oli siis sellaiselle teoreettiselle viitekehykselle, joka kattavasti huomioisi muutokset sekä mediatoimialan tuotannon tavoissa että sisältötuotannon tuloksissa.

---

<sup>98</sup> Aiheesta lisää ks. *Mediavirtaa webissä. Webvideon kehitysnäkymät Suomessa*, 2001.

<sup>99</sup> Ks. Pohto ja Wirén 2001, 13, 18; Pelkonen 2001, 34.

<sup>100</sup> Lyytikäinen 1999, vii.

## 5. Digitaalinen televisio Suomessa

Tässä luvussa esittelemme yleisellä tasolla Suomen digitaalisen television kehitysprosessia ja etenemme niihin argumentteihin, joilla digitaalista televisiota puolustetaan. Toisaalta kritisoimme projektia tarkastelemalla asiaa yksilön, ”kuluttaja-kansalaisen”, näkökulmasta. Luvun toisessa osassa esittelemme käsityksiä vuorovaikutuksen lisääntymisestä ja sen merkityksestä televisiotoiminnalle. Tarkastelemme lupausta vuorovaikutteisuudesta sekä rakenteellisella että sisällöllisellä tasolla. Lopuksi otamme kantaa nimenomaan televisiokerrontaan liittyvään vuorovaikutteisuuden ideaan ja jäljitämme sen vaikutuksia av-alan tuotantorakenteisiin ja työnkuviin.

Valtioneuvosto asetti Suomen digitaalisen television toimiluvat haettaviksi alkuvuonna 1999.<sup>101</sup> Toimiluvat myönnettiin 23.6.1999 kymmeneksi vuodeksi aikavälille 1.9.2000-31.8.2010. Toimiluvan saaneet kanavat jaettiin kolmeen multipleksiin eli kanavanippuun, joiden omistajat ovat Yleisradio, Alma Media ja Sanoma-WSOY:

|  |
|--|
| <b>Kanavanippu A: julkinen palvelu, Yleisradio</b>   |
| YLE TV1D (vastaa analogista kanavaa YLE1)<br>YLE TV2D (vastaa analogista kanavaa YLE2)<br>Uutispalvelu YLE 24 (uutiskanava)<br>Finlands Svenska Television FSTD (ruotsinkielinen kanava)<br>YLE Teema (alun perin YLE+, kulttuuri-, opetus- ja tiedekanava)                  |
| <b>Kanavanippu B: kaupalliset palvelut</b>   |
| MTV3 (MTV3 Oy, MTV3:n digitaaliversio)<br>SubTV (alun perin CityTV, City-TV Oy, alueellinen ohjelmisto)<br>Urheilukanava (Suomen urheilutelevisio Oy)<br>Wellnet (Wellnet Oy, hyvän olon palveluverkko)  |
| <b>Kanavanippu C: kaupalliset palvelut</b>   |
| Oy Ruutunelonen Ab (Nelosen digitaaliversio)<br>Helsinki Media Company Oy (Maksullinen elokuvakanava <sup>102</sup> )<br>Werner Söderström Oy (Alfa+, maksullinen opetuskanava <sup>103</sup> )<br>Canal+ Finland Oy (Maksullinen elokuva- ja urheilukanava <sup>104</sup> ) |

<sup>101</sup> Uusi toimilupakierros käydään kesällä 2002, kun digitaalisen television aloituksesta poisjääneiden kolmen kanavan toimiluvat jaetaan uudelleen.

<sup>102</sup> Kanavan toimilupa raukesi joulukuussa 2001, sillä säännöllistä lähetystoimintaa ei ollut aloitettu.

Digitaalisten lähetysten aloittaminen tapahtui Suomessa ennalta sovitun aikataulun mukaisesti 27.8.2001. Tosin YLE aloitti digitaaliset koelähetykset jo Sydneyn olympiakisalähetysten yhteydessä syyskuussa 2000.<sup>105</sup> Ensimmäinen kanavanippu koostui kolmesta lähettimestä (Espoo, Turku, Tampere), ja lähetysverkko laajennettiin kolmen kanavanipun ja viiden lähettimen tasolle 31.3.2001 mennessä. Suomessa analogiset lähetykset jatkuvat digitaalisten rinnalla ainakin vuoteen 2006 asti.

Kansainvälisessä tarkastelussa digitaaliset televisiolähetykset alkoivat satelliittijakelun digitalisoinnilla. Euroopassa käynnistyi vuonna 1996 muutaman kuukauden välein kolme satelliittivälitteistä maksutelevisiokanavaa: DStv (Italia), Canal Satellite Numérique (Ranska, taustalla Canal+) ja DF1 (Saksa, taustalla Kirch-yhtiö).<sup>106</sup> Yhdysvalloissa aloitus tapahtui vuotta aiemmin, kun DirecTV aloitti suorasatelliittijakelun. Suomessakin televisiotoiminnan digitalisoiminen on edennyt satelliittivetoisesti: Canal+:a jakeleva Canal Digital Oy ja TV1000:n takana oleva Oy Viasat Finland Ab aloittivat satelliittitelevisiotoiminnan digitalisoinnin jo vuonna 1997.<sup>107</sup>

Tutkija Pertti Näräsen mukaan digitalisoituminen on Canal+:n kaltaisille suurille monikansallisille yhtiöille helppo askel, sillä se tarjoaa lisää tilaa ilmaispalveluille ja maksullisille kanavapaketeille. Ylikansallisella televisioalalla toimii ”määrän ekonomia” (*economy of scale*) eli vanhan sisällön levittäminen entistä laajemmalle lisää tuottoja enemmän kuin yksikkökustannuksia. Lisäksi satelliittikanavien yleisö on jo ennestään tottunut digitaaliseen satelliittikooderiin ja sen käyttöön, joten erillisen sovittimen hankkiminen on heille pieni askel.<sup>108</sup>

Suurempi kysymys on, millaiseen rooliin digitaalinen televisio ohjaa perinteistä julkisen palvelun televisiotoimintaa. Yhtälön lähtökohdat näyttävät hankalilta, kun lisätarjonta ja uudet

---

<sup>103</sup> Kanava vetäytyi aloituksesta 22.8.2001, koska toimintaedellytykset eivät olleet riittävät.

<sup>104</sup> Kanavan toimilupa raukesi joulukuussa 2001, sillä säännöllistä lähetystoimintaa ei ollut aloitettu.

<sup>105</sup> Yleisradio on digitaalisesta lähetystoiminnasta toisenlaistakin kokemusta. Se on vuodesta 1997 lähtien paketoinut suomalaisesta ohjelmistosta digitaalisesti lähetettävää TVFinland-kanavaa lähinnä kansainväliseen levitykseen.

<sup>106</sup> Murdock 2000, 47.

<sup>107</sup> Uttu 2001, 9.

<sup>108</sup> Näränen ja Sihvonen 2001, 44-45.

palvelut pitää tuottaa ilman uutta rahaa sisältötuotantoon.<sup>109</sup> Julkisen palvelun kanavien on vaikea astua myöskään palveluiden maksullistamisen tai kaupallisen mainonnan tielle, sillä EU:n mediapolitiikka on jatkossa kontrolloimassa entistä tarkemmin sitä, että kaupallisen ja julkisen palvelun tontit säilyvät selvästi erillään.<sup>110</sup>

Digitaalinen televisio tarkoittaa käytännössä digitaalista signaalinsiirtoa eli digitaalisessa muodossa olevan kuvan, äänen ja muun datan<sup>111</sup> siirtämistä lähetysyksiköistä kotipäätteisiin. Digitaalisen television toteuttamisvaihtoehtoja on useita. Euro-standardeja ovat DVB-S, -C tai -T (*Digital Video Broadcasting: Satellite, Cable, Terrestrial*), eli digitaalinen signaali voidaan siirtää joko satelliitin, kaapelin tai maanpäällisen lähetysverkon välityksellä. Suomessa näistä on valittu vaihtoehto T (*terrestrial*), sillä se on ainoa, jolla voidaan taata syrjäisimmillekin alueille tarpeeksi varmat vastaanotto-olosuhteet. Toisena etuna on vastaanottimen siirreltävyys.<sup>112</sup> Jakelussa käytetään olemassaolevaa lähetysasemaverkkoa ja sen UHF-taajuusaluetta.<sup>113</sup>

Kaapelivaihtoehto olisi käyttökelpoinen vain tiheästi asutuilla seuduilla ja satelliittivälitteinen lähetystoiminta olisi tarkoittanut suomalaisen tuotannon asettamista samalle viivalle ison kansainvälisen satelliittivälitteisen ohjelmatuotannon kanssa. Tällöin vaarana olisi, että kotimaiset toimijat jäisivät paitsioon.<sup>114</sup> Suomessa on lisäksi herännyt ajatus ”internet-televisiosta”, joka olisi mahdollinen toteuttaa tietokoneen sekä kaapelimodeemin tai laajakaistaliittymän avulla. Toistaiseksi tästä vaihtoehdosta on kuitenkin keskusteltu erittäin vähän ja asiantuntijoiden mielipiteet sen kustannustehokkuudesta menevät ristiin.

Digitaalisen signaalin vastaanottoon tarvitaan kotipäässä erityinen *digisovitin* eli *set-top-box*.<sup>115</sup> Se muuntaa tulevan kompressoidun<sup>116</sup> datan pikseleistä muodostuvaksi kuvaksi ja

---

<sup>109</sup> Tähän on lisättävä, että Teknologian edistämiskeskus Tekes on myöntänyt syksyllä 2001 digitaalisen television ohjelmatuotannon pilotteihin lisärahoitusta. Tätä tukirahaa koordinoi Suomen audiovisuaalisen alan tuottajien yhdistys Satu ry. Rahoituksen ja ohjelmapilottien merkitys televisiotoimialalle selvinnee kevään 2002 kuluessa.

<sup>110</sup> Ks. Commission on public service 2001.

<sup>111</sup> Muulla datalla tarkoitetaan tässä yhteydessä esimerkiksi ns. palvelutietoa (ns. SI-tietoa, *Service Information*). Sen avulla voidaan välittää lisätietoa kanavilla näytettävistä ohjelmista ja niiden palveluista. Ks. esim. Karkimo 2001, 71.

<sup>112</sup> Ks. esim. Heikkilä 2000.

<sup>113</sup> Karkimo 2001, 73.

<sup>114</sup> Ks. Teinilä-Šmíd 2000, 11.

<sup>115</sup> Suomen kielitoimiston suosituksen mukaan tässä selvityksessä laitteesta käytetään nimitystä *digisovitin*.

<sup>116</sup> Digitaaliset televisiolähetykset tiivistetään ja pakataan MPEG-standardien mukaisilla menetelmillä, jotka on varta vasten kehitetty tähän tarkoitukseen. Tiivistämisestä lisää ks. esim. Karkimo 2001, 72.

stereoääneksi. Käytännössä sovitinta voidaan verrata tietokoneeseen, joka prosessoi bittivirrasta televisioruudulle kulloinkin halutunlaisen kokonaisuuden. Television katsojien kannalta digitaalisen television tekniikkaan, nimenomaan sen kotivastaanottoon liittyy kuitenkin joitain ongelmia. Television lisälaitteet ovat pieniä tietokoneita, jotka tarvitsevat ohjelmia ja muistia toimiakseen. Näin ne tarvitsevat myös huoltoa ja säännöllisiä päivityksiä.<sup>117</sup> Teknisesti edistyneempiä, niin sanottua MHP- eli *Multimedia Home Platform* -standardia tukevia sovitimia saataneen myyntiin vasta kesällä 2002.<sup>118</sup>

Television digitalisoiminen nähdään useissa puheenvuoroissa murrokseksi, joka on välttämätön siirryttäessä kohti edistyneempiä sähköisiä viestintämuotoja. Digitaalisuutta suhteessa televisio- ja radiotoimintaan on verrattu samanlaisiin kehitysaskelisiin, joita otettiin siirryttäessä vinyylistä cd-levyihin sekä matkapuhelimien GSM-verkkoon. Digitaalinen radio aloitti vuonna 1998<sup>119</sup> ja analogisista videonauhoista ollaan parhaillaan siirtymässä kohti dvd:n (*Digital Versatile Disc*) aikakautta. Tietokoneet ovat mullistaneet tietojenkäsittelyä kotona, työpaikoilla ja tuotantolaitoksissa. Koko teknistynyt länsimainen maailma pyörii pitkälti digitaalitekniikan varassa. Tekniseltä kannalta analogisen television muutos digitaalseksi näyttääkin selvältä ja väistämättömältä.

Suomalaisten televisiokatsojien valmius investoida vielä toistaiseksi suhteelliseen kalliseen digisovittimeen on kuitenkin osoittautunut varsin pieneksi. Keskeisin syy tähän lienee se, ettei digitaalisten kanavien katsota toistaiseksi tarjoavan mitään poikkeuksellisen houkuttelevaa. Kanavia on toiminnassa tällä hetkellä kymmenkunta, mutta ne kaikki eivät ole vielä lanseeranneet omaa ”digitaalista” ohjelmistoaan odotellessaan sovitimien yleistymistä.<sup>120</sup> Katsojat taas eivät ole valmiita ostamaan digisovitinta, sillä sen ominaisuudet eivät ole vieläkään täysin selvillä. Ne argumentit, joilla digitaalisen television ajatusta on Suomessa lanseerattu, eivät toteudu vielä vuodenvaihteessa 2002 saatavilla olevissa sovitinmalleissa. Tallennus- ja muokkausmahdollisuudet eivät vielä yllä lupauksen tasolle,

---

<sup>117</sup> Digitaalitelevisio luultavasti kehittyy nopeasti ainakin seuraavat viisitoista vuotta, ja näin ollen kuluttajat joutuvat päivittämään tai ostamaan uusia versioita suhteellisen usein.

<sup>118</sup> Ks. ”Digi-tv-vastaanottimet nyt myynnissä”, [http://www.digitv.fi/kuukauden\\_vieras.asp?path=1;678;2786](http://www.digitv.fi/kuukauden_vieras.asp?path=1;678;2786).

<sup>119</sup> Digitaalisesta radiosta lisää ks. esim. Ala-Fossi 2001, 67-74.

<sup>120</sup> Digitaalisen television alkuvaikeudet ovat olleet laajan keskustelun kohteena jo ennen digitaalisen television lanseerausta. Esimerkiksi Anssi Miettinen kirjoitti Helsingin Sanomien verkkoliitteessä: ”Digitaalitelevisio ei tuo interaktiivista uutta.” 24.6.1999. <http://www.helsinginsanomat.fi/uutisarkisto/19990624/koti/990624ko30.html>. Myös esimerkiksi *Bisnes.fi*-lehti kirjoitti avoimesti, että Suomessa ”lanseerataan tuote, joka ei vastaa odotuksia.” Ks. Lintulahti 2000, 56.

eikä paluukanavaongelmaa ole pystytty tyydyttävästi ratkaisemaan.<sup>121</sup> Myös vastuuhenkilöiden ja päättäjien taholta on tullut julkisuuteen digitaaliseen televisioon kohdistuvia ristiriitaisia asenteen ilmauksia.<sup>122</sup> Esimerkiksi Yleisradion hallintoneuvoston puheenjohtajan Markku Laukkasen haastattelu herätti tässä suhteessa suurta huomiota. Haastattelussa Laukkanen pohtii koko digitaalisen television alasajoa yleisöpulan vuoksi, vaikka hän samalla korostaa uskovansa digitalisointiin.<sup>123</sup>

Jokaista uuden teknologisen innovaation omaksumista voidaan tarkastella innohuusion ja domestikaation käsitteiden kautta. Innohuusio tarkoittaa laitteen käyttöönottamisen vaihetta, jolloin käyttäjät keksivät laitteelle käyttötapoja. Domestikaatio taas viittaa innovaation ”kesyntyntymiseen”, kotiutumiseen eli laitteen hyväksymiseen osaksi jokapäiväistä elämää. Domestikaatio tapahtuu neljässä vaiheessa: laite ostetaan, se sijoitetaan fyysiseen, symboliseen ja psyykkiseen tilaan, laite saa merkityksensä kodin tai muun käyttöympäristön puitteissa (näin se saa myös symbolisen arvon suhteessa ulkomaailmaan) sekä laite hyväksytään osaksi kulttuurista toimintaa ja sosiaalisia käytäntöjä. Domestikaatio ei kuitenkaan tapahdu välttämättä edellä mainitussa järjestyksessä; laite saatetaan hankkia vaikkapa vain sen symbolisen arvon perusteella. Toisin sanoen halutaan näyttää, että ollaan ”moderneja ja tarpeeksi varakkaita” hankkimaan uusinta teknologiaa.<sup>124</sup>

Digitaalista televisiota markkinoitaessa ajateltiin, että se tarjoaisi statusarvonsa vuoksi mahdollisuuden erottautumiseen. Sovittimen hankkiminen osoittaisi tietyn elämäntyylin ja maun omaksumista, ja jos digitaalinen televisio luokittuisi nykyaikaisuutta ja varakkuutta symboloivaksi hyödykkeeksi, sen hankkisivat sellaiset ihmiset, jotka kokevat muista erottautumisen tärkeäksi.<sup>125</sup> Näin ei ole kuitenkaan käynyt. Suurin syy digitaalisen television lanseerauksen epäonnistumiseen oli myytävien laitteiden puute. Elektroniikkavalmistajat ja televisiotehdit eivät olleet varautuneet tarpeeksi ajoissa digisovittimien myyntiin, sillä tiettyjen teknisten standardien, erityisesti sovittimen MHP-standardin vahvistaminen pysyi kaupallisesti katsottuna liian kauan epävarmana.<sup>126</sup>

---

<sup>121</sup> Näränen 2001a.

<sup>122</sup> Ks. esim. Nikulainen 2001.

<sup>123</sup> ”Joulumarkkinat ovat digitelevision tulevaisuudelle kohtalon kysymys”, TS 25.11.2001.

<sup>124</sup> Leppänen ja Marttila 2000, 24 sit. Williams et al. 2000, 103.

<sup>125</sup> Viittaamme tässä yhteydessä esimerkiksi keväällä ja kesällä 2001 television kaikilla valtakunnallisilla kanavilla pyörineisiin mainoskampanjoihin sekä Helsingin Sanomien kirjoitteluun. Ks. esim. Kallionpää 2001, C14.

<sup>126</sup> Eurooppalainen digitaalisen television standardi MHP vahvistettiin maaliskuussa 2000. Ks. esim. Teinilä-Šmid 2000, 13.

Tarkasteltaessa digitaalisen television leviämistä kannattaa muistaa, että muutkin television uudet innovaatiot, kuten väritelevisio, ovat levinneet suhteellisen hitaasti, vähintään vuosikymmenen ajan. Digitaalinen televisio muuttaa perusteellisesti televisiolaitteen käyttöä ja esimerkiksi kanavan valintaa, ja tässä onkin sen potentiaalinen leviämisen hidaste: kuluttajan päätöksenteossa tyypillisintä on niin taloudellisen kuin psykologisen riskin välttäminen. Uutta teknologiaa ei välttämättä edes haluta oppia käyttämään. Jos digisovittimen käytön opettelu prosessi on pitkä, laitteen omaksuminen ja hyväksyttäminen kestävät kauan.<sup>127</sup>

Katsojien perusvastuksesta huolimatta digitaalisen television käyttöönottoa puoltavat monet seikat: mediakentän kilpailuasetelmien tiivistyminen, siirtyminen yhä tietokoneistuneempaan yhteiskuntaan sekä yleinen taloudellinen ja tekninen kehitys. Television asema suosittuna mediavälineenä perustuu paitsi pysyvyyteen ja tuttuuteen, myös jatkuvaan uudistumiskykyyn sekä sisällön että teknologian suhteen. Digitalisoitumista voidaankin pitää yhtenä uutena kehitysaskelena television historiassa. Muistellessa epäonnistuneita ja laajalti unohdettuja aikaisempia uudistuksia on kuitenkin sanottava, että lisäominaisuuksien ja uusien innovaatioiden kehittäminen ei yksin takaa laitteen menestystä laitteiden käyttäjien keskuudessa. Loppujen lopuksi uusien teknisten parannusten kehittäminen onkin elintärkeää vain laitevalmistajille.<sup>128</sup>

## 5.1. Miksi digitaalinen televisio?

Miksi digitaalista televisiota ylipäätään on alettu tuoda Suomeen? Tutkija Eero Pantzar jakaa digitaaliteleviointia puoltavat argumentit kolmeen luokkaan: määrään, laatuun ja itse televisiotoimintaan liittyviin seikkoihin. Määrällisesti tarkasteltuna television digitalisointia perustelee se tosiasia, että yhteen analogisen signaalin tilaan mahtuu neljän digitaalisen kanavan verran tarjontaa. Digitaalisessa muodossa lähetettävä data pystytään tiivistämään eli kompressoimaan entistä pienempään tilaan. Radiotaajuuksista tulee Suomessakin jossain vaiheessa pulaa, ja taajuuksien tiiviimpi hyödyntäminen tehostaa niiden käyttöä.<sup>129</sup> Samoin

---

<sup>127</sup> Näränen ja Sihvonen 2001.

<sup>128</sup> Ks. Näränen ja Sihvonen 2001.

<sup>129</sup> Pantzar, Eero 2000, 15-16. Ks. myös Teinilä-Šmid 2000, 7.



ohjelmatuntien määrä lisääntyy, kun yhä useampi kanava pyrkii lähettämään ohjelmaa 24 tuntia vuorokaudessa, seitsemänä päivänä viikossa.

Toinen digitaalista televisiota puolustava argumentti liittyy laadullisiin tekijöihin. Tekninen – kuvan ja äänen – laatu paranee digitaalitekniikan myötä sekä signaali siirron että vastaanottotekniikan osalta.<sup>130</sup> Kuvaruudun koko muuttuu suhteeseen 16:9 nykyisen 4:3 sijaan. Heijastusten aiheuttamat haamukuvat vähenevät, ja stereoääni sekä tilääni (*surround sound*) tulevat mahdollisiksi. Lisäksi selostusta voidaan lähettää usealla kielellä. Tekstityksen voi valita monista eri kielivaihtoehdosta, tai sen voi valita kokonaan pois. Tällaisten yksinkertaisten parannusten ohella suunnitellaan myös erilaisia lisäpalveluja, joista tulee mahdollisia digitaalitekniikan myötä: supertekstitelevisiota ja sähköistä ohjelmaopasta.

Teknisen laadun kohenemisen lisäksi on kuitenkin myös kysyttävä, paraneeko katsojakokemuksen laatu ja miten digitaalisen television ohjelmatarjonta muuttuu. Digitaalisesta televisiosta liikkeelle lähdettäessä aloitetaan yleensä tekniikasta ja sitten vasta edetään televisio-ohjelmiin ja niiden vastaanoton kysymyksiin. Televisio-ohjelmien katsominen on kuitenkin se syy, miksi lähes kaikissa suomalaisissa kodeissa on televisiovastaanotin. Merkittävää laatuun liittyvien argumenttien pohdintaa on siis suhteutettava katsojakokemuksen laadun tarkastelemiseen. Laadullisia argumentteja tarkasteltaessa kyse ei ole vain yksisuuntaisesta tarjonnan ja sisällön kasvusta tai monipuolistumisesta – joka toki jo sinällään voidaan tulkita laadulliseksi kehittymiseksi – vaan kaikenlaisen vuorovaikutuksen lisääntymisestä katsojan ja televisiosisällön välillä.

Tämän selvityksen kannalta keskeisimmät television digitalisoimista puolustavat argumentit liittyvät itse televisiotoiminnan kehittämiseen. Kuten esimerkiksi vuoden 2001 aikana eri maiden televisiotoiminnoissa tapahtuneet muutokset osoittavat, televisio on instituutiona suurten haasteiden edessä. Television kohdalla sen perinteisyys on sekä hyvä että huono asia: sen keskeinen kulttuurinen asema viestimenä takaa sen, että sitä katsotaan jatkossakin. Digisovitin hankitaan myös jossain vaiheessa – viimeistään silloin kun on pakko. Toisaalta television asema saa ihmiset suhtautumaan tutun ja turvallisen laitteen muuttumiseen myös negatiivisesti. Television ohjelmatarjonta on ollut tyypillisesti pitkän

---

<sup>130</sup> Pantzar, Eero 2000, 16, 30.

linjan suunnittelun tulosta, ja nopeita muutoksia saatetaan vastustaa myös ohjelmatarjonnan puolella.<sup>131</sup>

Digitalisoituminen television ja televisiotoiminnan kannalta tarkoittaa ohjelmanteon perusteiden muuttumista. Ehkä tärkein digitalisoinnin välttämättömyyttä korostava seikka – ainakin ohjelmatuotannon ja television joukkotiedotusvälineluonteen kannalta – on sen avulla saatava mahdollisuus vuorovaikutuksen lisääntymiseen. Valtaosa televisio-ohjelmien tuotannossa mukana olevista toimijoista pitää vuorovaikutteisuutta erittäin tärkeänä (15 % toimijoista) tai tärkeänä (46 %) digitaalisen television menestymiselle.<sup>132</sup> Vuorovaikutteisuuden idean kautta onkin mahdollista käsitellä myös tuotantorakenteeseen kohdistuvia muutospaineita. Ensin esittelemme kuitenkin vuorovaikutuksen ajatusta laajemmassa mielessä, suhteessa mediavälineeseen ja ohjelmiston rakenteeseen.

## 5.2. Digitaalinen televisio ja internet

Mitä sellaista uutta vuorovaikutteisuutta on mahdollista luoda digitaalisen television puitteissa, joka ei olisi jo mahdollista toteuttaa internetissä? Television kautta tarjottavat vuorovaikutteiset ominaisuudet, erityisesti niin sanotut tietoyhteiskuntapalvelut voivat menestyä ainakin niiden joukossa, joilla ei muuten ole helppoa ja vaivatonta pääsyä internetiin. Tätä näkökantaa ovat julkisuudessa esitelleet näkyvästi muun muassa Yleisradion edustajat. Esimerkiksi vuonna 1999 tehdyssä haastattelussa YLE:n televisiotoimialan johtaja Heikki Lehmusto ei usko verkotettujen kotitietokoneiden yleistyvän ja painottaa siksi digitaalisen television mahdollistamia tietoyhteiskuntapalveluita:

Tietoyhteiskuntapalvelut ovat sitä, että television asiakkaalla on mahdollisuus käyttää sähköpostia, hoitaa pankkipalveluja, hoitaa ostoksia ja helpottaa yhteyttä tiettyihin julkisiin palveluihin, käydä kommunikaatiota viranomaisten kanssa, saada asiakirjoja ja ehkä jatkossa jopa voida tilata aika terveyskeskuksesta tai jotain vastaavia asioita, jolloin tietoyhteiskunnan tärkeimmät palvelut ovat sitä kautta saatavissa.<sup>133</sup>

---

<sup>131</sup> Näränen ja Sihvonen 2001, 39-40.

<sup>132</sup> Hannula-Stenqvist 2001.

<sup>133</sup> Heikki Lehmuston haastattelu on luettavissa @2000+ -ohjelman arkistossa, <http://www.yle.fi/2000+/arkisto/19990609/lehmusto.html>.

Television asema poliittisesti tärkeänä ja yhteiskunnallisen roolinsa vakiinnuttaneena viestimenä erottaa sen ainakin toistaiseksi internetistä. Digitaalisen television tulon liittyy vahvoja pyrkimyksiä saada uusia palveluita televisiovastaanottimen kautta jokaiseen kotiin. Digitaalisuus tarjoaa periaatteessa mahdollisuuden laajentaa televisiopäätteen toimintoja kaikkeen mediaan liittyviksi eli muokata televisiovastaanotinta enemmän multimedia- tai monitoimipäätteen suuntaan. Näin katsojalle tulisi mahdolliseksi käyttää vastaanotinta ohjelmien katsomisen lisäksi myös erilaisten digitaalisten palveluiden käyttämiseen. Tämän selvityksen lähtöoletuksena on, että televisiotoiminnasta tulee uudella tavalla houkuttelevaa myös niin sanottujen uusmediatoimijoiden näkökulmasta, kun perinteiseen ohjelmatuotantoon voidaan yhdistää aiemmin vain tietoverkkojen välityksellä toteutuneita palveluita ja toimintoja.<sup>134</sup>

Television verkottaminen muihin televiestintävälineisiin ja samojen digitaalisten standardien käyttö mahdollistavat tulevaisuudessa myös televisiotoiminnan reaaliaikaisuuden ja päivitettävyyden. Television ohjelma- ja oheispalveluvirrasta tulee visioiden mukaan dynaamista, kun televisio viestintävälineenä on linkitetty muihin kanaviin ja niitä myöten tapahtuviin erilaisiin viestinnän tapoihin ja käytänteisiin. Erilaisia internet-televisioon liittyviä kokeiluja on tehty Suomessakin jo vuosien ajan. Esimerkiksi YLE lähettää televisiouutiset säännöllisesti myös internetin kautta. Myös jotkut yliopistot ovat kokeilleet lähetyksiä internetissä.<sup>135</sup> On kuitenkin syytä muistaa, että television ja tietokoneen käyttötavat ja -tarkoitukset eroavat ratkaisevasti toisistaan.

Digitaalisten televisiovastaanottimien interaktiiviset ominaisuudet toteutetaan pitkälti www-sivujen teossa käytetyillä välineillä: HTML- ja Java-kielillä, lomakkeilla, linkeillä ja sähköpostilla. Myös pelaaminen, lisätiedon hakeminen, kuvakulmien vaihtelu ja jopa tallennusmahdollisuus ovat tuttuja vuorovaikutuksen muotoja internetistä. Internetin ja television yhdistelmä on kuitenkin vaikea: ongelmia syntyy muun muassa siirtonopeuksien, vapaan www-sivuilla liikkumisen sekä käyttötottumusten ja -tapojen suhteen. MHP-standardiin on sovittu kolme erilaista profiilia, jotka erottaa toisistaan tarjottavien lisäpalvelujen monipuolisuus ja interaktion mahdollisuudet. Ainoastaan ylimmässä vaihtoehdossa, *Internet Profilessa*, internet-yhteys on edes mahdollinen.<sup>136</sup> Monien

---

<sup>134</sup> Näistä lisää ks. esim. Tampereen yliopiston Future-tv -projektin kotisivut osoitteessa <http://futuretv.uta.fi>.

<sup>135</sup> Ks. esim. Karkimo 2001, 73.

<sup>136</sup> Ks. Karkimo 2001, 72.

tutkijoiden mukaan digitaalista televisiota on loppujen lopuksi tehty kuitenkin enemmän television kuin www:n ehdoilla.

Yleinen ajatus on, että television digitalisointi olisi osaksi television vanhentuneen imagon kohottamisoperaatiota. Esimerkiksi Hannu Nieminen on esittänyt, että digitaalisen television avulla televisiotoiminta yrittää valloittaa takaisin internetin ja muiden mediavälineiden parissa paremmin viihtyvää nuorisoa. Hänen mukaansa juuri tällaiseen nuorennusleikkaukseen liittyvät muun muassa panostukset ohjelmien määrään, niiden laadulliseen kehittämiseen ja uuteen imagoon.<sup>137</sup> Myös Pertti Näräsen mukaan maanpäällisen lähetysjärjestelmän digitalisoiminen tapahtuu katsojien suuren kysynnän sijaan pikemminkin televisiotoimijoiden strategisena vastaiskuna internetin ja satelliittitelevision uhalle.<sup>138</sup>

Taustalla näissä näkemyksessä ovat havainnot katsojamäärien kasvun tyrehtymisestä ja television katsomiseen käytetyn ajan paikallaan pysymisestä. Kasvavat katsojamäärät ovat olleet mainosrahoitteisen televisiotoiminnan elinehto, ja mainostulojen hiipuesssa televisioyhtiöt joutuvat vaikeuksiin. Digitaalisen television nähdään tuovan uusia mahdollisuuksia sille, että katsojat saadaan pysymään televisiovastaanottimen edessä entistä pidempään ja käyttämään television kautta uusia maksullisia palveluita. Tähän kehitykseen liittyvät myös erilaisten liitännäispalveluiden tuominen televisioon: ”katsoja voi napin painalluksella kuluttaa mukavasti mainoksia seuratessaan.”<sup>139</sup> Myös ostoskanavien, pankkipalveluiden ja interaktiivisen mainonnan kehittäminen liittyvät samaan ajatuskulkuun. Jopa varsinaisiin interaktiivisten ohjelmiin saattaa liittyä maksullisia palveluosioita, jotka toteutetaan esimerkiksi SMS-viestien kautta. Keskustelu digitaalisen television mahdollistamista uusista vuorovaikutuksen muodoista on usein tuntunut typistyvän tämänkaltaisten ajatusten esittelyyn.

### **5.3. Lupaus vuorovaikutuksen lisääntymisestä**

Vuorovaikutus eli interaktio on kaikkeen inhimilliseen toimintaan keskeisesti kuuluva piirre. Ihminen on elämänsä aikana lukemattomissa eri vuorovaikutustilanteissa oman elinympäristönsä kanssa. Käytännössä vuorovaikutus-sanalla viitataan kuitenkin lähinnä

---

<sup>137</sup> Nieminen 1999, 10.

<sup>138</sup> Ks. Näränen 1998.

<sup>139</sup> Nieminen 1999, 10.

ihmisten keskinäisviestinnän vuorovaikutteisuuteen, joka voi toteutua joko suoraan ihmisten välillä tai sitten jonkin teknisen laitteen välityksellä.<sup>140</sup> Voidaan siis sanoa, että interaktiivinen viestintä ei vaadi digitaalista teknologiaa. Vuorovaikutteisuuden käsite liitetään digitaalisuuteen ja digitaaliseen televisioon lähinnä siksi, että se mahdollistaa useampia ja teknologisesti pidemmälle kehitettyjä vuorovaikutuksen muotoja kuin esimerkiksi analoginen televisio. Kannattaa kuitenkin muistaa, että joukkoviestintäkään ei ole yksisuuntaista viestintää. Jo vuosikymmenten ajan televisiossa on ollut erilaisia vuorovaikutuksen muotoja ohjelman ja katsojien, katsojien ja katsojien tai vaikkapa eri ohjelmatyyppien kesken.

Puhuttaessa mediavälitteisestä viestinnästä interaktiivisuus näyttäytyy Pertti Näräsen mukaan ennemmin median ja käyttäjän välisessä suhteessa kuin mediateknologiassa:

Voidaan lähteä siitä, että eri mediumit sisältävät erilaisia interaktiivisen käytön potentiaaleja, mutta vuorovaikutus on aina vähintään kahden kauppa. Mikään väline/kanava (medium) ei siis voi luoda vuorovaikutusta tai olla vuorovaikutteinen ilman vastaanottajan/käyttäjän tukea – se voi vain sisältönsä ja rakenteensa avulla sallia tai houkutella erilaisiin vuorovaikutuksen muotoihin.<sup>141</sup>

Vuorovaikutuksen käsitettä tulisi siis käyttää täsmällisemmin eri yhteyksissä: olisi pyrittävä kulloisessakin käyttöyhteydessä olemaan tietoinen siitä, missä mielessä interaktiivisuudesta puhutaan ja keiden välisestä interaktiosta on kyse. Näin voitaisiin välttää joukkoviestinnän, mediavälitteisen keskinäisviestinnän sekä ihmisen ja tietokoneen välisten interaktiokäsitysten sekaannus.<sup>142</sup> Esimerkiksi Näränen itse puhuu mieluummin *interaktiosta* kuin *interaktiivisuudesta*, sillä niin sanottu HCI-vuorovaikutteisuuden idea ei ole suoraan sovellettavissa televisiotoiminnan kaltaiseen joukkoviestintään.<sup>143</sup>

Digitalisoitumisen yhteydessä televisiosta puhutaan kuitenkin yleisesti vuorovaikutteisena eli interaktiivisena televisiona, ITV:nä. Sen tekniset perusedellytykset ovat digitalisoidut tietovarastot, lähetysohjelmien, siirtotie, kotipääte eli digisovitin ja sen käyttöliittymä,

---

<sup>140</sup> Teinilä-Šmíd 2000, 15.

<sup>141</sup> Näränen 1999, 52.

<sup>142</sup> Näränen 1999, 59.

<sup>143</sup> Näräsen mukaan interaktiivisuuden käsitteellä viitataan usein *Human Computer Interaction* -perspektiiviin, joka viittaa tietokoneen käyttäjän vuorovaikutukseen tietokoneen (sen käyttöjärjestelmän tai muiden ohjelmistosovellusten) kanssa. Tämä näkökulma on kapea-alainen ja yksilökeskeinen, eikä sinällään sovellu joukkoviestinnän vuorovaikutuksen tutkimiseen. Ks. Näränen 1999, 51-53.

paluukanava sekä tietohallinto.<sup>144</sup> Näistä tällä hetkellä vaikeimmin ratkaistavaksi on osoittautunut paluukanavan ongelma. Digitaaliseen televisioon liitetyn vuorovaikutteisuuden lupauksen lunastamiseksi televisioon tarvitaan paluukanava, jona voi toimia esimerkiksi perinteinen televerkko tai kaapelimodeemi.<sup>145</sup>

Television, kuten useimpien muidenkin joukkotiedotusvälineiden toiminta on perustunut niin sanotulle broadcast-periaatteelle. Television kautta on lähetetty tiettyyn aikaan sidottua, sisällöltään periaatteessa muuttumatonta (tai ”lopullista”) ohjelmavirtaa. Lähetys on ollut yksisuuntaista, yhdeltä lähettäjältä monelle vastaanottajalle, ja kaikille katsojille on tarjottu samat ohjelmasisällöt. Ohjelmavirran (*flow*) ajatus syntyi jo televisiotoiminnan alkuvaiheissa toisen maailmansodan jälkeen, kun radioyhtiöt muokkasivat televisiovastaanottimesta radion kaltaista kodinkonetta, joka voitaisiin myydä jokaiseen talouteen. Yhdysvalloissa television perusta oli kaupallisempi, mutta Euroopassa monissa maissa televisiotoiminnan kehittämisestä vastasivat valtiolliset yleisradioyhtiöt. Merkittävänä esikuvana muiden maiden televisio-ohjelmille toimivat brittiläisen BBC:n ohjelmat.<sup>146</sup>

Digitaalisen lähetystoiminnan erilaisuutta perustelee muun muassa se, että keskittyneen, ”yhdeltä monelle”-tyyppisen jakelun sijasta digitaalisen television kautta ohjelmasisältöjä voidaan jaella ”monelta yhdelle” tai ”monelta monelle”. Digitaalisesta televisiosta käytävä keskustelu painottaakin katsojien osallistuvuuden ja vaikutusmahdollisuuksien lisäämistä. Ainakin mielikuvien tasolla tähän saakka passiivisena ohjelmavirtaa vastaanottaneille katsojille tarjottaisiin nyt mahdollisuus itse osallistua ohjelmasisällön muokkaamiseen ja sen personoimiseen (”henkilökohtaistamiseen”).<sup>147</sup>

Vuorovaikutuksella ja vuorovaikutteisuudella on sekä määrän ulottuvuus että monia erilaisia laadullisia määritteitä. Laajan määritelmän mukaan vuorovaikutusta on ”kaksisuuntainen televisio-ohjelma”, eli ”tv-lähetys/ohjelmasarja, jonka ideointiin, sisältöön tai muotoon katsojat voivat yksilöinä tai ryhminä vaikuttaa ennen ohjelmaa, ohjelman aikana tai ohjelman jälkeen.” Suppea määritelmä näkee vuorovaikutuksen televisiolähetyksenä, ”johon ainakin osa

---

<sup>144</sup> Näränen 2001a.

<sup>145</sup> Ks. esim. Nieminen 1999, 11.

<sup>146</sup> Salmi 1995, 150-154.

<sup>147</sup> Näränen 2001b.

katsojista voi osallistua reaaliaikaista sähköistä paluukanavaa pitkin teksti-, ääni- tai kuvaviestien avulla tai esimerkiksi pelikonsolin ohjauskomennolla.”<sup>148</sup>

Kari Jääskeläinen määrittelee väitöskirjassaan vuorovaikutteisen televisio-ohjelman siten, että kyseessä on ohjelma tai palvelu, jonka sisältöön, sisällön esittämiseen tai sisällön esittämisjärjestykseen katsoja voi vaikuttaa.<sup>149</sup> Interaktiivisuus voi toisin sanoen merkitä esimerkiksi entistä laajempia kuvaruudun elementtien asettelumahdollisuuksia. Interaktiivisuudella viitataan myös pelien pelaamiseen television ja puhelimen välityksellä, kuten suomalaisissa *Hugo-* ja *Galilei ja kadonneet lelut* -peliohjelmissa. Samassa yhteydessä jopa *Poliisi-tv:n* kaltainen ohjelmaformaatti sisältyy vuorovaikutteisen televisio-ohjelman käsitteeseen. Mahdollisuus vaikuttaa ohjelmaan voidaan siis nähdä katsojan taholta eräänlaisena todellisuusindeksinä, oman puumerkin piirtämisenä autenttisuuden takeeksi.<sup>150</sup>

Tekesin kuluttajatutkimushankkeen julkaiseman teknologiakatsauksen mukaan asiantuntijoiden ja käyttäjien käsitykset vuorovaikutuksesta eroavat olennaisesti toisistaan. Asiantuntijoiden mukaan erilaiset etukäteen suunniteltaessa olevat vuorovaikutteiset palvelut, kuten supertekstitelevisio ja sähköinen ohjelmaopas, ovat keskeisimmässä asemassa digitaalisen television tarjonnassa. Katsojien tai käyttäjien mielestä taas esimerkiksi mahdollisuus vaikuttaa ohjelmatarjontaan, ohjelmien sisäisen rakenteen muuttaminen, äänestäminen ja mahdollisesti oman sisällön tuottaminen televisio-ohjelmaan vaikuttavat mielenkiintoisemmilta vaihtoehdoilta. Toisin sanoen asiantuntijoiden puheessa interaktiivisuus näyttäytyy – sähköpostia lukuunottamatta – ennemmin teknisinä ominaisuuksina kuin todellisinä inhimillisinä vuorovaikutustilanteina.<sup>151</sup>

Kirsi Hannula-Stenqvistin tutki digitaalisen television toimijoiden näkemyksiä vuorovaikutteisuudesta ennen varsinaisten televisiolähetysten aloittamista. Haastatteluissa selvitetettiin kanavien lähtötilannetta ja kartoitettiin toimijoiden näkemyksiä vuorovaikutteisuuden merkityksestä tulevaisuuden ohjelma- ja palvelutuotannossa. Vuorovaikutteisuuden huomioonottaminen nähtiin yleisesti ottaen keskeisenä. Hänen mukaansa vuorovaikutteisten palvelujen osuus ja merkitys eri kanavilla vaihtelee

---

<sup>148</sup> Näränen 2001a.

<sup>149</sup> Jääskeläinen 2001b, 19.

<sup>150</sup> Hietala 1993, 143-144.

<sup>151</sup> Leppänen, Marttila ja Pihlajamäki 2000, 38.

aloitusvaiheessa varsin paljon. Peruskanavilla palvelujen määrä jää huomattavasti vähäisemmäksi kuin erikoiskanavilla.<sup>152</sup>

Hannula-Stenqvistin tutkimuksen mukaan vuorovaikutteisuus toteutuu digitaalisen television aloitusvaiheessa varsin vaatimattomasti. Sen paikalliseen interaktiivisuuteen perustuvat sähköinen ohjelmaopas (EPG) ja supertekstitelevisio toteutuvat, mutta näiden lisäksi tarjolla on lähinnä vain teknisluonteisia lisäpalveluapplikaatioita, joiden avulla katsoja voi saada ruutuun esimerkiksi uutisotsikoita, mahdollisuuden pelata yksinkertaisia pelejä tai vastata tietokilpailukysymyksiin. Aidommin digitaalisen television ideaa toteuttavia, vuorovaikutteisuuteen perustuvia ja paluukanavaa vaativia palveluita nähtäneen digitaalisessa televisiossa Hannula-Stenqvistin mukaan aikaisintaan keväällä 2002.<sup>153</sup>

Tutkimusten perusteella erityisesti uudet tiedonhankinnan muodot, esimerkiksi supertekstitelevisio, saavat digitaalisen television lisäpalveluina kannatusta. Tärkeimmäksi digitaalisen television piirteeksi näyttäisi muodostuvan tv-ohjelmaopas, ja tätä tärkeyttä selittänee ainakin kaksi kehitystrendiä: kaukosäätimen yleistymisen television ohjauslaitteena sekä internetin käytön yleistymisen aktiivisen tiedonhaun välineenä. Ongelmia muodostaa ainakin se, että digitaalisen television käyttöliittymä on suunniteltu henkilökohtaiseksi välineeksi, vaikka on todennäköistä, että sitä katsotaan usein ryhmissä. On jo kauan näyttänyt siltä, että television katselusta on tulossa yhä yksilöllisempää toimintaa: perheissä on useita televisioita ja perheen yhteinen televisionkatselu alkaa olla harvinaista. Digitaalinen televisio tuskin tuo mukanaan yhteisöllistävää muutosta, koska kanavien määrän lisääntyminen ja henkilökohtaiset palvelut aiheuttavat mieltymysten eriytymistä perheen sisällä yhä enemmän.<sup>154</sup>

Digitaalitelevision yleistymisen edellytyksenä on se, että suuret katsojajoukot omaksuvat laitteen sekä sisällön että tekniikan osalta osaksi arkeaan. Tärkeä edellytys laitteen tekniselle hyväksynnälle on helppokäyttöinen käyttöliittymä. Television ”käyttäminen” aiemman ”katselun” sijasta asettaa uudenlaisia vaatimuksia television käyttötilanteelle ja käyttäjän ergonomialle eli käyttömukavuudelle. Käyttömukavuuteen vaikuttavat esimerkiksi käyttöaika ja käytön tiheys sekä käyttäjän psykologiset ja fysiologiset ominaisuudet. Käyttötavat puolestaan voidaan jakaa ”samoiluun” ja päämäärähakuiseen katsomistapaan, jossa katsoja

---

<sup>152</sup> Hannula-Stenqvist 2001.

<sup>153</sup> Hannula-Stenqvist 2001.

<sup>154</sup> Leppänen ja Marttila 2000, 26-28.



hakee erityisesti omien mieltymysten mukaista tai kulloiseenkin mielialaansa soveltuvaa ohjelmaa. Jälkimmäisessä, etukäteen suunnitellussa käytössä haetaan suunnitelmallisesti jo tiedossa olevaa ohjelmaa tai palvelua.<sup>155</sup>

Digitaalisen television ohjelmavirran sekä oheis- ja lisäpalveluiden lisääntyessä television katsojan ja käyttöliittymän välinen toimiva vuorovaikutus (esimerkiksi palautteet käyttäjän toiminnoille) on erityisen tärkeää. Erityisen tärkeäksi tämä sujuva vuorovaikutus tulee siinä tilanteessa, kun internet-sivuja voidaan selata televisiovastaanottimen kautta. Käyttäjän on koko ajan oltava selvillä siitä, milloin hän käyttää internetiä ja milloin televisiota. Profilointi on kuitenkin vaikea tehtävä, koska digitaalisen television käyttäjäkunta on varsin heterogeenista (paitsi ehkä alkuvaiheessa) ja käytettävyys on aina sidonnainen käyttäjien henkilökohtaisiin ominaisuuksiin ja käyttötottumuksiin.<sup>156</sup>

Digitaalisen television ajatellaan muuttuvan vähitellen kaksisuuntaiseksi ja vuorovaikutteiseksi mediumiksi. On kuitenkin aina ihmisiä, jotka haluavat edelleenkin pääasiassa vastaanottaa valmista ohjelmavirtaa; heitä varten kehitellään filttäreitä ja palveluita, jotka mahdollistavat ikään kuin automaattiset valinnat ohjelmavirrasta. Tässä suhteessa kehitetyt palvelut muistuttavat niin sanottuja agentteja tai ”autopilottia”, joka voidaan kytkeä päälle tai pois. Tosin esimerkiksi Mika Pantzar on nähnyt tämänkaltaisten automaattisten valintapalveluiden ja hakurobottien yleistymisen ongelmalliseksi ja passivoivaksi.<sup>157</sup> Tarkasteltaessa tulevan digitaalisen television ohjelmavirtaa täytyy muistaa, että uudenlaisten vuorovaikutteisten ohjelmatyyppeiden täytyy kiinnostaa myös sellaisia katsojia, jotka eivät ole varsinaisesti kiinnostuneita aktiivisesti itse osallistumaan ohjelman muotoutumiseen.<sup>158</sup>

## 5.4. Interaktion eri tasot

Jaamme digitaalisen television mahdollistaman interaktion karkeasti kolmeen eri osaluueeseen: 1) interaktioon välineen tasolla, 2) interaktioon käyttäjän ja ohjelman/palvelun välillä sekä 3) vuorovaikutuksen mahdollisuuteen kerronnan tasolla. Välineen tasolla

---

<sup>155</sup> Walldén 2000, 47-49.

<sup>156</sup> Walldén 2000, 49.

<sup>157</sup> Pantzar, Mika 2000, 213-215.

<sup>158</sup> Näränen 2001b.

tapahtuvaan interaktiivisuuteen viittaa esimerkiksi Hannula-Stenqvist määrittelyllä ”paikallinen yksisuuntainen vuorovaikutus”. Se pitää sisällään ajatuksen kommunikoinnista televisiovastaanottimen kanssa ilman paluukanavaa. Esimerkkinä tästä voisi olla peli, joka lähetetään televisiovastaanottimeen ja jota katsoja pelaa itselleen sopivana aikana. Näin määriteltynä interaktiivisuutta saattaa olla pelkkä television kaukosäätimen käyttö (esimerkiksi äänenvoimakkuuden säätö tai kanavan vaihtaminen toiseen).<sup>159</sup> Yhdeksi tällaiseksi vuorovaikutuksen muodoksi voidaan lukea myös katsojan omat toiminnallisuudet suhteessa televisioruudun grafiikkaan. Esimerkiksi ruutu voidaan jakaa lohkoihin (*split screen*) usean eri toiminnon tai kanavan kesken.

Toinen vuorovaikutustilanne tapahtuu katsojan ja televisio-ohjelman tai -palvelun välillä. Hannula-Stenqvistiä siteeraten sitä voidaan kutsua ”todelliseksi kaksisuuntaiseksi vuorovaikutteisuudeksi”, joka vaatiin niin kutsutun paluukanavan suoraan palvelun tarjoajalle.<sup>160</sup> Tällaisesta vuorovaikutuksen muodosta esimerkkeinä voisivat toimia yleisöäänestykset, palautekomennot ja ohjelmaa tuottavat komennot. Katsoja voi selata ja valita ohjelmatietoja, ohjelmia, internetiä ja palveluita tai hän voi tilata eri kanavia pitkin lisätietoja ja lisäpalveluita. Lisäksi hän voi osallistua yleisöäänestyksiin ja keräyksiin kaukosäätimen avulla.<sup>161</sup>

On tärkeää huomioda, että todellisessa kaksisuuntaisessa vuorovaikutteisuudessa katsoja/käyttäjä pystyy vaikuttamaan ohjelman kokonaistilanteeseen eikä vain oman vastaanottimensa suhteen. Näin määriteltynä interaktiivisuutta voi olla katsoja/käyttäjän ja ohjelman tai palvelun kesken siten, että katsojalla on mahdollisuus vaikuttaa itse sisältöön tai sen esittämiseen.<sup>162</sup> Esimerkkeinä tästä voisivat olla jo 1970-luvulla suosion saavuttanut puhelintoivekonsertti *Toivotaan, toivotaan* tai *Luontoilta*, jossa asiantuntijapaneeli vastasi yleisön esittämiin kysymyksiin suorassa lähetyksessä.<sup>163</sup> Viimeaikaisia esimerkkejä tästä ovat chat-lähetykset, joissa katsojat kommunikoivat sekä juontajan että toistensa kanssa tekstiviestein.

---

<sup>159</sup> Hannula-Stenqvist 2001.

<sup>160</sup> Hannula-Stenqvist 2001.

<sup>161</sup> Ks. esim. Näränen 1999, 56-57.

<sup>162</sup> Ks. Jääskeläinen 2001b, 19. Erottaaksemme tämän toisen kategorian varsinaiseen ohjelmasisältöön, kerrontaan, liittyvästä vuorovaikutteisuudesta tarkennamme, että tässä yhteydessä sisällöllä tarkoitetaan lähinnä non-fiktiivisiä ohjelmatyyppejä.

<sup>163</sup> Ks. näistä lisää Näränen 2001b.

Kolmas ja vaikeimmin eriteltävissä oleva vuorovaikutuksen muoto on nimetty tässä interaktiivisuudeksi kerronnan tasolla. Monissa katsojakyselyissä tämä vuorovaikutuksen muoto on nimetty siksi keskeiseksi tekijäksi, joka herättää mielenkiintoa digitaalista televisiota ja sen mukanaan tuomia muutoksia kohtaan. Esimerkiksi Kuluttajatutkimushankkeen raportissa haastateltavat ovat listanneet toiveita sen suhteen, että katsoja/käyttäjä voisi itse toimia ”ohjaajana”, vaikuttaa kuvakulmien valintaan ja käsitellä juonta oman televisionsa kautta. Pertti Näräsen mukaan katsojan mahdollisuutta osallistua televisio-ohjelmiin ja vaikuttaa niiden kulkuun voisi kutsua interkreatiivisuudeksi.<sup>164</sup> Yksinkertaisena esimerkkinä tämänkaltaisesta vuorovaikutteisuudesta voisi olla mahdollisuus valita tai kokeilla erilaisia juonellisia käännteitä, tarinoiden loppuratkaisuja ja niin edelleen. Myös draamaan ja kerrontaan liittyvästä vuorovaikutuksen muodosta on televisiossa ollut esimerkkejä jo parisenkymmentä vuotta.

Peruskysymykseksi kuitenkin jää, miten ylipäänsä voidaan määritellä *interaktiivinen kerronta*. Ja mikä voisi tulevaisuudessa olla interaktiivisen kerronnan suhde perinteisen television audiovisuaaliseen kerrontaan? Yksinkertaisimmillaan vuorovaikutteisella kerronnalla tarkoitetaan tarinaa, jonka merkittävät tapahtumat ja loppu ovat katsojien äänestettävissä. Esimerkiksi YLE:n yöohjelmistossa vuonna 2000 pyörinyt *Akvaario* kuuluu esitetyn kaltaiseen ohjelmakategoriaan; siinä katsojilla oli mahdollisuus puhelimella vaikuttaa siihen, mitä henkilöt televisioruudussa tekivät. Draaman tai kerronnallisuuden kannalta televisiossa nähdyt esimerkit interaktiivisesta audiovisuaalisesta kerronnasta eivät kuitenkaan ole toistaiseksi tarjonneet sellaisia esimerkkejä, jotka pystyisivät kilpailemaan esimerkiksi peliteollisuuden tuotteiden kanssa.

Mistä tämä johtuu? Raine Koskimaan mukaan kerronnan ja interaktiivisuuden käsitteet ”hylkivät” toisiaan. Kerronnan ja kertomuksen houkuttelevuus perustuu jännitteeseen, joka muodostuu kokonaisuuden – alun, keskikohdan ja lopun – sisällä muotoutuvasta juonellisesta, kausaalisesta tapahtumaketjusta. Vuorovaikutteisuus taas joukkoviestinnän tapauksessa viittaa valmiin kertomuksellisen rakenteen rikkomiseen interventiolla.<sup>165</sup> Tässä yhteydessä on tärkeää erottaa yksilö- ja yhteisö-tason vuorovaikutus, sillä ryhmädynamiikan (esimerkiksi äänestysten) tuloksena syntyneet interventiot voivat olla löyhiä kompromisseja yksilöiden tavoitteista. Yksilöiden interventiot taas toteuttavat suoraan kyseisen katsojan

---

<sup>164</sup> Näränen 2002a.

<sup>165</sup> Koskimaa 2002.

omia mieltymyksiä. Tässäkin tarkastelussa television kulttuurinen välinelunne voi muodostua huomattavaksi interaktion mahdollisuuksia rajaavaksi tekijäksi.

Onko siis edes mahdollista ajatella esimerkkejä mielekkäistä ja haastavista kerronnallisen tason vuorovaikutustilanteista? Vastausta voisimme lähteä etsimään siitä huomiosta, että digitaalitekniikka mahdollistaa informaation käsittelyn menetelmiä, jotka aiemmin ovat televisioilmaisussa olleet mahdottomia.<sup>166</sup> Näin televisiosarjoista voitaisiin muun muassa luoda indeksointia, jotka toimisivat katsojan oman ”tuotantoprosessin” raaka-aineistona. Esimerkiksi perinteisestä *sitcomista* voitaisiin luoda indeksoituja tietokantoja, jotka sisältäisivät tietyn semanttisen koodauksen tietyistä hahmosta tai sisältöosuudesta. Yksittäinen katsoja voisi siten hakea tietokannasta hakusanoilla itseään kiinnostavia yksittäisen sarjan indeksointia. Näin hän voisi vaikkapa tilata omalle koti-tv-päätteelleen vain ne sitcomin kohtaukset, jotka häntä kiinnostavat.

Indeksipohjaisten tietokantojen käytöllä myös tarinoiden uudelleenjärjestely pilkotuista kohtauksista tulisi mahdolliseksi. Periaatteessa tämä on nyt jo mahdollista tallenteiden (esimerkiksi dvd:n) avulla, mutta sama idea vietäisiin välitystoiminnan ja tuotantorakenteiden osalta syvällisemmälle tasolle. Samalla television käyttäjien omaa toimijuutta voitaisiin vahvistaa entisestään: katsojat voisivat esimerkiksi tuottaa omia tulkintojaan sarjasta broadcast-kuvavirran päälle ja vaikuttaa näin oman paikallisen vastaanottimensa kuva- ja ääni-ilmaisuun. Yhteisöllisesti tämä voisi olla mahdollista luomalla televisiovastaanotinten ”paikallisverkko”, jossa tietty ihmisryhmä voisi tuottaa ohjelmavirran päälle omaa esitystään.

Tietokantapohjaista digitaalista tiedonkäsittelyä voisi käyttää hyväksi myös muissa vastaavissa sovelluksissa. Katsojan ja käyttäjän tueksi voitaisiin esimerkiksi tuottaa erilaisia tilaus- ja lisätietopalveluita, koosteita ja analyysejä. Kaikkia tämän tyyppisiä palveluita ei välttämättä tarvitsisi toteuttaa ohjelmatuotannon taustalla olevan tuotantoyhtiön kautta, vaan tuotantorakenteita voitaisiin hajauttaa laajallekin. Merkittävä taustavoima voisi mielestämme olla esimerkiksi *peer-to-peer* -tuotantokentän (esimerkiksi faniyhteisöjen) kehittyminen. Muun muassa internetissä erilaiset ihailijoiden ylläpitämät mediatuotteisiin liittyvät sivustot ja palvelut ovat erittäin suosittuja.

---

<sup>166</sup> Tässä osuudessa esiteltyjen ideoiden kohdalla ei ole otettu huomioon esimerkiksi nykyistä tekijänoikeuslainsäädäntöä, mutta spekulatiivisina esimerkkeinä ne tarjoavat kuvauksia erilaisista mahdollisuuksista.

Uusista ohjelmatyypeistä voitaisiin kehitellä esimerkiksi improvisaatioteatterista tuttuja vuorovaikutuksen muotoja. Periaatteessa tämänkaltainen vuorovaikutus olisi jo nyt mahdollista toteuttaa tekstiviestien avulla: näyttämötilassa oleville näyttelijöille voisi antaa kehoituksia lähettämällä tekstiviestejä tiettyihin numeroihin. Samaa konseptia voisi laajentaa esimerkiksi musiikkiohjelmiin, joihin voisi suorassa lähetyksessä toivoa seuraavaksi esitettävää musiikkikappaletta. Yksi idea on reaaliaikainen 'sitcom', jossa ison talon eri huoneisiin on mahduttettu ihmisiä erilaisiin tilanteisiin. Joka huoneessa olisi kamera ja mikrofoni, ja katsoja pystyisi itse valitsemaan minkä huoneen tapahtumia hän kulloinkin seuraa. Talossa voisi olla myös "valvontahuone", josta näkee useita kameroita yhtä aikaa. Tässä mainitut vuorovaikutuksen muodot eivät sulje pois perinteistä televisio-ohjelmiston vastaanottamista ja totuttuja television käyttötapoja.

Olemme tässä lyhyesti visioineet sitä, mitä interaktiivinen tarinankerronta voisi tulevaisuuden digitaalisessa televisioympäristössä olla. Interaktio tarinankerronnan tasolla vaatii uudenlaista suhtautumista televisioon sekä välineen että estetiikan tasolla. On vaikea arvioida, miten tulevaisuuden osaamistarpeet muodostuvat interaktiivisuutta painottavassa mediatuotannossa, mutta ainakin on selvää, että perinteisen kuva- ja ääni-ilmaisun sekä toimittamisen ammattilaiset tarvitsevat täydennyskoulutusta, jos interaktiivisuuden lupauksia aletaan toden teolla lunastaa. Interaktion kaksi ensimmäistä tasoa ovat suhteellisen yksinkertaisia toteuttaa, mutta todelliseen interaktiivisen kerronnan kehitystyöhön tarvitaan laaja-alaista näkemystä television sisällöllisistä ja välineellisistä mahdollisuuksista.

## 6. Audiovisuaalisen tuotannon muutokset digitalisoitumisen myötä

Tämän selvityksen kolmannessa ja viidennessä luvussa on esitelty digitalisoitumisen aiheuttamia yleisiä muutoksia televisiotoiminnassa. Vuorovaikutteisuudesta puhuttaessa on viitattu myös televisio-ohjelmien katsomisessa tapahtuviin muutoksiin vuorovaikutteisten palvelujen lisääntyessä. Nämä pohdinnat ovat tärkeä perusta alettaessa tarkastella työn keskeistä tematiikkaa, televisio-ohjelmien tuotannossa tapahtuvia muutoksia, joiden voidaan tavalla tai toisella sanoa liittyvän television ”digitalisoitumiseen”. Televisiotuotanto, käytännön tekninen työ, on ollut digitaalista jo kymmenkunta vuotta, eikä siinä ole vastaanottopään digitalisoinnin takia tapahtunut suuria muutoksia. Näkemyksemme on, että av-alan työnkuvien muutokset liittyvätkin ennen kaikkea televisiotoiminnan ja -ohjelmiston *sisällölliseen* kehitykseen. Tässä mielessä voidaan sanoa, että digitaalisen television tulossa on kysymys laajemmasta, koko televisiotoimialaa koskettavasta ilmiöstä. Muutoksia digitaalisessa televisiotuotannossa täytyy tarkastella laajemmassa kuin vain teknisessä perspektiivissä, ja tämän takia keskitymme seuraavaksi erityisesti ei-tekniisten televisioalan ammattikuvien tarkasteluun.

”Media” voidaan määritellä kontekstiksi, ympäristöksi, jossa viestintä tapahtuu. Näin ajateltuna kyse ei ole pelkästään teknologisista välineistä, joilla viestejä välitetään, vaan myös siitä suhteesta, jonka puitteissa ihmiset ovat vuorovaikutuksessa medialaitteiden ja -tekstien kanssa. Pekka Isotaluksen mukaan jokaisessa mediakontekstissa vallitsee aina tietty lainalaisuuksien joukko, medialogiikka, joka määrittelee kullekin medialle ominaisia käytänteitä ja piirteitä. Tutkimuksessaan *Toimittaja kuvaruudussa – televisioesiintyminen vuorovaikutuksen näkökulmasta* (1996) hän puhuu ”televisionomaisuudesta”, niistä tavoista ja käytännöistä, jotka ovat nimenomaan televisiolle mediana ominaisia.<sup>167</sup> Ominaispiirteen käsite viittaa tässä yhteydessä sellaisiin tekijöihin, joiden avulla yleisimmin identifioidaan tiettyä viestintävälinettä. Television kohdalla tällaisia piirteitä ovat audiovisuaalisuus sekä viestinnän epäsuoruus, julkisuus ja suuntaaminen suurille joukoille; emotionaalisia ominaisuuksia ovat muun muassa viihteellisyys, intiimiys ja pyrkimys autenttisuuden luomiseen.<sup>168</sup>

---

<sup>167</sup> Isotalus 1996, 18.

<sup>168</sup> Isotalus 1996, 20-23.

Jos televisionomaisuuden käsitettä ajatellaan laajemmassa yhteydessä ja suhteutetaan se digitaalisen televisiotuotannon kontekstiin, havaitaan ettei rajoja televisiolle ominaisten ja ei-ominaisten piirteiden suhteen ole enää helppo vetää. Esimerkiksi tuotantolaitteiston digitalisoiminen on häivyttänyt rajoja perinteisen audiovisuaalisen tuotannon ja tietokonepohjaisen uusmediatuotannon väliltä. Samoin digitaalisen television merkittävimäksi visioitu piirre, vuorovaikutteisuus, hämärtää vuosikymmenten ajan rakentunutta kuvaa televisiosta passivoivana lähettimenä. Sama kehitys lähentää televisiotyön ammattialoja ja -kuntia keskenään: digiajan televisiouutisten toimittaja voi olla myös tiedonkerääjä, reporteri, kuvaaja, leikkaaja, uutisankkuri ja tuottaja.

Digitaalitekniikan käyttöönotto on tähän mennessä tarkoittanut tuotantotekniikassa tapahtuvia muutoksia: laitteiston kevenemistä, halpenemista ja helppokäyttöisyyttä. Teknisesti tasokasta ja ammattimaista jälkeä voidaan digilaitteistojen avulla saada entistä helpommin ja edullisemmin. Digitaalitekniikalla saavutettava laadullinen kehitys ei kuitenkaan ole itsestäänselvää. Esimerkiksi Tommi Saarelan *Visio*-lehdessä julkaistun artikkelin mukaan tuotantoyhtiöissä kauhistellaan tuotannoista käytävää ”huutokauppaa”: säästöpainneiden kourissa kamppailevien televisioyhtiöiden epäillään joutuvan kiusaukseen palkata halvimmalla tekevä yritys tuottamaan ohjelmasisältöä. Saarelan haastattelujen perusteella selviää, että jotkut televisiokanavat ajavat ulos ohjelmia, joita ei ole tehty broadcast-tason laitteilla. Tälläkin hetkellä erilaisia halpatuotanto-ohjelmia tehdään semi-pro- ja kuluttajatason tekniikalla, mikä näkyy paitsi sisällön laadukkuudessa, myös teknisessä kuvan ja äänen laadussa.<sup>169</sup>

Oletuksemme on, että digitalisoituminen vaikuttaa kaikkien televisioalalla työskentelevien ammattikuntien asemaan ja työnkuviin ja näin se muuttaa myös televisio-ohjelmien sisältöjä. Digitalisoiminen lisää kilpailua eri tuotantoyhtiöiden ja kanavien välillä, sillä ohjelma-aika lisääntyy huomattavasti. Kilpaillessaan katsojamääristä eri kanavat kilpailevat myös mainos- ja sponsorituloista, joten ohjelmatilan lisäyksellä on suora vaikutuksensa alan liiketoimintamahdollisuuksiin. Tutkija Inari Teinilä-Šmídin mukaan etenkin kansalliset, isot televisioyhtiöt tuntevat painetta itsenäisten ja joustavien tuotantoyhtiöiden puolelta. Uudet

---

<sup>169</sup> Saarela 2001a, 18-19.

kilpailuasetelmat ratkaistaan sen perusteella, mikä tuotantoyhtiö onnistuu kehittämään parhaiten katsojia (ja mainostajia) puhuttelevia ohjelmatyyppejä.<sup>170</sup>

Tässä luvussa luomme ensiksi lyhyen katsauksen audiovisuaalisen ja digitaalisen median koulutukseen Suomessa. Tämän perusteella tarkastelemme eri toimijoiden asemaa digitalisoituvan televisiotoiminnan aikakaudella. Kuten olemme jo aikaisemmassakin luvussa todenneet, digitaalisen median ammattilaisten ja av-alan toimijoiden työtehtävät lähevät toisiaan ja jopa yhdentyvät. Myös mediatuotteissa voi tapahtua pitkällä aikavälillä yhdentymiskehitystä. Olemme erityisen kiinnostuneita vuorovaikutteisuuden idean vaikutuksesta niihin periaatteisiin, joiden mukaan television ohjelmatuotantoa on aikaisempina vuosina ylläpidetty. Tuotantorakenteiden ja tuotteiden yhdenmukaistumiskehitys sekä interaktion mahdollisuuksien huomioiminen asettavat suuria vaateita tulevaisuuden media-alan toimijoiden koulutukselle.

## 6.1. Katsaus media-alan koulutukseen

Audiovisuaalisen ja digitaalisen median koulutuksesta kattavan kuvan tarjoaa Turun kauppakorkeakoulun Mediaryhmässä työskentelevän Aino-Maria Hansénin tutkimus *Tulevaisuuden tekijät* (2000). Uusmediatoimialaan koulutuksen kannalta on keskittynyt esimerkiksi Tommi Pelkosen teos *Uusmediatoimialan toimenkuvat ja osaamistarpeet 1999*. Vuoden 2002 alussa on myös käynnissä muita laajoja media-alan koulutusjärjestelmien tutkimusprojekteja. Tutkimustiedon kattavuuden vuoksi tässä selvityksessä suomalaisen koulutusjärjestelmän laajaa käsittelyä ei olla nähty tarpeelliseksi. Luomamme lyhyen katsauksen perusteella siirrymme käsittelemään kysymystä siitä, minkälaisia haasteita digitalisoitumiskehitys asettaa koulutuksen kehittämislle.

Sähköisen viestinnän aloilla ei yleisesti ottaen ole pitkiä koulutusperinteitä. Alan tutkintoihin johtavaa koulutusta on ennen 1990-luvun puolta väliä ollut lähinnä korkeakoulutasolla. Audiovisuaalisen toimialan ammatteihin johtavaa koulutusta on annettu Taideteollisessa korkeakoulussa ja niissä yliopistoissa, joissa journalistikoulutukseen on sisältynyt radio- ja televisiotyön opetusta.<sup>171</sup> Jo pidempään audiovisuaalisella alalla työskennelleillä

---

<sup>170</sup> Teinilä-Šmíd 2000, 5.

<sup>171</sup> Hansén 2000, 92.



ammattilaisilla on vaihteleva koulutustausta. Suuri osa esimerkiksi itsenäisissä tuotantoyhtiöissä työskentelevistä henkilöistä on oppinut työssä tarvittavat valmiudet käytännön työelämässä. Joukossa on myös medianomeja, ylioppilastutkinnon suorittaneita sekä yliopistosta valmistuneita henkilöitä. Kuitenkin poikkeuksellisen suurelta osalta audiovisuaalisella alalla työskentelevistä ammattilaisista puuttuu alan koulutus kokonaan.<sup>172</sup>

Toimittajan ammattiin suoraan valmistavaa koulutusta tarjoavat tällä hetkellä Tampereen, Jyväskylän ja Helsingin yliopistot. Yliopistojen journalistikoulutuksella on pitkät perinteet, ja myös alan täydennyskoulutusta on ollut tarjolla jo kauan. Yliopistojen journalistikoulutus on aiemmin tähdännyt erityisesti ajankohtais- ja uutistyöhön, ja näissä toimituksellisissa tehtävissä työskentelevillä suurimmalla osalla on yliopistollinen loppututkinto. Sen sijaan ohjelmatoimitusten toimittajien koulutustausta vaihtelee. Suurin osa heistä on monien muiden av-alalla työskentelevien tavoin niin sanottuja pitkän linjan ammattilaisia, joiden osaaminen ja ammatilliset valmiudet ovat kehittyneet pääosin työelämässä.<sup>173</sup> Toimittajien tärkeänä ominaisuutena pidetään erityisesti laajaa yleissivistystä, joten yliopistotutkinnon merkitys alalla säilyy huomattavana tulevaisuudessakin.<sup>174</sup>

Jos rajaamme käsittelyn vain televisiotoimintaan, niin toimittajan ja tuottajan lisäksi muita keskeisiä toimijoita televisio-ohjelmien tuotantoprosessissa ovat tv- ja studio-ohjaaja, kuvaussihteeri, kuvaaja ja leikkaaja, mikseri sekä eri tuotannon alueita valvovat tarkkailijat. Kaikilla, myös ”näkymättömämmillä” toimijoilla on oma, tarkasti rajattu tehtävänsä, jonka tärkeys korostuu erityisesti suurissa tuotannoissa, kuten esimerkiksi suorissa lähetyksissä. Lisäksi työnkuvat on suunniteltu täydentämään toinen toistaan: ohjaaja tekee ratkaisun siitä, minkä neljästä kamerasta hän haluaa juuri tietyllä hetkellä käyttöön, mutta kuvatarkkailija on se, joka huolehtii kameroilla saatavien kuvien liittymisestä saumattomasti toisiinsa. Yleensä tuotannoissa on myös mukana graafikko, jonka tehtävänä on suunnitella ohjelman ennakkomainokset, esitteet ja muut graafiset aineistot. Graafikko saattaa myös huolehtia ohjelmassa nähtävistä animaatioista.<sup>175</sup>

---

<sup>172</sup> Kupari 2001.

<sup>173</sup> Ks. Hansén 2000, 57; Kupari 2001.

<sup>174</sup> Hansén 2000, 415.

<sup>175</sup> Tässä luetellut ammattinimikkeet ja niiden ohjeelliset sisällöt perustuvat Yleisradion internet-sivuilta saatuihin työnkuvien kuvauksiin otsikolla ”Ylen ammatit”. [http://www.yle.fi/yleista/tule\\_ammattit.shtml](http://www.yle.fi/yleista/tule_ammattit.shtml)

1990-luvun alusta lähtien audiovisuaalisen alan koulutusta on annettu opistotasolla, josta se myöhemmin siirrettiin ammattikorkeakoulujen tarjontaan.<sup>176</sup> 1990-luvun jälkipuoliskolla ammattikorkeakouluihin kehitettiin voimakkaasti uudenlaista media-alan koulutusta. Nykyisin *medianomin (AMK)* tutkinto voi painottua radio- tai televisio toimintaan, mutta myös esimerkiksi multimedia- tai ohjelmatuotantoon. Tutkintoon johtavaa koulutusta annetaan tällä hetkellä ainakin kahdessatoista eri ammattikorkeakoulussa.<sup>177</sup> Televisiotuotannon parissa työskentelevästä uudesta, määräaikaista työvoimasta osa on jo medianomi-tutkinnon suorittaneita.<sup>178</sup>

Ennen ammattikorkeakouluja merkittävimpiä sähköisen viestintäalan kouluttajia ovat olleet suuret televisioyhtiöt. Yleisradion ja MTV3:n ohjelmateknisestä työvoimasta suurin osa on joko YLE:n ammattiopiston kouluttamaa tai MTV:n oman kuvatarkkailijakoulutuksen saaneita.<sup>179</sup> Erityisesti tuotantotekniikan koulutus onkin ollut ennen 1990-lukua lähes täysin näiden yhtiöiden varassa. Yleisradio on kouluttanut kuvaukseen, äänitykseen ja kuvamateriaalin käsittelyyn tähtääviä ammattilaisia sekä kuvaussihteereitä. Koulutuksen pääsyvaatimuksena on ollut ylioppilastutkinto. MTV3 taas on kouluttanut vastaavanlaisia ammattilaisia ammattikoulun käyneistä radio- ja televisioasentajista. Televisioyhtiöiden mukaan suurin osa alalla toimivista henkilöistä on edelleenkin heidän itsensä kouluttamaa. Esimerkiksi uuden medianomin koulutuksen saaneita ammattilaisia on alalla toistaiseksi vasta vähän.<sup>180</sup>

Audiovisuaalisen alan tuottajan tehtävissä olevat ammattilaiset ovat valtaosaltaan saaneet joko Yleisradion oman tai Koulutusstudio Alexiksen kuvaussihteerikoulutuksen. Myös yksittäisiä tuottajakursseja on järjestetty. Yleisradion ammatillinen erikoisoppilaitos on kuulunut alan merkittävimpiin kouluttajiin. Koulutustoiminta kuitenkin lakkautettiin YLE:n sisältä vuoden 2000 lopussa ja sen järjestämislupa siirrettiin Adulta Oy:lle vuoden 2001 alusta lähtien. Adulta Oy perusti radio- ja televisioammattilaisten koulutustehtävää varten Adultan radio- ja televisio-opiston, Arto:n. Arto:ssa annettavan koulutuksen ensisijaisena

---

<sup>176</sup> Hansén 2000, 57.

<sup>177</sup> Hansén 2000, 67-68.

<sup>178</sup> Kupari 2001.

<sup>179</sup> Kupari 2001.

<sup>180</sup> Hansén 2000, 92.

tavoitteena on antaa opiskelijoille valmiudet suorittaa työelämän tutkintoja (media-assistentin ammattitutkinto tai media-alan erikoisammattitutkinto).<sup>181</sup>

1990-luvun loppupuolella audiovisuaalisen viestinnän koulutus pohja on vakiintunut ja eri oppilaitosten toimenkuvat ovat selkiytyneet. Monet korkeakoulut tarjoavat ammatillista koulutusta suoraan esimerkiksi lavastajille, puvustajille, leikkaajille, tuottajille ja ohjaajille. Koulutusalan vakiintuminen helpottaa sekä perus- että täydennyskoulutuksen organisoimista tehokkaaksi ja sisällöltään mielekkääksi. Media-alan peruskoulutuksen osalta kattavan katsauksen tarjoaa Korkeakoulujen arviointineuvoston toimeenpaneman arviointiprojektin loppuraportti, joka julkaistaan keväällä 2002. Täydennyskoulutuksen asema ja sen kehittäminen tulevat tulevaisuudessa todennäköisesti korostumaan, kun av-alan vakiintuneet työnkuvat liukuvat digitaalisen tuotantokulttuurin paineessa.

Audiovisuaaliseen alaan verrattuna uusmediatoimialan työnkuvat ovat verraten uusia eikä niille ole vielä vakiintunut definitiivistä sisältöä. Tommi Pelkonen jakaa uusmediayrityksiin liittyvät toimenkuvat viiteen eri alueeseen tai yläkategoriaan: hallinto-, myynti- ja tukitoiminnot, tuotannollinen suunnittelu, visuaalinen suunnittelu, mediamateriaalin tuottaminen ja ohjelmointi.<sup>182</sup> Seuraavat toimenkuvakuvaukset perustuvat sekä Pelkosen tutkimukseen *Uusmediatoimialan toimenkuvat ja osaamistarpeet 1999* (1999) että *Career Space. Generic Skills Profiles for the ICT Industry in Europe* -esitteeseen (1999).

Ensimmäiseen alueeseen eli hallinto-, myynti- ja tukitoimiin lukeutuu uusmediayrityksen johtohenkilöstö, joka voi koostua myyntipäällikön (tai yhteyspäällikön) lisäksi myös uusmediakonsulteista, yhteysassistentteista ja kouluttajista. Pelkosen mainitsema toinen alue, tuotannollinen suunnittelu, viittaa sekä uuden mediatoiminnan myötä syntyneisiin työnkuviin (kuten käyttöliittymäsuunnittelijaan) että mainonnan puolelta tuttuihin sisältösuunnittelijoihin ja copywritereihin. Visuaalinen suunnittelu ja toteutus voi viitata sekä animaattoriin että graafiseen suunnittelijaan (AD). Tekninen toteutus kuuluu tekniselle suunnittelijalle, jonka vastuulla on tuotteen teknologinen arkkitehtuuri sekä teknologisen rakenteen toteuttaminen.<sup>183</sup> Ohjelmistopuolella tämä tarkoittaa ohjelmointia ja sen

---

<sup>181</sup> Ks. Arto:n ja sen osan, koulutusstudio Alexiksen internet-sivut osoitteissa <http://adulta.fi/> ja <http://alexis.adulta.fi>.

<sup>182</sup> Pelkonen 1999, 48.

<sup>183</sup> Pelkonen 1999, 50.

suunnittelua (digital design).<sup>184</sup> Tämän kategorian alle uusmediayrityksessä lukeutuvat myös muut teknisen osaamisen ammattilaiset, kuten testaaja, ylläpitäjä tai atk-asiantuntija. Viides ryhmä on mediamateriaalin tuottamisen eli multimedian ammattilaiset: mediasuunnittelija, ääni- ja kuvasuunnittelija sekä multimediakoostaja.<sup>185</sup>

Uusmedia-alan työntekijöistä huomattavan suurella osalla on taustallaan korkeakoulututkinto.<sup>186</sup> Vuonna 1999 tehdyn tutkimuksen mukaan tutkinnon suorittaneiden lisäksi noin 40 prosenttia alalla työskentelevistä opiskeli edelleen jossain korkeakoulussa. Tärkein taustakoulutusala oli tekninen, mutta myös graafisen tai design-alan koulutuksen saaneita oli alalla paljon, noin 18 prosenttia koko tutkitusta henkilöstömäärästä. Suuri osa uusmedia-alalla työskentelevistä osaajista on alalle kouluttautumattomia, mikä osaltaan kertoo myös koko toimialan uutuudesta. Uusmedia-alan työntekijämäärien kasvu nähdään koko toimialan liikevaihdon kasvulle elintärkeäksi, ja useissa yhteyksissä esille tuleekin osaavien työntekijöiden puute. Alan peruskoulutuksen lisäämistä vaaditaan edelleen.<sup>187</sup>

Uusmedia-alan nuoruudesta johtuu myös alan eri tehtäviin johtavien koulutusväylien vakiintumattomuus. Teknistä osaamista tunnutaan alalla edelleen painottavan ja arvostavan eniten.<sup>188</sup> *Career Space* -esitteen ammattinimikekuvauksista on selvästi nähtävissä, että monet määritelmistä ovat päällekkäisiä ja ylimalkaisia, mikä osaltaan sekin kertoo alan toimijoiden, työnkuvien ja tuotantoprosessien sisältöjen vakiintumattomuudesta.<sup>189</sup> Myös Tommi Pelkosen mukaan monien uusmediatoimialan ammattilaisten rekrytointikriteereinä on samoja asioita: kokonaisuusien hallinta, pitkäjänteisyys, suunnittelutaidot, yhteistyötaidot, englannin kielen hallinta...<sup>190</sup> Näyttääkin siltä, että ainoastaan puhtaasti teknisiin työtehtäviin (joita on kokonaisuuteen nähden suhteellisen vähän) on olemassa selviä rekrytointikriteerejä. Teknisen puolen korostuneisuus aiheuttaa osaltaan myös sen, että uusmedia-alan

---

<sup>184</sup> *Career Space. Generic Skills Profiles for the ICT Industry in Europe* 1999, 8-9.

<sup>185</sup> Pelkonen 1999, 49.

<sup>186</sup> Pohto ja Wirén 2001, 10.

<sup>187</sup> Pohto ja Wirén 2001, 19.

<sup>188</sup> Ks. esim. Pelkonen 2001, 11; Pohto ja Wirén 2001, passim.

<sup>189</sup> Esitteessä on hahmoteltu myös luonnepiirteitä, jotka sopivat erityisen hyvin tiettyjen työtehtävien tekijöille. Esimerkiksi ohjelmistosuunnittelijan ("digital design") tulisi olla analyyttinen, pikkutarkka, luova mutta silti teknisesti orientoitunut, kiinnostunut ja kykenevä työskentelemään ryhmän jäsenenä. Nämä kuvaukset kuitenkin toistuvat usein sellaisinaan työnkuvasta toiseen. Ks. *Career Space. Generic Skills Profiles for the ICT Industry in Europe* 1999, 9.

<sup>190</sup> Ks. Pelkonen 1999, 53-65.

sisältösuunnittelijan toimenkuvaan kasautuu työtehtäviä käsikirjoittamisesta ryhmän ohjaamiseen.<sup>191</sup>

Suomessa suuri osa myös uusmedian sisältötuotannosta – matkapuhelinalaa lukuun ottamatta – on organisoitunut audiovisuaalisen alan kattojärjestön, *Satu ry:n*, alle: ”Tuotantomääriltään suurimmat erityisesti ohjelmatyypin digitaalisen mediaan suuntautuvat tuotantoyhtiöt kuuluvat lähes kaikki Satu ry:n digitaalisen median jaostoon, jonka jäsenyritysten alaan kuuluvat mm. cd-rom -levyt, www-sivut sekä strateginen konsultointi. Useat uudet internet-palveluita tarjoavat yritykset ja langattoman sisältö-alan yrityksen [sic] eivät ainakaan toistaiseksi ole laajasti ottaen Satu Ry:n jäseniä.”<sup>192</sup> Satu ry:n käyttämä jako audiovisuaaliseen ja digitaaliseen mediatuotantoon ei tulevaisuudessa kuitenkaan todennäköisesti ole enää käyttökelpoinen.

Kaikkien televisiotuotantoon osallistuvien kannalta digitalisointi tarkoittaa ainakin jonkinlaista sisällöllistä murrosta. Digitaalisena vastaanotettavan informaation luomiseen, muokkaamiseen ja jakeluun osallistunee tulevaisuudessa suuri joukko yhä erilaisempia ihmisiä. Vanhat audiovisuaalisen ajan ammattikunnat toisaalta säilyvät, mutta toisaalta muuttuvat uudenlaisten työtehtävien myötä ja televisiotuotannosta tulee ainakin osaksi digitaalista monimediatuotantoa. Perinteisesti esimerkiksi toimittajan on katsottu vastaavan oman aihealueensa ohjelmasuunnittelusta, taustatietojen kartoittamisesta ja ohjelman toteutuksesta muun tuotantoryhmän kanssa. Tuottajan perinteinen työnkuva sisältää ohjelmatapoja ja toteutusta koskevien ratkaisujen tekemistä. Tulevaisuudessa molempien ammattikuntien edustajien on yhä enenevässä määrin otettava vastuuta koko ohjelmatuotannon prosesseista. Heillä on oltava sekä sisällöllistä asiantuntemusta että teknisiä valmiuksia tällaisen kokonaiskäsityksen muodostamiseksi.<sup>193</sup>

Sekä audiovisuaalisen että digitaalisen median koulutusta on aiemmin kehitetty erityisesti teknislähtöisen välineiden hallinnan ja tuotantoprosessin eri työvaiheiden näkökulmasta. Media-alalla on yleensäkin voimakkaasti korostettu teknisen osaamisen merkitystä. Tämä tendenssi on näkynyt ehkä eniten juuri televisiotuotannossa, sillä kuten johdannossa totesimme, television kulttuurinen status on ollut kaksijakoinen. Televisiota ei ole mielletty merkittäväksi ”sisällölliseksi” viestintämuodoksi toisin kuin esimerkiksi elokuvaa, jolle jo

---

<sup>191</sup> Sisältösuunnittelijan työnkuvasta ks. Hansén 2000, 416.

<sup>192</sup> Martikainen et al. 2001, 64.

<sup>193</sup> Ks. Hansén 2000, 325-327.

vuosikymmeniä sitten on vakiintunut oma, taiteelliseen ilmaisuun painottunut koulutusväylänsä. Suomalaisen elokuvakoulutuksen havainnollistamassa näkemyskentässä audiovisuaalisten tuotantotekniikoiden hallinta on vain välineellisessä roolissa siinä kokonaisuudessa, joka tähtää eheän ja ilmaisuvoimaisen teoksen tuottamiseen.<sup>194</sup>

Mielestämme television voidaan viestintävälineenä sanoa jo saavuttaneen itsenäisen ilmaisullisen ja esteettisen toimintaympäristön. Erityisesti ”televisionomaisuuteen” liittyvien keskustelujen merkitys tulee korostumaan digitaalisen television aikakaudella. Perinteisestä audiovisuaalisesta estetiikasta tulevat säilymään jotkin piirteet, toiset taas häviävät internet-maailmasta tuttujen ilmaisutapojen alle. Teknologioiden ja esteettisten käytäntöjen kehitystä ei voi koskaan erottaa toisistaan. Digitalisoituminen ei kuitenkaan sinänsä tarkoita televisioilmaisun radikaalia muuttumista, mutta koska digitaalisesta televisiosta halutaan tehdä aikaisemmasta analogisesta televisiosta eroava medium, on muutos myös esteettisessä ja ilmaisullisessa mielessä väistämätön. Tämä sisällöllinen muutos vaikuttaa kiistämättä televisio-ohjelmien vastaanottokonteksteihin, mutta myös taustalla oleviin tuotannon tapoihin.

## 6.2. Muutokset televisiotuotannossa

Miten digitaalitekniikan käyttöönotto on muuttanut ohjelmanteon perusteita? Ensimmäiseksi digitalisoitiin editointityöasemat ja kaikki leikattava materiaali siirtyi tietokoneen kovalevylle. Digitaalisuuden etuna on aikaisempaan analogiseen videotekniikkaan verrattuna se, että editoija pystyy toteuttamaan kuva- ja äänileikkaukset teknisesti nopeammin. Samalla muutosten ja korjausten tekemisestä on tullut yksinkertaisempaa. Erilaisia jälkikäsitteilytoimenpiteitä voidaan tehdä aikaisempaa enemmän.<sup>195</sup> Leikkausyksikköjen jälkeen käyttöön alkoi tulla digitaalisia videokameroita. Kuvattu materiaali voidaan siirtää suoraan niistä editointiin, sillä se on jo valmiiksi digitaalisessa muodossa. Kuvan ja äänen muokkauksesta on näin tullut huomattavasti aiempaa helpompaa ja nopeampaa. Digitaalitekniinen kalusto on myös kevyempää ja

---

<sup>194</sup> Viittaamme tällä erityisesti Taideteollisen korkeakoulun Elokvataiteen osastoon. Voidaan ehkä ajatella, että elokuva-alalle johtava koulutus on tietoisesti haluttu erottaa televisioalan koulutuksesta siksi, että television kulttuurinen status on ollut matala, kun taas elokuva on nähty itsenäisenä taidemuotona. Näin myös elokuvakoulutus on organisoitu erityisesti luovaa, taiteellista ilmaisuvoimaa tukevaan.

<sup>195</sup> Käytännössä tätä muutosta kuvaa esimerkiksi Jukka Multanen Ylen tekniikan tiedotuslehdessä, Multanen 1998.

halvempaa kuin aiemmat televisiotuotannossa käytetyt laitteistot.<sup>196</sup> Digitaalisen teknologian rinnalla käytössä on kuitenkin vielä myös analogista tekniikkaa. Ongelmaksi saattaakin jossain vaiheessa muodostua, että uusi työvoima ei enää hallitse analogisen tuotannon käytäntöjä.<sup>197</sup>

Inari Teinilä-Šmídin mukaan televisiotoiminnan muutokset ovat nähtävissä kahdella eri suunnalla. Toisaalta työntekijöistä halutaan kouluttaa moniammatillisia osaajia, jotka tuottavat kevyellä kalustolla niin sanottua perusjournalistista sisältöä. Toisaalta taas jotkut alueet vaativat erityisosaamista, jota ei pystytä kehittämään eikä ylläpitämään nopealla ja kustannustehokkaalla ”moniosaajakoneistolla”. Esimerkiksi vaativissa musiikki- ja draamatuotannoissa tarvitaan kuvan ja äänen korkealaatuista välittämistä. Suomessakin saatamme olla pian tilanteessa, jossa televisio-ohjelmat jakaantuvat nopeasti tehtyyn halpatuotantoon ja kalliiseen, laadukkaaseen tuotantoon. Näyttää siltä, että digitaalisen television tulo entisestään voimistaa tätä tendenssiä.<sup>198</sup>

Halvalla tuotetusta, uudentyyppisestä ohjelmastisällöstä on Suomessa nähty esimerkkejä jo muutaman vuoden ajan. Esimerkiksi vuoden 2000 keväällä TVTVI-kanavalla aloittivat Suomen ensimmäiset televisiochatit – interaktiiviset, tekstimuotoiset keskustelufoorumit. Ne ovat tyypiesimerkki uuden ajan televisiotuotannosta, jossa yhdistyvät edullisuus, vuorovaikutteisuus ja lisäpalvelut, uusien katsoja- tai käyttäjäryhmien puhuttelu sekä uusien ansaintalogiikoiden menestyksellisen hyödyntäminen. Televisiochattien juontajat ja valvojat ovat tyypillisesti nuoria pätkätyöläisiä, joilla ei ole alalle yleensä mitään koulutusta.<sup>199</sup> Muita esimerkkejä ovat kevyellä tuotantorakenteella toteutettavat ”katulähetykset”, uusinnat ja halpatuonti ulkomailta. Ohjelma-aikaa voidaan myös myydä *informaci*als-mainonnalle (esimerkiksi *Ostos-tv*), peli- ja datapalveluille sekä muille viihdepalveluille.<sup>200</sup>

Yleinen televisio-ohjelmien laadun lasku ei kuitenkaan digitaalisen television vuoksi ole välttämätön kehityssuunta, vaikka tuotantopuolella edullisesti toteutettavissa oleville konsepteille onkin entistä suurempi tarve. Julkisessa keskustelussa on useasti viime vuosien aikana viitattu televisio-ohjelmistojen viihteellistymiseen ja asiaohjelmien vähenemiseen. Tilastot eivät kuitenkaan tue tällaista kehitystä. Näyttää pikemminkin siltä, että kanavat

---

<sup>196</sup> Teinilä-Šmíd 2000, 10, 23-24.

<sup>197</sup> Ks. Kupari 2001.

<sup>198</sup> Teinilä-Šmíd 2000, 24-25.

<sup>199</sup> Aiheesta tehdään parhaillaan tutkimusta muun muassa Turun yliopiston digitaalisen kulttuurin oppiaineessa.

<sup>200</sup> Näränen 2001a.

profiloituivat entistä tiiviimmin joko asiapitoisen tai viihteellisen ohjelmiston puolelle. Televisio-ohjelmistot olivat Suomessa kaiken kaikkiaan varsin monipuolisia tarkasteltaessa muutoksia aikavälillä 1997-2000.<sup>201</sup>

Toisen argumentin mukaan halvalla tuotetusta ”laaturossa” voi syntyä myös mielenkiintoisia ja pitkäikäisiä lopputuloksia. Kanavilta vaaditaan myös erityisyleisöjen huomioonottamista ja kontrollin antamista katsojalle. Koska laadun kriteerit ovat viime kädessä erilaiset eri katsojaryhmille, voi valinnanvapauden lisääntymisen kritiikki olla loppujen lopuksi varsin elitististäkin.<sup>202</sup>

Digitaalisen tuotantoteknologian ja toisaalla tässä tutkimuksessa käsitellyn konvergoitumiskehityksen myötä televisioammattilaisten työnkuvien rajoista on tullut entistä joustavampia tai ne ovat saattaneet jopa kadota.<sup>203</sup> Sekä itsenäisissä tuotantoyhtiöissä että nykyään myös televisioyhtiöissä suositaan entistä enemmän moniosaajia, jotka pystyvät vaihtamaan roolia aina tilanteen mukaan. Kustannussäästöt ovat ilmeisiä tilanteessa, jossa vaikkapa toimittaja kuvaa ja leikkaa juttunsa itse sen sijasta, että työn tekisi yhteensä kolme eri ammattilaista. Toisaalta tällainen tilanne herättää kysymyksiä siitä, millaiset valmiudet korkeatasoisen, yleissivistävän korkeakoulutuksen saaneella toimittajalla on suunnitella toimivia ilmaisullisia ja teknisiä ratkaisuja. Toisaalta teknis-taiteellisissa tehtävissä toimivat osaajat eivät välttämättä ole ammattilaisia sisällöllisen muokkaamisen tai viestien välittämisen suhteen.<sup>204</sup>

Kaikkien mielestä kehitys ei kuitenkaan näytä etenevän tähän suuntaan. Erkki Kuparin selvityksen mukaan työntekijöiden moniosaaminen on etupäässä uusien työvälineiden käyttöä entisissä työtehtävissä, joihin tuki tulee laitetekniikan kehityksen tuomia muutoksia. Hänen mukaansa eriytyneet ammattitehtävät pääosin säilyvät televisiotuotannossa ja toimittajien työssä laajemminkin. Kuparin haastattelemien viestintäalan ammattilaisten mielestä tuotantotahdin kiristyminen ja kustannussäästöt lisäävät ammattitaidolle asetettavia vaatimuksia, sillä tuotteiden tai palveluiden on tulevaisuudessakin valmistuttava määräajassa

---

<sup>201</sup> Aslama et al 2001, 83-86.

<sup>202</sup> Näränen ja Sihvonen 2001, 46.

<sup>203</sup> Ks. Nieminen 1999, 6-7.

<sup>204</sup> Teinilä-Šmíd 2000, 24.



ja niiden laadun on oltava sovitun mukaista. Toisaalta televisiotuotantojen ja -toimijoiden yhä profiloituessa laadusta tulee huomattavan tärkeä markkinatekijä, eikä siitä ole varaa tinkiä.<sup>205</sup>

Monet televisiotuotannon lajityypit, kuten musiikki- ja draamatuotannot, edellyttävät työntekijöiltä erikoistunutta sisältö- ja laiteosaamista. Koska ammattilaisia voi audiovisuaalisella alalla olla tulevaisuudessa entistä vähemmän, ohjaa digitalisoituminen ammattilaisten työnkuvia näin myös erikoistuneempaan suuntaan. On syytä muistaa, että työntekijöiden luontaiset taipumukset eivät välttämättä sovi kaikkeen; kuvankäsittelijän innostus ei todennäköisesti suuntaudu esimerkiksi äänittäjän työhön, eikä kirjoittajasta ei välttämättä tule hyvää esiintyjää. Kupari muistuttaa myös, että teollisessa sarjatuotannossa on järkevämpää kierrättää tuotetta eri työpisteissä kuin kierrättää työntekijää ja kouluttaa hänet useisiin eri tehtäviin.<sup>206</sup>

Mitä televisioalalla työskentelevät ammattilaiset itse ajattelevat tuotantorakenteiden ja työnkuvien muuttumisesta? Inari Teinilä-Šmíd on esitutkimusraportissaan *Sisällöntuotanto digitaalisen television ympäristössä* selvittänyt laajasti eri toimijoiden näkemyksiä. Digitaalisen television tuloon haastateltavat suhtautuivat varauksella. Monet heistä painottivat digitaalisen television olevan tällä hetkellä vasta tekninen ratkaisu, jonka todellinen viestinnällinen merkitys paljastuu vasta vuosien kuluessa. Kaikkein keskeisin ongelmakenttä haastateltavien mielestä liittyy televisiotuotantoon kohdistuviin uudenlaisiin haasteisiin, joihin av-alan työntekijät joutuvat omalta osaltaan kukin vastaamaan.<sup>207</sup>

Tärkeäksi tämänhetkistä televisio toimintaa luonnehtivaksi tekijäksi Teinilä-Šmídin haastateltavat nostivat jyrkän ikäpolvikuilun, joka on osaltaan vaikeuttamassa uusien tuotantotapojen käyttöönottoa. Televisioyhtiöissä on töissä paljon niin sanotun vanhan kaartin ammattilaisia, jotka ovat työskennelleet jopa vuosikymmenten ajan tietynlaisen tuotantokulttuurin puitteissa. Tekniikan kehitys on näin osasyynä siihen kehitykseen, joka vie televisioammattilaisen muotokuvaa tiukkojen ammattirajojen lokerosta kohti moniosaajuutta. Vanhoille televisioammattilaisille muutos ei ole helppo – ei teknisesti eikä sisällöllisesti.<sup>208</sup>

---

<sup>205</sup> Ks. Kupari 2001.

<sup>206</sup> Kupari 2001.

<sup>207</sup> Teinilä-Šmíd 2000, passim.

<sup>208</sup> Ks. Teinilä-Šmíd 2000, 40-41, 50.

Audiovisuaalinen toimiala ei tietenkään ole yksin digitaalitekniikan tuomien muutosten suhteen. Myös radio on kokenut vastaavan rakennemuutoksen viimeisten vuosien aikana. Digitaalisen radion lähetykset perustuvat DAB:iin (*Digital Audio Broadcasting*), joka tarkoittaa sitä, että informaatiota ei kuljeteta radioverkossa äänisignaaleina vaan bitteinä. Keskustelu radiolähetyksen digitalisoimisesta oli varsin vilkasta etenkin vuonna 1999, jolloin kuitenkin todettiin yleisön suhtautuvan uudistukseen varsin välinpitämättömästi.<sup>209</sup> Radio Peili on vuoden 1998 lokakuussa käynnistynyt Yleisradion digitaalinen radiokanava, jonka kuuluvuusalueella asui vuonna 1999 noin kaksi miljoonaa suomalaista. Näistä digitaalisen radiovastaanottimen omisti vain noin sata kuulijaa.<sup>210</sup>

Jouni Kenttämies on pohtinut pro gradu -tutkielmassaan *Toimittaja radion tuotantokulttuurin murroksessa* Suomessa 1990-luvulla tapahtunutta radioviestinnän muutoskehitystä. Hänen tutkimuksensa mukaan keskeisenä tuotantoon liittyvänä muutoksena nousi esiin niin kutsuttu itsekäyttö, jonka Kenttämies liittää sekä ohjelmatuotannon laajenemiseen että tuotettujen ohjelmatuntimäärien kasvuun. Tämä on merkinnyt myös tuotannon tekotapojen keventämistä ja toimittajan oman työpanoksen kasvua tuotantoprosessissa.<sup>211</sup>

Itsekäyttö tarkoittaa ohjelman tuotannon tapaa, ”jossa toimittaja itse, ilman äänitarkkailijan työpanosta, koostaa ja lähettää itse omat juttunsa.”<sup>212</sup> Sama kehitys on nyt nähtävissä television puolella, jossa toimittajalle lankeaa yhä enemmän tehtävää ja vastuuta esimerkiksi uutisten tekoprosessissa: hän saattaa itsenäisesti tehdä taustatyön, viedä kameran mukaan haastatteluun, kuvata ja haastatella ihmisiä, editoida materiaalista valmiin uutisen ja vielä toimia illan uutisten lukijana televisioruudussa. Yleisradion taannoisessa *A-studio* -ohjelmassa haastateltiin Lounais-Suomen uutisten toimittajaa Minna Rosvallia. Hän on saanut ensi käden tuntumaa studio- ja ulkotuotantokalustojen keventämiseen joutumalla toimittajan työn ohella muun muassa kuvaamaan ja editoimaan omat juttunsa. Näin hänestä on tullut malliesimerkki aiemmin mainitusta itsekäytöstä televisiotuotannon puolella.<sup>213</sup>

---

<sup>209</sup> ”Digitaalisen radion lähetykset kaikuivat lähes kuuroille korville”, HS 30.8.1999.

<sup>210</sup> Radion digitalisoinnista tarkemmin ks. Kenttämies 2001, 72-80.

<sup>211</sup> Kenttämies 2001, 62.

<sup>212</sup> Kenttämies 2001, 63.

<sup>213</sup> *Minna Rosvall – Moniosaaja*. YLE:n *A-studio*n dokumentti digitaalitekniikan vaikutuksista toimittajan työhön. Uutisessa *A-studio*n verkkosivuilla kirjoitetaan seuraavasti: ”Minna Rosvall YLE:n Lounais-Suomen uutisista tekee työnsä digitaalitekniikalla. Hän kuvaa, haastattelee ja editoi tv-juttunsa, minkä lisäksi hän tekee samasta aiheesta radioversion. Yhden ihmisen urakoinnilla on tarkoitus säästää kustannuksia – laadun kustannuksella, arvoivat [sic] tekijät.” <http://ww2.yle.fi/pls/show/page?id=163739>, 29.10. 2001.

Digiajan kehitys kulkee tekijöiden kannalta siis kahteen suuntaan: toisaalta moniosaaminen lisääntyy, toisaalta saatetaan erikoistua vain tiettyyn osaamisalueeseen.<sup>214</sup> Voidaan ajatella, että aikaisemminkin monen osa-alueen hallintaa vaativat tuottajan ja toimittajan ammatit lukeutuvat edellisen kuvauksen piiriin. Jälkimmäinen vaihtoehto sisältää ehkä enemmän tekniseen osaamiseen painottuvia työnkuvia, jotka tarjoavat mahdollisuuksia syventymiseen ja erikoistumiseen. Tarkasteltaessa uuden tilanteen tuomia muutoksia toimittajan ja tuottajan työnkuissa voidaan nähdä, miten perinteinen av-tuotanto ja uusmedia-alan vielä muotojaan hakevat toimintamallit lähenevät toisiaan.

Tuottajalla on totuttu ajattelemaan ihmistä tai yritystä, joka toimii tuotekehittelyn tai tuotteen valmistamisen sekä tilaajan tai muun rahoitustahon välikätenä. Perinteisen audiovisuaalisen alan, elokuvan ja television, tuotannoissa tuottaja tekee viime kädessä ohjelmavalintoja ja tuotantotapoja koskevat ratkaisut. Yksinkertaisesti tämä tarkoittaa sitä, että tuottajan asemassa oleva päättää mitä ohjelmia tehdään ja mitä ei. Näin hänellä on myös kannettavanaan vastuu tuotannon budjetista, aikataulun pitävyydestä ja tietysti koko tuotannon valmistumisesta.

Artikkelissaan *Multimedia-alan tuotantoprosessit ja työnkuvat* Kari Jääskeläinen kirjoittaa tuottajan tehtävästä seuraavasti: ”Tuottajalla on kaksi tehtävää. Ensimmäinen tehtävä on yksittäisen tuotantoprojektin suunnittelu ja tuotantoon saattaminen. Toinen tehtävä on kyseisen tuotantoprosessin johtaminen ja valvonta. [...] Tuottajalta vaaditaan hyviä johtamisominaisuuksia hänen asettaessa välitavoitteita tuotantoryhmän jäsenille ja valvoessa tavoitteiden saavuttamista.”<sup>215</sup> Jääskeläinen antaa määrittelyssään ymmärtää, että tuottaja pitää itsensä erillään päivittäisestä käytännön tekemisestä ja keskittyy niin ikään valvomaan tuotantoprosessia ja -ryhmää. Tässä kuvailtu tuottajakuva on meidän näkökulmastamme perinteisen tuotantoprosessin logiikan mukainen: tuottaja on henkilö tai taho, joka ohjaa, tekee päätökset ja on mukana johtavana elimenä prosessin kulussa. Tuottaja ei kuitenkaan osallistu prosessissa käytännön tekemiseen.

Digitaalisen tuotannon keskeinen haaste on toimialojen lähentymiskehitys sekä yksittäisten tuotantoprosessien tai tuotannon osien yhteensovittaminen.<sup>216</sup> Uudistuvassa tilanteessa uuden tuottajan tai toimittajan, *media-alan ammattilaisen*, rooli ei mielestämme voi olla

---

<sup>214</sup> Teinilä-Šmíd 2000, 24.

<sup>215</sup> Jääskeläinen 2001a.

<sup>216</sup> Helomaa, Pelkonen ja Väänänen 1999, 3.

pelkkä tuotantoprosessin valvoja tai työryhmän johtaja. Kun moniosaajia pyritään käyttämään entistä enemmän, erikoistuneiden ammattilaisten koordinoinnista tulisi siirtyä projektikohtaiseen tiimityöskentelyyn. Työnkuvien rajojen muotoutuessa uudelleen tuottajan on otettava entistä selvemmin osaa tekeillä olevan tuotteen suunnitteluun ja toteuttamiseen sekä tuotantoprosessin läpiviemiseen myös käytännön tasolla. Toimittajan kohdalla samaan kehitykseen liittyy tuotantorakenteiden ja -kaluston keveneminen, mikä merkitsee Minna Rosvallin kaltaisten moniosaajien työmäärän lisääntymistä. Tässä mielessä uusi työnkuva alkaa muistuttaa vanhaa mediatoimittajan käsitettä. Mediatoimittaja hallitsee sekä perinteisen toimittajan tehtävät (esimerkiksi uutissähkeet, uutisjutut, juttujen kuvituksen) että ”medianhallintatehtävät”, jotka tarkoittavat digitaalisen leikkausaseman hallintaa, kykyä kuvittaa uutisia ja etsiä valmiita kuvia tietokannoista sekä ammattitaitoa ajaa valmis materiaali ulos tietokoneserveriltä.<sup>217</sup>

Teinilä-Šmíd antaa esimerkiksi television uutistuotannon, jossa toteutuskaava pidetään hyvin yksinkertaisena: ensin tehdään päätökset uutisaiheista ja sitten toimittajat suorittavat tiedonhankinnan; tätä seuraavat kuvausjakso ja on line -editointi sekä muu koostaminen saman päivän uutislähettykseen.<sup>218</sup> Tässä yhteydessä moniosaajan ajatukseen liittyy käsitys toimittajasta tuottajana ja päinvastoin. Toimittajasta on tullut tuottaja, sillä hän tekee tuotantoa koskevat päätökset, kantaa vastuun aikataulusta ja projektin loppuunsaattamisesta. Tuottajan työnkuva taas lähenee toimittajuutta, koska digitaalisen kuvaus- ja editointikaluston myötä myös erikoistuneen henkilöstön tarve on vähentynyt: työnkuvat ovat jatkuvassa liikkeessä ja budjettirahoja tiukennetaan, ja niinpä tuottajan on joissakin tapauksissa välttämätöntä hoitaa myös toimittajan työt, jotta hän pystyisi pitämään lupauksensa projektin määräajasta ja tuotteen valmistumisesta. Osaltaan työnkuvien liukuminen liittyy myös siihen kehitykseen, jossa isojen televisioyhtiöiden omaa tuotantoa on ulkoistettu. Näin syntyneissä pienissä yrityksissä ammattikuvat saattavat muotoutua hyvinkin projektikohtaisesti.

Esimerkiksi ”marginaalikanavilla” tämä kehitys näkyy jo selvästi. Ylioppilaslehdessä 3/2001 julkaistussa artikkelissa kolme vuotta sitten Moontv:ssä aloittanut ja nyt Moskito Televisionissa työskentelevä tuottaja kertoo digitaalisen television mukanaan tuomista muutoksista: ”Vastaava tuottaja joutuu sisältökysymysten lisäksi ottamaan kantaa niin uusien kameroiden ja editointilaitteiden hankintaan kuin kanavan tekniseen ylläpitoon ja

---

<sup>217</sup> Teinilä-Šmíd 2000, 30.

<sup>218</sup> Teinilä-Šmíd 2000, 29.

markkinointiin [...].”<sup>219</sup> Tuotantomenetelmien ja -prosessien koulutus on aiemmin tähdännyt muun muassa budjetoinnin, markkinoinnin ja projektisuunnitteluun liittyvän kokonaiskuvan luomiseen. Tulevaisuudessa tuottaja voi kuitenkin joutua mukaan myös sellaisiin tuotannon vaiheisiin, joissa tarvitaan käytännöllistä osaamista ja tuotantoprosessin eri osa-alueiden hallintaa, kuten laitteiden hankintaan liittyvää suunnittelua, teknistä ylläpitoa ja jopa sisällöllistä toteutusta.

Anne Kauhanen-Simalainen kirjoittaa verkkotuotantoihin liittyen, että tuottajan tekee tuottajaksi vain vastuu prosessin läpiviemisestä.<sup>220</sup> Tuottajan on ymmärrettävä koko tuotantoprosessi vaihe vaiheelta. Tulevaisuudessa, interaktiivisten ohjelmien kehittämiseen tähtäävässä televisiotuotannossa tämä on entistäkin tärkeämpää. Digitaalisen median ja sen tuotantorakenteiden linkittyessä audiovisuaalisen alan tuotantoihin tarvitaan entistä selvempää kokonaissuunnittelua projektien toimivuuden takaamiseksi. Digitalisointi liittyy mediatuotannon alat yhteen myös käytännön tekniikka- ja ohjelmistotasolla. Audiovisuaalisen materiaalin leikkaus, jälkikäsitteily, prosessointi ja ulosajo ovat kaikki tietokoneistettuja prosesseja. Kokonaistuotteen rakentamisesta tulee siis erilaisiin tietokoneella toteutettaviin osavaiheisiin jakautuva projekti. Tämä kehitys on osittain vaikuttamassa myös siihen, että tulevaisuuden televisiotuotannoista voi tulla teknisesti ja taloudellisesti varsin mutkikkaita. Eri tuotantovaiheiden ja osien keskinäisen rahoituksen ja tuottojen jaon periaatteita joudutaan miettimään uudelta pohjalta.

On kuitenkin tärkeää muistaa, että tuotannon prosessien siirtäminen tietokoneelle ei tarkoita sitä, että inhimillinen työpanos tai osaaminen olisi käymässä tarpeettomaksi. Asian voisi sanoa olevan päinvastoin, sillä tarvitaan yhä enemmän ammatti-ihmisiä vastaamaan ensinnäkin tietotekniikasta ja sovelluskehitystyöstä sekä toiseksi tietokoneistetuista työprosesseista. Ja toisaalta uutisen tai elokuvan ohjelmallisesti tapahtuva leikkaaminen on edelleen editointityötä, johon tarvitaan sama ammattitaito ja audiovisuaalinen näkemys kuin ennenkin. Tuottamisessa onkin Kauhanen-Simalaisen mukaan yleisesti ottaen tärkeää ”kuuden T:n eli tarpeiden, tekniikan, tiedon, taiteen, toimivuuden ja talouden” yhteensovittaminen.<sup>221</sup>

---

<sup>219</sup> Sommers 2001.

<sup>220</sup> Kauhanen-Simalainen 2001, 67.

<sup>221</sup> Kauhanen-Simalainen 2001, 68.

Palaamme vielä hetkeksi digitaaliseen radioon. Kuten siis kävi ilmi, on radioverkon ja tuotannon digitalisoiminen osoittautunut ongelmalliseksi sekä kuuntelijoiden vähäisen mielenkiinnon vuoksi että ohjelmatuotannon rakenteellisten muutosten tasolla. Jouni Kenttämies keräsi graduaan varten kaksi teemahaastattelukertaa, joiden yhteydessä hän pyysi Yleisradion Tampereen alueradion ohjelmatyöhön osallistuvaa henkilökuntaa arvioimaan itsekäytön mahdollisia vaikutuksia. Tutkimuksessaan hän havaitsi, että itsekäyttöön liitettiin määrällisesti enemmän negatiivisia mainintoja kuin positiivisia molemmilla haastattelukerroilla. Erittäin negatiivisena vaikutuksena pidettiin radiolähetysten teknisen ja journalistisen tason heikentymistä.<sup>222</sup> Samankaltaista ilmapiiriä on ollut aistittavissa myös televisiotuotannon digitalisoituessa. Tuotantoprosessin eri vaiheissa työskentelevän moniosajaan ideaali on herättänyt kritiikkiä ja kysymyksiä valmiiden tuotteiden, ohjelmien, teknisestä ja sisällöllisestä laadusta sekä työmäärien lisääntymisestä.<sup>223</sup>

Ei kuitenkaan voida ajatella deterministisesti niin, että supistetut tuotantokoneistot ja -budjetit johtaisivat yksioikoisesti sekä teknisesti että sisällöllisesti kestävämpään ohjelmatuotantoon. Monia kysymyksiä digitaalisen televisiotuotannon kehityslinjoista on vielä avoimena, sillä se ei ole ehtinyt vielä vakiinnuttaa uudenlaisia tuotantokulttuureja. Tulevaa kehitystä voidaan tästä huolimatta visioida. Yksi kehityksen suunta on näkyvissä nykyisillä paikallis- ja kaapelikanavilla, jotka ovat joutuneet omaksumaan ”halvalla ja paljon” -periaatteen omassa ohjelmatuotannossaan.<sup>224</sup> On selvää, että muuttuneen tilanteen esittämiin haasteisiin on vastattava muun muassa kehittämällä media-alan koulutusta, jotta se vastaisi paremmin moniosajuuden ja toisaalta erikoisosajuuden tarpeita digitalisoituneessa toimintaympäristössä.

### 6.3. Uuden tuotantokulttuurin haasteet koulutukselle

Niin sanotun tietoyhteiskunnan palveluiden ja infrastruktuurin rakentamisessa keskeinen tekijä on toistaiseksi ollut ennen kaikkea internet. Siihen liittyvän mediatuotannon,

---

<sup>222</sup> Kenttämies 2001, 170-171.

<sup>223</sup> Tästä esimerkkinä voidaan mainita esimerkiksi *Minna Rosvall – moniosaja* -dokumentin verkkouutisointi, jossa viitattiin nimenomaan kahtiajakautuneeseen mielipiteeseen. <http://ww2.yle.fi/pls/show/page?id=163739>. Sama käy esille Inari Teinilä-Šmidin esitutkimusraportissa (2000), jota varten hän on haastatellut televisiotuotannon ammattilaisia. Ks. esim. 32-33.

<sup>224</sup> Tällaisista tuotannon tavoista esimerkkeinä voidaan pitää SubTV:n ohjelmia *Sixpak* ja *Andy*.

ohjelmistotyön ja jakelumenetelmien kehittäminen on käynnissä maailmanlaajuisesti. Kuvaa, ääntä ja dataa välittävien palvelujen tuotanto rakentuu toistaiseksi lähinnä tietoverkkojen, teknisten innovaatioiden ja järjestelmien pohjalle. Tässä yhteydessä informaatioteknologiaa tai uusmediaa tarkastellaan fuusioteknologiana, joka yhdistää erilaisia sisältöjä ja paketoituneen jakelukelpoiseen muotoon ”loppukäyttäjää” varten. Alan suuret kasvunäkymät ovat heijastuneet muun muassa yhä lisääntyvänä teknisen työvoiman tarpeena.<sup>225</sup>

Laajamittaisen työvoiman tarpeen ennakointi on kuitenkin hankalaa. Digitaalinen viestintäjärjestelmä, sisältötuotanto ja jakelukanavat, on vielä toimialana vakiintumaton. Kaupallista menestystä tuotteille ja palveluille on vaikea ennustaa. Lisäksi digitaalinen tuotanto kamppailee jatkuvasti rahoitusvaikeuksissa. Alan kasvua on erittäin vaikea säädellä, ja monet optimistiset arviot ovat erityisesti viime vuoden aikana muuttuneet epäilevään suuntaan. Vuoden 2001 aikana uusmedia-alalla on tapahtunut myös supistumista ja toimiala on osaksi integroitunut perinteisempään mediatuotantoon. Niinpä digitaalisen median toimialoilla onkin ollut nähtävissä myös työvoimatarpeen vähentymistä.<sup>226</sup>

Monissa media-alaan ja tietoteollisuuteen liittyvissä osaamistarvekartoituksissa ja strategisissa selvityksissä painotetaan kuitenkin tietoteknisten osaajien lisätarvetta.<sup>227</sup> Aihe herättää asiantuntijoiden keskuudessa varsin ristiriitaisia arvioita. Ainoa ala, jota esimerkiksi Erkki Kuparin mukaan uhkaa lähitulevaisuudessa voimakas työvoimapula, on painoviestintä. Hänen selvityksensä mukaan uusia toimittajia, erityisesti erikoistoimittajia täytyy rekrytoida tulevaisuudessa yhä enenevässä määrin. Myös lehden taittajista ja kuvaajista tulee ennen pitkää pulaa. Pääsyy tähän on toimialan ikärakenne, jossa näkyvät eläköitymisen seuraukset voimakkaasti. Esimerkiksi uusmediatoimialan työvoimatarve ei samasta syystä osoita kasvun merkkejä.<sup>228</sup>

Sari Stenvallin mukaan uuden teknologian vaikutuksesta koko viestintäalan osaamisen painopiste liikkuu kohti tietojenkäsittelytaitoja.<sup>229</sup> Perus- ja täydennyskoulutuksen on osaltaan pystyttävä muuntautumaan mediatoimialakohtaisesti. Uusmediaryityksissä osaamistarpeet liittyvät teknisen ja liiketoiminnallisen kehitystyön lisäksi digitaalisen median ymmärtämiseen sekä sen mahdollisuuksien näkemiseen. Alan nuoruus ja vakiintumattomuus antavat sille

---

<sup>225</sup> *Visioista osaamistarpeisiin – huippuosaamisella menestykseen 2000*, 31-32.

<sup>226</sup> Ks. Kupari 2001.

<sup>227</sup> Ks. esim. *Visioista osaamistarpeisiin – huippuosaamisella menestykseen 2000*, 29, 61.

<sup>228</sup> Kupari 2001.

<sup>229</sup> Stenvall 2001, 59.

mahdollisuuden reagoida nopeasti uusiin muutoksiin ja omaksua uusia tuotantokulttuurin rakenteita. Sen sijaan sähköinen media, jota on rakennettu viestintäpoliittisesti ja kaupallisesti vuosikymmenten ajan, reagoi toimijoiden sisällöllisiin määrittelyihin tai tuotannon käytäntöjen muuttumiseen huomattavasti hitaammin. Yleisradion ja MTV3:n toteuttama kokonaisten tuotantoyksiköiden ulkoistaminen on tästä yksi esimerkki. Täydennyskoulutuksella tulee tulevaisuudessa olemaan entistäkin tärkeämpi rooli, sillä sen tulee tavoittaa kahden eri tuotantokulttuurin väliin putoavia ammattilaisia.

Olemme aikaisemmissa luvuissa esittäneet, että digitaalisen tuotantokulttuurin aikakaudella televisiotuotanto jakautuu entistä selvemmin laatutuotantoon ja niin sanottuun halpatuotantoon. Vaikka tuotannon ”halpuus” ei sinänsä suoraan vertaudukaan ohjelman heikkoon laatuun, on ”halpatuotannoilla” kuitenkin eräitä piirteitä, jotka erottavat ne sekä sisällölliseen että tekniseen laadukkuuteen pyrkivästä televisio-ohjelmistosta. Yksi näitä tuotantotapoja erottava tekijä on suunnittelu- ja käsikirjoituspanostuksen suuruus. ”Halpatuotannot” voivat sisältää katuhaastatteluja (kuten *Jyrki*), erilaisia puoliksi improvisoituja ”seikkailuja” (*Extreme Duudsonit*, *Sixpak*) tai ne voivat kehittää kokonaan uudenlaista televisioilmaisun mallia (*tv-chat*). Kansainvälisillä markkinoilla erityisen menestynyt halpatuotantolajityyppi on ”todellisuustelevio” (esimerkiksi *Cops*).

”Halpatuotannoissa” tausta- ja ennakkotyön määrä on pyritty minimoimaan, eli suunnittelun ja käsikirjoittamisen osuus on kurottu mahdollisimman pieneksi. Tämä on varmasti myös esteettinen valinta, eikä sinänsä väistämättä johda laadullisesti kyseenalaiseen tuotantoon. Digitaalisen television aikakaudella ja etenkin sen alkuvaiheessa, kun rahoitustilanne on joka tapauksessa vaikea, on erittäin todennäköistä, että tämäntyyppiset ohjelmat tulevat lisääntymään. Näiden ongelma on kuitenkin se, että ne eivät ideatasoltaan ole välttämättä kovin pitkäikäisiä eikä niistä tule katsojien kesto suosikkeja. Näin myöskään mainostajat eivät pidemmän päälle ole kiinnostuneita niistä. ”Halpatuotannot” eivät sovi myöskään Yleisradion kansallisesti ja viestintäpoliittisesti tärkeään rooliin.

Erityinen digitaalisen television tulon liittyvä tekijä on mediavälitteisen vuorovaikutteisuuden lisääntyminen. Televisioon liitettävä digisovitin ja MHP-standardin mahdollistama paluukanava tuovat katsojien ulottuville – ainakin visioiden mukaan – monenlaisia interaktiivisia sisältöjä, sovelluksia ja lisäpalveluita. Näiden tuottaminen ei kuitenkaan ole välttämättä mahdollista halpaa ja nopeaa painottavassa tuotantokulttuurissa. ”Halpatuotantojen” rinnalle on siis kehitettävä myös toisenlaisia ohjelmatuotantoa, johon olisi



liitettävissä monimediatautannon osia. Monimediaympäristössä kokonaistuotantoprosessin hallinnan, suunnittelun ja käsikirjoittamisen merkitys korostuu. Tällaisen ohjelmatuotannon parissa olisi meidän mukaamme mahdollista tehdä uudenlaisia, interaktiivisuuden ideaa hyödyttäviä av-kerronnallisia kokeiluja. Vuorovaikuteisuus muokkaa näkemyksemme mukaan tulevaisuudessa siis voimakkaasti televisiokerrontaa ja -estetiikkaa.

Vuorovaikuteisten palvelujen kehittäminen tarjoaa digitaalisen mediatuotannon parissa työskenteleville ammattilaisille ja tulevaisuuden katsoja-käyttäjille ennennäkemättömiä mahdollisuuksia. Tällä hetkellä interaktiivinen kerronta on Suomessa erittäin vähän tutkittu ja opetettu audiovisuaalisen kerronnan laji. Tämä puute merkitsee vakavasti otettavaa haastetta nykyisille audiovisuaaliseen mediakulttuuriin tai -tuotantoon keskittyville koulutusohjelmille. Seuraavassa digitaalisen median koulutustarpeita on jaoteltu luvussa 5.4. esittämiemme interaktion tasojen mukaisesti.

Esittelemäämme ensimmäisen tason – siis katsojan ja tv-vastaanottimen välillä tapahtuvaa – vuorovaikuteisuutta on tälläkin hetkellä mahdollista toteuttaa, sillä kehitystyö liittyy lähinnä välineen teknisiin ominaisuuksiin. Interaktiivisuuden idean tuominen laitetasolle asettaa vaatimuksia laite-, sovellus- ja käyttöliittymäsuunnittelijoille sekä teknologisen infrastruktuurin kehittäjille. Myös ohjelmien, palveluiden ja lisävalikoiden suunnittelijoita tarvitaan luomaan sellaista käyttöympäristöä, jossa digiajan tv-katsoja löytää haluamansa helposti ja vaivattomasti. Käyttöliittymän kehittämisessä merkittävä rooli on graafisilla suunnittelijoilla, joiden täytyy hallita televisiovastaanotinten teknisiä ominaisuuksia voidakseen luoda toimivia rakenteita ja osioita.

Toinen vuorovaikuteisuuden taso, katsojan ja ohjelman tai palvelun välinen interaktio, kiinnostanee ennen kaikkea kaupallisten palveluiden suunnittelijoita. Tällä tasolla toimivaan interaktiivisuuteen kuuluvat myös lisä- ja oheistietojen tarjonta, joten kiinnostavia mahdollisuuksia avautuu monille uusmedia-alan yrityksille. Tuote- ja sovelluskehitystyötä on tässä suhteessa jo tehty, mutta edelleen on tarvetta uusille osaajille. Tällaisiin kehitystehtäviin tähtäävästä koulutuksesta huolehtivat pääosin alan yritykset itse.<sup>230</sup> Myös ammattikorkeakouluissa on yhä enenevässä määrin interaktiivisiin palveluihin ja digitaalisen television sisältösuunnitteluun liittyvää koulutusta.

---

<sup>230</sup> Esimerkiksi Sofia Digital on järjestänyt tällaista koulutusta.

Kolmannessa vuorovaikutteisuuden tasossa on kyse varsinaisesta sisällöllisestä vaikuttamisesta suhteessa televisio-ohjelmiin. Erityisen kiinnostavana pidämme sitä mahdollisuutta, että vuorovaikutteisuuden ideaa sovelletaan perinteisen audiovisuaalisen kerronnan lomassa. Alaluvussa 5.4. olemme visioineet erilaisia tapoja, joiden avulla tämä voisi olla mahdollista. Tässä yhteydessä korostamme kerronnan ja käsikirjoituksen ammattilaisten merkitystä toimivien tuotteiden suunnittelussa. Audiovisuaaliseen kerrontaan ja interaktiivisten ohjelmasisältöjen luomiseen tähtäävää koulutusta ei Suomessa kuitenkaan laajassa mittakaavassa ole.<sup>231</sup> Ongelmaksi digitaalisen televisiotoiminnan aikakaudella todennäköisesti tuleekin interaktiivisen kerronnan mahdollisuuksien ja osaavien ammattilaisten määrän välinen epäsuhta. Ehdotamme, että erityisesti tähän asiaan kiinnitetään huomiota, ja tiede- ja taidekorkeakouluissa toteutettaviin media-alan koulutusohjelmiin liitetään interaktiivisen kerronnan opetusta.

---

<sup>231</sup> Lähinnä Taideteollisen korkeakoulun Medialaboratoriossa on ollut tähän aihepiiriin liittyviä koulutuksia.

## 7. Yhteenveto ja selvityksen tulokset

Tässä tutkimuksessa olemme selvittäneet, miten televisiotoimiala on Suomessa muotoutunut ja minkälaisia muutoksia televisiotoiminnan digitalisoiminen siinä aiheuttaa. Olemme luoneet katsauksen audiovisuaalisella alalla työskentelevien ammattilaisten työkuviin ja koulutustaustoihin voidaksemme ennakoida tulevaisuudessa tällä kentällä tapahtuvia muutoksia. Pitkällä aikavälillä kysymys on koko audiovisuaalisen alan vakiintuneiden tuotantorakenteiden hitaasta mutta väistämättömästä uudistumisesta. **Televisiotuotannossa tällä hetkellä työskentelevien ammattilaisten suhteen tämä tarkoittaa uusien valmiuksien ja uusien ajattelutapojen omaksumista ennen kaikkea siksi, että digitaalinen televisiotoiminta tähtää erilaisiin lopputuloksiin kuin aiempi analoginen tuotantokausi.** Alan ammattilaisten kannalta ohjelmatuotannossa tapahtuvat muutokset ovat elintärkeitä kysymyksiä, eikä niitä voida palauttaa pelkäksi teknologiseksi siirtymäksi analogisesta digitaaliseen.

Uusia digitaalisen televisiotuotannon valmiuksia voidaan kehittää erityisesti täydennyskoulutuksen avulla. Samalla kuitenkin toteamme, että peruskoulutuksen merkitys uusien media-alan ammattilaisten rekrytoitumisperusteena tulee kasvamaan. **Aiemmin huomattavan suuri osa media-alan työvoimasta on ollut vailla alalle johtavaa peruskoulutusta, mutta tulevaisuudessa alan koulutustilanne tulee muuttumaan väistämättä.** Tällä hetkellä monet televisiotuotannon parissa työskentelevistä ammattilaisista ovat hankkineet alan koulutuksensa muualla (kuten elokuvan tai painoviestinnän koulutusaloilla) tai työelämälähtöisesti, suoraan käytännön töitä tekemällä.

Toimialakohtainen mediakentän tarkastelu alkaa siinä mielessä olla hankalaa, että käsillä olevassa digitaalisessa murroksessa aiemmin erillään toiminut uusmedia-ala linkittyy audiovisuaaliseen tuotantoon ja näin ollen koko televisiotoiminnan peruseriaatteen muuttuvat. Taustalla on halu muuttaa television ja muiden digitaalisten medioiden käyttötilanteita ja -tottumuksia. Televisiotuotannon lisäksi murroskaudesta elävät myös televisio-ohjelmien vastaanottajat, joiden täytyy digitaalisen television aikakaudella asennoitua vastaanottimeensa ja ohjelmasisältöihin uudella tavalla. Käytännön tasolla siinä, että vastaanottaakseen digitaalisia televisiolähetystyksiä katsojien on liitettävä analogisiin televisioihinsa lisälaitte, digisovitin. Lisälaitteen hankkiminen on siirtymävaiheen alussa

kallista, joten jo siitä syystä televisio-ohjelmistoihin ja sitä kautta tuotantoyhtiöihin kohdistuu paineita. Katsojat haluavat investoinneiltaan selvää hyötyä.

Yhtenä keskeisenä oletuksemme on tutkimusta tehdessä ollut, että tuotantoprosessien digitalisoituminen vaikuttaa kaikkiin televisioalan työnkuviin ja ammattikuntien asemiin. Olemme myös esittäneet, että tästä seuraa muutoksia televisio-ohjelmien sisällön suhteen. Kun säännöllistä televisio toimintaa aloiteltiin Suomessa 1950- ja 1960-luvuilla, lähetykset olivat suoria ja niiden sisällöt ja esteettiset käytännöt sen mukaisia. **Teknisen ja sisällöllisen tuotantokoneiston kehittyessä televisiolle on vähitellen muodostunut oma välineidentiteettinsä, ”televisionomaisuus”.** Tulevaisuuden digitaalisten kanavien aikakaudella ollaan tulossa tilanteeseen, jossa television audiovisuaalisen kerronnan periaatteet näyttävät eriytyvän kahteen pääryhmään.

Yhdellä suunnalla digitaalitekniikan aiheuttama tuotantokoneiston yksinkertaistuminen keventää myös ohjelmasuunnittelua: kaapeli- ja paikalliskanavat ovat lähteneet täyttämään ohjelmatilaa chat-palveluilla sekä *Sixpakin* kaltaisilla ”yhden kameran” tuotannoilla, joissa sisältö muotoutuu ohjelman kuluessa enemmän tai vähemmän improvisatorisesti. Toisaalta ne lupaukset, joilla digitaalista televisiota on markkinoitu suomalaisiin koteihin, edellyttävät entistä huolellisempia sisällön suunnittelun, käsikirjoittamisen ja toteutuksen tapoja. Interaktiivisuuden mahdollisuuksia hyödyntävä kerronta, television lisäpalvelut ja monimediatautanto tarvitsevat toimiakseen kunnollista taustatyötä ja käsikirjoittamista. **Siinä missä uusinnoilla ja ”halpatuotannoilla” on toki oma, legitiimi paikkansa, sisällöllisesti kestävä televisio kerronnan kehitys rakennetaan ammattimaisen taustatyöskentelyn varaan.**

Laadukkaalla tuotannolla tarkoitetaan tässä yhteydessä ideoitua, huolellisesti suunniteltua, käsikirjoitettua ja tuotettua ohjelmaa, jonka tekemisessä on huomioitu myös digitaalisen television toimintaympäristön tuomat uudet mahdollisuudet. Tähän mennessä useimmat digitaaliset televisiokanavat ovat tyytyneet näyttämään katsojille uusintoja aikaisemmista analogisista lähetyksistään ja uusissakin tuotannoissa on pyritty noudattelemaan aikaisempia totuttuja televisio kerronnan konventioita.

**Keskeisin digitaalisen television tuloon liitetty lisäarvolupaus liittyy ajatukseen vuorovaikutteisuuden lisääntymisestä.** Vuorovaikutteisuus on aiemmin ollut uusmedia-alan, lähinnä tietoverkkotuotannon, kulmakivi. Vuorovaikutteisuutta tarkastellaankin yleisesti

yksittäisen ihmisen ja tietokoneen käyttöliittymän välisenä interaktion. Digitalisoituminen on tuomassa tällaisen vuorovaikutteisuus-käsitteen käytön myös televisiotoimintaan. Tulevaisuuden digitaalisessa mediaympäristössä uusmedia-ala ja perinteinen audiovisuaalinen ala tulevat osittain yhdistymään uudenlaisissa tuotannon tavoissa. Jo vakiintuneiden, erillisten tuotantokulttuurien yhdistyminen ei kuitenkaan tule tapahtumaan helposti. Vaikka teknologian tasolla yhdistyminen on jo tapahtunut, ammattikuntien, työnkuvien ja tuotantoprosessien tasolla yhdistymisestä tulee vaikea ja monimutkainen projekti.

Merkittävänä digitaalisen televisiotuotannon haasteena pidämme uudenlaisia kerronnan ja estetiikan muotoja, joiden on vakiinnutettava paikkansa televisiotoiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi. Kuten olemme todenneet, **digitalisoituminen ei sinällään muuta televisio-ohjelmatuotannon käytäntöjä, mutta koska digitaalisen television ohjelmasisällön halutaan olevan aikaisemmasta poikkeavaa, on ohjelmasisältöjen muututtava. Lisäksi televisioon rakennetaan erilaisia lisäpalveluita, jotka tulevat todennäköisesti vaikuttamaan laitteen käyttötapoihin.** Digitaalisen tuotannon aikakaudella myös erilaisten ”sisältöjen” versiointi eri mediavälineisiin tulee entistä helpommaksi ja houkuttelevammaksi. Valmis tuote ei näin tarkoita enää vain lähetettävää ohjelmaa, vaan myös kontekstualisoivia tausta- ja lisätietopalveluita, verkkosivustojen linkittämistä ohjelmasisältöön sekä muunlaisia oheispalveluja ja -tuotteita. Kehityksessä on siis kyse ennen kaikkea sisällöllisestä murroskaudesta, jolloin pelkkä panostus uusien teknisten laitteiden hallintaan ei riitä vastaamaan digitaalisen tuotannon vaatimuksiin.

Tulevaisuuden koulutuksen on etenkin interaktiivisuuden ideaa hyödyntävässä monimediaympäristössä rakennuttava osittain erilaisille periaatteilla kuin tällä hetkellä. Huolimatta siitä, että Suomen korkeakouluissa on audiovisuaalisen median käytännöllistä koulutusta, tarvitaan uudessa tuotantokulttuurissa myös uudenlaisia toimittaja-, suunnittelu- ja käsikirjoittajakoulutuksen saaneita ammattilaisia. **Ehdotammekin digitaaliseen televisioon liittyvän tuottaja- ja käsikirjoittajakoulutuksen kehittämistä.** Näiden suunnittelu- ja ennakkotuotantovaiheeseen painottuvien alojen koulutus on Suomessa etenkin uusien, interaktiivisten kerrontamuotojen osalta lähes olematonta.

Kuten olemme jo todenneet, tulevaisuudessa paluukanavan mahdollistama interaktiivisuus television katsojan (käyttäjän) sekä palvelun tarjoajan välillä luo uudenlaisen toimintaympäristön erityisesti käsikirjoittajille, toimittajille ja tuottajille. **Samalla kun**

**näkemyksemme mukaan vuorovaikutteisen suunnittelun ja kerronnan koulutusta on lisättävä Suomessa, on myös digitaalisen median ja interaktiivisten tuotantoprosessien tutkimusta lisättävä.** Vuorovaikutteisuus on noussut keskeiseksi retoriseksi keinoksi, jolla julkisessa keskustelussa digitaalista televisiota on puolustettu. Interaktiivisuuden käsitettä on julkisessa keskustelussa kuitenkin käytetty usein varsin huolimattomasti: se ei ole yksiselitteinen eikä ongelmaton, ja sen epämääräinen käyttö on tuntunut usein johtavan väärinkäsityksiin. Olemme tässä tutkimuksessa osaltamme koonneet tapoja ymmärtää vuorovaikutteisuuden ideaa ja näin tämä tutkimus voi tarjota eväitä varsinkin julkisessa keskustelussa tarvittavalle kontekstiherkkyydelle.

Toinen tärkeä syy käsitellä vuorovaikutteisuuden ajatusta on edellä mainitun ongelman tulos: asiantuntijoiden ja katsojien käsitykset interaktiivisuudesta eivät tunnu kohtaavan. Edellisille digitaalisen television uusiin mahdollisuuksiin sisältyy muun muassa internetin ja sähköpostin käyttö television kautta, supertekstitelevisio ja mahdollisuus pelata pelejä. Katsojat tai käyttäjät puolestaan liittävät interaktiivisuuden ideaan juonen käsittelemisen mahdollisuuden, äänestämisen, oman sisällön tuottamisen televisio-ohjelmiin sekä ”ohjaajana toimimisen”.<sup>232</sup> Digisovittimen hankkivilla kuluttajilla on oikeus tietää, minkälaiseen interaktiivisuuden tasoon käsitteellä viitataan ja mikä ylipäänsä on teknisesti mahdollista uudessa digitaalisen televisiotuotannon ympäristössä.

Koulutuksen kehittäminen nimenomaan digitaalisen median moniosaajuutta silmällä pitäen liittyy media-alan työnkuvien uudelleen määrittelyyn työtehtävien muuttuessa. Uudenlaisissa tuotannon tavoissa näiden ammattilaisten on ymmärrettävä sekä sisällöllisiä että teknisiä tuotantoprosessin osavaiheita entistä paremmin. **Uudelta media-alan ammattilaiselta edellytetään syvällistä kokonaisnäkemyistä alan kehityksestä, mediatuotteista ja uusien teknologioiden mukanaan tuomista mahdollisuuksista samoin kuin sisällön ja tekniikan asiantuntemusta sekä kokemusta käytännön työskentelystä.** Sen lisäksi, että televisio-ohjelmien tekotavat muuttuvat, myös lopputulokset näyttävät ja kuulostavat uudelta. Koulutuksessa on entistä tärkeämpää ottaa huomioon perinteisen audiovisuaalisen alan ja uusmediatoimialan keskinäinen vuorovaikutus ja tuotetasolla tapahtuva osittainen yhdentymiskehitys. Televisiotuotannon kokonaisuuden kannalta on tärkeää, että digitalisoituminen liittyy ”televisionomaisuuden”

---

<sup>232</sup> Tästä esimerkkinä toimii vuorovaikutteisuuden käsityksistä ja odotuksista tehty taulukko, joka on koottu haastattelujen pohjalta. Ks. Leppänen, Marttila ja Pihlajamäki 2000, 38.

uudelleenmäärittelyyn sekä televisiotoiminnan esteettisten ja sisällöllisten periaatteiden muuttumiseen.

## 8. Tiivistelmä

(1.) Digitaalinen televisiotuotanto muuttaa vakiintuneita audiovisuaalisen alan tuotantorakenteita. Televisiotoimiala on kilpailun kiristymisen, julkisen sääntelyn roolin muutosten, kansainvälisten markkinoiden vapautumisen ja uusmediatoimialan nousun takia rakenteellisten murrosten edessä. Televisiotuotantoyhtiöissä ammattilaisten työtehtävät muuttuvat ja ammattirajoja katoaa. Digitaalisen television ohjelmasisällöstä odotetaan uudenlaista; muuten katsojat eivät halua investoida digisovittimiin. Näin myös televisiokerronnan esteettisten ja sisällöllisten periaatteiden on muututtava, jotta digitaalinen televisio voisi lunastaa siihen kohdistetut odotukset.

(2.) Audiovisuaalinen toimiala ja uusmedia-ala lähenevät toisiaan, sillä digitaalisessa muodossa olevat mediatuotteet antavat tekijöille uudenlaisia monimediatuotannon ja versioinnin mahdollisuuksia. Toisaalta toimialojen yhdentymiskehitys ei tule sujumaan kitkattomasti. Työnkuvia ja niiden sisältöjä tulee määritellä uudelleen, sillä digitaalisen median toimintaympäristössä tuotantoprosessin osat muotoutuvat osittain uusien periaatteiden pohjalta. Erityisesti tämä koskee tuottajan ja toimittajan työnkuvia: interaktion ja interaktiivisen kerronnan kehittäminen muokkaa toimenkuvia osaltaan moniosaajuuden suuntaan.

(3.) Erityisesti digitaalisen television tuloon liitetty ajatus interaktiivisuuden kehittämisestä siirtää televisiotuotannon painopistettä esituotannon ja suunnittelutyön puolelle. Interaktiivisen kerronnan ideoita hyödyntävät mediatuotteet vaativat kunnollista käsikirjoitusosaamista ja suunnitteluprosessin hallintaa. Tällä hetkellä media-alan koulutusjärjestelmä on kuitenkin edelleen painottunut teknisten taitojen koulutukseen. Sisältösuunnittelun ja käsikirjoittamisen koulutusta tarvittaisiin huomattavasti aikaisempaa enemmän. Näin voitaisiin Suomessakin luoda laadukkaita, interaktiivisen kerronnan ideaa hyödyntäviä televisio-ohjelmia ja palveluita.



## 9. Lähteet

**Ala-Forssi**, Marko 2001. ”Radio Peili – suomalaisen puhejournalismin digitaalinen kuvastin.” Lähikuva 2/2001.

**Aslama**, Minna; **Hellman**, Heikki ja **Sauri**, Tuomo 2001. ”Tv-ohjelmisto digi-televisioon kynnyksellä: ohjelmarakenne ja monipuolisuus 1997-2000.” Tiedotustutkimus 3/2001.

@2000+ -ohjelman kotisivuilla oleva Heikki Lehmuston haastattelu.  
<http://www.yle.fi/2000+/arkisto/19990609/lehmusto.html> (haettu 11.4.2001)

**Blomberg**, Esa 1993. Suomalainen elokuva- ja televisiotuotanto. Rakenne, kehitys ja markkinat. Toimialan rakenneanalyysi. Helsinki: Gorilla Intellect.

Career Space 1999. Future Skills for Tomorrow’s World. Generic Skills Profiles for the ICT Industry in Europe. Brussels: ICEL.

Commission on public service: ”Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting”, Official Journal of the European Communities, 15.11.2001 (2001/C 320/04).

[http://europa.eu.int/comm/competition/oj\\_extracts/2001\\_c\\_320\\_11\\_15\\_0005\\_0011\\_en.pdf](http://europa.eu.int/comm/competition/oj_extracts/2001_c_320_11_15_0005_0011_en.pdf) (haettu 28.12.2001)

”Digi-tv-vastaanottimet nyt myynnissä.” Digitv.fi 3.12.2001.  
[http://www.digitv.fi/kuukauden\\_vieras.asp?path=1;678;2786](http://www.digitv.fi/kuukauden_vieras.asp?path=1;678;2786)

”Digitaalisen radion lähetykset kaikuvat lähes kuuroille korville.” HS 30.8.1999.

**F&L Research** 2001. Sisältötuotantoyrityksen arvon kehittäminen ja markkinat. Strateginen selvitys osa III. Helsinki: Kauppa- ja teollisuusministeriön Sisältötuotantoprojekti.

Future-Tv -projekti, <http://futuretv.uta.fi>

**Goodwin**, Peter 1999. ”Satellite Television in Britain and France.” In Scriven, Michael and Lecomte, Monia (eds.) 1999. Television Broadcasting in Contemporary Britain and France. London: Berghahn Books.

**Hannula-Stenqvist**, Kirsi 2001. Digitaalinen televisio aloittaa 27.08.2001 – mikä on interaktiivisuuden rooli? Interaktiivisten sisältöpalvelujen merkitys maanpäällisen digi-tv:n aloitusvaiheessa Suomessa. Toimijoiden näkemykset suhteessa katsojien odotuksiin. Taideteollinen korkeakoulu, medialaboratorion opinnäytetyö. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu. <http://mlab.uiah.fi/5medialaunch/kirsi18052001.html>

**Hansén**, Aino-Maria 2000. Tulevaisuuden tekijät – Viestintäalan kehitystrendit, ammatit, osaamisvaateet ja työvoimatarve 2000-luvun kynnyksellä. Keuruu: Graafisen Teollisuuden Liitto, Viestintäalan ammattiliitto, Suomen Journalistiliitto, Mediaunioni ja Suomen Teollisuustoimihenkilöiden liitto.

**Hanski**, Pentti 2001. Pöllön siivin. MTV:n vuoden 1955-1984. Toimittanut Markku Onttonen. Keuruu: Otava.

**Heikka**, Taneli 2001. ”Joulumarkkinat ovat digitelevisiion tulevaisuudelle kohtalon kysymys.” Turun Sanomat 25.11. 2001.

**Heikkilä**, Pauli 2000. ”Kansa ei jakaannu.” Bisnes.fi, marraskuu 2000.

**Hellman**, Heikki ja **Sauri**, Tuomo 1997. ”Kanavaudistus ja ohjelmatarjonnan rakenne.” Teoksessa Koivunen, Anu ja Hietala, Veijo (toim.) 1997. Kanavat auki! Televisiotutkimuksen lukemisto. Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen julkaisuja A:61. Vammala: Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus.

**Helomaa**, Joni; **Pelkonen**, Tommi ja **Väänänen**, Teemu 1999. ”Uusmediatoimiala Suomessa 1996-2001.” Teoksessa Jokinen, Eija (toim.) 1999. Suomalainen uusmedia – Eväät kasvuun ja kansainvälistymiseen. Teknologiaohjelmaraaportti 3/99, Tekes. Tampere: Tammer-Paino.

**Hietala**, Veijo 1993. Kuvien todellisuus. Johdatusta kuvallisen kulttuurin ymmärtämiseen ja tulkintaan. Helsinki: Kirjastopalvelu.

**Hietala**, Veijo 1996. Ruudun hurma. Johdatus tv-kulttuuriin. Yle-opetuspalvelut. Jyväskylä: Gummerus.

**Hölttä**, Kirsi 1999. ”Digitaalisen radion lähetykset kaikuivat lähes kuuroille korville.” HS 30.8.1999.

**Ilmonen**, Kari 1996. Tekniikka, kaiken perusta: Yleisradion historia, 3. osa, 1926-1996. Helsinki: Yleisradio.

**Inkinen**, Sam 2001. ”Uusmedian nousu ja (t)uho? Sisäistä kritiikkiä.” Tiedotustutkimus 3/2001.

**Isotalus**, Pekka 1996. Toimittaja kuvaruudussa – televisioesiintyminen vuorovaikutuksen näkökulmasta. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto ja Sisäsoumi Oy.

”Joulumarkkinat ovat digitelevisiion tulevaisuudelle kohtalon kysymys.” TS 25.11.2001.

**Jounela**, Tetta 1999. ”Sisältötuotanto.” Teoksessa Koivunen, Hannele ja Kotro, Tanja (toim.) 1999. Kulttuuriteollisuus. Sitran julkaisusarja nro 214. Helsinki: Edita.

**Jääskeläinen**, Kari 2001a. Multimedia-alan tuotantoprosessi ja työnkuvat.  
[http://hila.tml.hut.fi/Tuotanto/Multimedia\\_alan\\_tyonkuvat/](http://hila.tml.hut.fi/Tuotanto/Multimedia_alan_tyonkuvat/)

**Jääskeläinen**, Kari 2001b. Strategic Questions in the Development of Interactive Television Programs. Taideteollinen korkeakoulu, medialaboratorion opinnäytetyö. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu. <http://www.uiah.fi/julkaisut/pdf/jaaskelainen.pdf>

**Kallio**, Jukka; **Kiuru**, Pertti; **Laine**, Juha; **Laitinen**, Jukka; **Pulkkinen**, Matti; **Raijas**, Anu ja **Tiilikka**, Jussi 2001. Sisältötuotannon kilpailukyky. Vertaileva tutkimus Suomesta, Ruotsista ja Irlannista. Helsinki: LTT-Tutkimus Oy.

**Kallionpää**, Katri 2001. ”Digi-tv tulee – laitteet puuttuvat.” HS 22.5.2001.

**Karkimo**, Katriina 2001. ”Digi-kuvaa linnun ja myyrän tietä.” Tietokone, huhtikuu 2001.

**Kauhanen-Simalainen**, Anne 2001. Sisältöä verkkoon – mitä sisällön tuottajan pitää hallita. Vammala: IRH konsultointi.

”Kaupallisten kanavien toimilupamaksut alenevat”. Liikenne- ja viestintäministeriön tiedote (20.12.2001). <http://www.mintc.fi/www/sivut/dokumentit/tiedote/viestinta/ti030102257fin.htm> (haettu 1.2.2002)

**Kenttämies**, Jouni 2001. Toimittaja radion tuotantokulttuurin murroksessa. Tampereen yliopisto, Tiedotusopin pro gradu -tutkielma. Tampere: Tampereen yliopisto. <http://www.cult.tpu.fi/sound/Pdf/graduval.pdf> (haettu 5.1.2002)

**Korhonen**, Antti 2002. ”Ylessä ei oivalleta, että maailma muuttuu”. Mielipidekirjoitus. HS 5.1.2002.

**Kortti**, Jukka 2000. ”Kun mainoskatkot eivät olleet itsestäänselvyys. Televisiomainonnan kritiikki Suomessa 1960-luvulla.” Tiedotustutkimus 2/2000.

**Koskimaa**, Raine 2002. Asiantuntijalausunto 30.1.2002.

**Kuokkanen**, Nina; **Toivola**, Tiina ja **Väänänen**, Teemu 1999. Uusmediatoimiala Suomessa 1999. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu, koulutuskeskus ja mediastudioverkko.

**Kupari**, Erkki 2001. Missä mennään viestinnässä, alan koulutuksessa ja lähitulevaisuuden työllisyysnäkymissä? Medo-projekti. Julkaisematon selvitys.

**Lehtonen**, Mikko 1999. ”Vuohet, lampaat ja paimenet: korkea ja populaari kulttuuri myöhäismodernissa maailmassa” teoksessa Koivunen, Hannele ja Kotro, Tanja (toim.) 1999. Kulttuuriteollisuus. Sitran julkaisusarja no 214. Helsinki: Edita.

**Leppänen**, Sanna ja **Marttila**, Mikko 2000. ”Digi-tv:n omaksuminen” teoksessa Kohti yksilöllistä mediamaisemaa. Teknologia katsaus 98/2000. Helsinki: Tekes.

**Leppänen**, Sanna; **Marttila**, Mikko ja **Pihlajamäki**, Timo 2000. ”Tulevaisuuden kanavat ja palvelut” teoksessa Kohti yksilöllistä mediamaisemaa. Teknologia katsaus 98/2000. Helsinki: Tekes.

**Lintulahti**, Matti 2000. ”Herätyksen tarve.” Bisnes.fi, lokakuu 2000.

**Lyytikäinen**, Lasse 1999. ”Esipuhe: Viestintäalan toimintamallit ovat muuttumassa nopeasti.” Teoksessa Pelkonen, Tommi 1999. Uusmediatoimialan toimenkuvat ja osaamistarpeet 1999. ESR-julkaisut 40/99. LTT-Tutkimus Oy:n Uusmediaryhmä. Helsinki: Edita.

**Martikainen**, Minna; **Niilola**, Kari; **Pulkinen**, Matti; **Selosmaa**, Jenni; **Tiilikka**, Jussi ja **Vaihekoski**, Mika 2001. Sisältötuotannon arvoketjun rahoitus. Helsinki: LTT-Tutkimus Oy.

The Media Ownership Chart, <http://www.mediachannel.org/ownership/> (haettu 1.2. 2002)

Mediavirtaa webissä. Webvideon kehitysnäkymät Suomessa. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisu 9/2001. Helsinki: Accenture Oy ja Liikenne- ja viestintäministeriö.

**Miettinen**, Anssi 1999. "Vuorovaikutusta vain nimeksi." HS Kotimaa, 24.6.1999. <http://www.helsinginsanomat.fi/uutisarkisto/19990624/koti/990624ko30.html> (haettu 17.9.2001).

**Miettinen**, Osmo ja **Blomberg**, Esa 1992. Ruudun takaa: tv-ohjelmabisnes kanavien uusjaon aikaan. Helsinki: Kopiosto/Avek.

"Minna Rosvall – moniosaaja." A-studio -ohjelmassa esitetty dokumentti. 29.10. 2001. YLE TV2.

**Multanen**, Jukka 1998. Leikkaaminen sujuu luonnonhelmassa. Ylen tekniikan tiedotuslehti, nro 62, lokakuu 1998. <http://www.yle.fi/tekniikka/tklehti/tk62/laptop.htm> (haettu 6.1.2002)

**Murdock**, Graham 2000. "Digital Futures. European Television in the Age of Convergence". In Wieten et al. (eds.) 2000. Television Accross Europe. A Comparative Introduction. London: Sage.

**Nieminen**, Hannu 1999. "Lupaus median konvergenssista." Tiedotustutkimus 4/1999.

**Nieminen**, Hannu 2000. "Medioituminen ja suomalaisen viestintämaiseman muutos" teoksessa Nieminen, Hannu; Saarikoski, Petri ja Suominen, Jaakko (toim.) 2000. Uusi media ja arkielämä. Turun yliopiston taiteiden tutkimuksen laitoksen julkaisu. Sarja A, n:o 41., Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino

**Nikulainen**, Kalevi: "Ministeri Heinonen: It-pessimismi tarttunut digi-tv:hen." Digitoday.fi 28.8.2001. [http://www.digitoday.fi/digi98fi.nsf/pub/md20010828083006\\_kni\\_46432593](http://www.digitoday.fi/digi98fi.nsf/pub/md20010828083006_kni_46432593) (haettu 21.9.2001)

**Nurmi**, Seija 2000. "Vuoden 1993 TV-kanavauudistus ja muutokset televisionkatselussa." Teoksessa Levo-Henriksson, Ritva ja Ampuja, Marko (toim.) 2000. Media ja me. Helsingin yliopiston viestinnän laitoksen julkaisu 1. Helsinki: Yliopistopaino.

**Näränen**, Pertti 1997. "Suomi-tv:n digitaalinen tulevaisuus." Filmihullu 2/1997. Luettavissa internetissä osoitteessa <http://www.uta.fi/~typena/dtv1jut.html> (haettu 12.2.2001).

**Näränen**, Pertti 1998. "Digi-tv + ITV = Money-tv?" (Julkaistu alun perin Mediavirtuuosissa, kesä 1998, 10-12.) <http://www.uta.fi/~typena/dtv2jut.html> (haettu 6.4.2001)

**Näränen**, Pertti 1999. Interaktiivisuus mediautopiana ja televisiojournalismin mahdollisuutena. Tiedotustutkimus 4/1999.

**Näränen**, Pertti 2001a. Kotisivut osoitteessa <http://www.uta.fi/~typena>

**Näränen**, Pertti 2001b. Interaktio tv-journalismissa. Tampereen yliopiston Hypermedialaboratorion järjestämä seminaari "Kulttuuri, teknologia ja vuorovaikutus" 13.12.2001. Julkaisematon esitelmä.

**Näränen, Pertti ja Sihvonen, Tanja** 2001. "Musta laatikko? Digitaalinen televisio ja lisäarvo." Kulttuurintutkimus 2/2001.

**Näränen, Pertti** 2002a. Asiantuntijalausunto 11.1.2002.

**Näränen, Pertti** 2002b. EU:n teknovisiot ja karu arki: esimerkkinä digi-tv. Esitelmä Mediatutkimuksen päivillä, Turun yliopistossa 1.-2.2.2002. Julkaisematon esitelmä.

**Pantzar, Eero** 2000. Laajeneva mediakenttä ja digitaalijan televisiotoiminnan resurssit. Tietoyhteiskunnan tutkimuskeskus, työraportti 10/2000. Tampereen yliopisto. Tampere: Tampereen Yliopistopaino.

**Pantzar, Mika** 2000. Tulevaisuuden koti. Arjen tarpeita etsimässä. Keuruu: Otava.

**Pelkonen, Tommi** 1999. Uusmediatoimialan toimenkuvat ja osaamistarpeet 1999. ESR-julkaisut 40/99. Helsingin kauppakorkeakoulu, LTT-tutkimus Oy:n Uusmediaryhmä. Helsinki: Edita.

**Pelkonen, Tommi** 2001. Uusmedia aikuistumisen kynnyksellä. Taideteollinen korkeakoulu, koulutuskeskus; Helsingin kauppakorkeakoulu, LTT-tutkimus; Elektronisen kaupan instituutti. Helsinki: Kirjapaino Tieto.

**Pesari, Pentti** 2000. Näköradiosta digitelevisioon. Jyväskylä: Ceronia Systems.

**Pohto, Petteri ja Wirén, Lauri** 2001. Raportti uusmediatoimialasta Suomessa 2000. Tutkimuksen keskeiset tulokset. Taideteollinen korkeakoulu, koulutuskeskus. Helsingin kauppakorkeakoulu. LTT-tutkimus. Elektronisen kaupan instituutti. Helsinki: Kirjapaino Tieto.

**Ridell, Seija** 1997. Miten uutinen puhuttelee? Journalistiset tekstit retorisisina sosiaalisina muotoina. Teoksessa Koivunen, Anu ja Hietala, Veijo (toim.) 1997. Kanavat auki! Televisiotutkimuksen lukemisto. Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen julkaisuja A:61. Vammala: Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus.

**Rinnetmäki, Mikael ja Pöyhtäri, Ari** 2001. Digi-TV:n palveluntekijän opas. Helsinki: Tekes.

**Rusanen, Aira**, asiantuntijalausunto 16.11.2001.

**Saarela, Tommi** 2001a. "Tuotantotalot haasteiden edessä." Visio 2/2001.

**Saarela, Tommi** 2001b. "Ohjelmasta versoo monimedia." Visio 2/2001.

**Salmi, Hannu** 1995. "Populaarifiktio ja sarjamuodon kiertokulku." Teoksessa Kallioniemi, Kari ja Salmi, Hannu 1995. Porvariskodista maailmankylään. Populaarikulttuurin historiaa. Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen julkaisuja A:40. Vammala: Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus.

**Salmi, Hannu** 1997. "'Pyhäkoulujen kilpailija' vai 'kokoava keskipiste'? Suomalaista televisiokeskustelua 1940- ja 50-luvuilta." Teoksessa Koivunen, Anu ja Hietala, Veijo (toim.) 1997. Kanavat auki! Televisiotutkimuksen lukemisto. Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen julkaisuja A:61. Vammala: Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskus.

**Sauri**, Tuomo 1999. "Television". In Finnish Mass Media 1999. Statistics Finland, Culture and the media 1999:1. Helsinki: Hakapaino.

**Sommers**, Sanna 2001. "Ammatti: Tuottaja." Ylioppilaslehti 3/2001.

**Stenvall**, Sari 2001. Sisältötuotannon osaamistarveskenaario 2005-2010. Mediaryhmä, Turun kauppakorkeakoulu. Turku: Yritystoiminnan tutkimus- ja koulutuskeskus.

Suomen audiovisuaalisen alan tuottajat ry. Jäsenhakemisto 2001.

**Teinilä-Smíd**, Inari 2000. Sisällöntuotanto digitaalisen television ympäristössä. Esitutkimusraportti. Tietoyhteiskunnan tutkimuskeskus, työraportti 11/2000. Tampereen yliopisto. Tampere: Tampereen Yliopistopaino.

"Työryhmä esittää toimilupamaksujen puolittamista". Liikenne- ja viestintäministeriön tiedote 18.5.2001. <http://www.mintc.fi/www/sivut/dokumentit/tiedote/viestinta/ti180501382fin.htm> (haettu 1.2.2002)

**Uuttu**, Anu 2001. Kaapelitelevisiotoiminta Suomessa 2000. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 38/2001. Helsinki: Edita.

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

Viestinnän monitaitajat -koulutusohjelman mainos Sanoma-WSOY:n verkkosivuilla. [http://www.sanomawsoy.fi/careers/default.asp?folder\\_id=90](http://www.sanomawsoy.fi/careers/default.asp?folder_id=90) (haettu 1.2. 2002)

**Vilhunen**, Jukka 1996. Lisääntyvä tv-tarjonta ja riippumattomat tuotantoyhtiöt. Liikenneministeriön julkaisuja. Helsinki: Edita.

Visioista osaamistarpeisiin – huippuosaamisella menestykseen 2000. Osaamislinjaus 2004, Tekes. Kurikka: Sähkö- ja elektroniikkateollisuusliitto.

Ylen ammatit. [http://www.yle.fi/yleista/tule\\_ammattit.shtml](http://www.yle.fi/yleista/tule_ammattit.shtml) (haettu 12.1.2002)