

Median arkikäyttö ja julkinen ohjelmatoiminta

PERTTI ALASUUTARI

Johdanto

1980- ja 1990-luvun aikana tapahtuneen liberalisaatio- ja deregulaatiokehityksen seurauksena julkisen palvelun yleisradioyhtiöt joutuivat kaikissa Euroopan maissa uudenlaiseen tilanteeseen. Valtiollinen radio- ja televisiotoiminta ei enää voinut lähteä siitä niukan tarjonnan oloissa luontevasta oletuksesta, että yleisö katsoo ja kuuntelee sitä, mitä sille tarjotaan. Tarjontaa taas määrää parlamentaarisesti määritelty ja valvottu julkisen palvelun tehtävä, sivistävän ja hyödyllisen ohjelmiston tarjoaminen kansalaisille. Useissa maissa lähes monopoliasemassa olleet valtiolliset yleisradioyhtiöt saivat rinnalleen samoista yleisöistä kilpailevia kaupallisia tv- ja radiokanavia.

Suomessa kilpailu katsojista on ollut sikäli maltillista, että julkisen palvelun ja kaupallisten kanavien ohjelmaprofiilit ovat kehittyneet selvästi toisistaan erottuviksi (Aslama & al. 2004 a & b; Aslama & Wallenius 2005). Ohjelmistorakenteen osalta Heikki Hellman toteaa, että 1980- ja 1990-luvulla tapahtuneiden hallinnollisten muutosten seuraamuksena MTV3:n ohjelmaprofiili monipuolistui tarkastelujaksolla 1988–1996, kun taas YLE:n 1- ja 2-kanavien ohjelmiston monipuolisuus pysyi ennallaan tai väheni (Hellman 2001). Tilanne ei ole tästä olennaisesti muuttunut viime vuosien aikana. Kun esimerkiksi verrataan vuosien 2003 ja 2004 parhaan katseluajan ohjelmistoja, sekä TV1 että TV2 olivat kummatkin hiveneen kaventaneet monipuolisuuttaan edellisvuodesta, kun taas kaupalliset kanavat olivat jonkin verran monipuolisempia kuin vuotta aiemmin (Aslama & Wallenius 2005, 73–74).

Vaikka Suomessa kilpailu ei ole vähentänyt kokonaistarjonnan monipuolisuutta (Aslama & al. 2004a; Hellman 2001), tarkastelukehys on muut-

tunut. YLE:n tv-tarjontaa on määrittänyt se, mitä on pidetty kansalaisille tarpeellisena ja hyödyllisenä, esimerkiksi informatiivisena tai sivistävänä. Julkisen palvelun periaatteen mukaisella ohjelmapolitiikalla oli myös huomattava merkitys, kun vaihtoehtoja oli vähän. Nyt kanavia on niin mediatalojen sisällä kuin julkisuudessaakin tarkasteltu siltä kannalta, mikä on niiden markkinaosuus, ja ohjelmaprofiilin eroja kanavien välillä tarkastellaan kilpailustrategian näkökulmasta. Nyt YLE:n julkisen palvelun mediatalon ilmettä pidetään sen imagoon kuuluvana kilpailuvaltina, jonka avulla se vetoaa katsojakuntaan ja puolustaa asemaansa markkinajohtajana.

Liberalisaation aikaansaamaa kilpailua kaupallisten ja julkisen palvelun mediatalojen välillä pidetään keskustelussa selviönä, mutta mistä se tarkkaan ottaen johtuu? Kun liberalisaation vaikutusta ohjelmiston monipuolisuuteen on tutkittu, tutkijat ovat usein soveltaneet siihen teorioita kilpailusta avoimilla markkinoilla. On esimerkiksi todettu, että joissakin tapauksissa kilpailu näyttää lisäävän tarjonnan monipuolisuutta (Litman 1979), kun taas toisissa sillä on käänteinen vaikutus (Lin 1995). Niinpä Richard van der Wurff ja Jan van Cuilenberg esittävät, että kilpailun ja tarjonnan välillä ei ole lineaarista yhteyttä. Heidän mukaansa maltillinen kilpailu tv-yhtiöiden välillä lisää ohjelmatarjonnan monipuolisuutta (van der Wurff & van Cuilenburg 2001). Jos taas liian monta samankokoista yhtiötä kilpailee toisiaan vastaan samankokoisina pysyvillä markkinoilla, kilpailu on tuhoisaa ja johtaa ohjelmatarjonnan yhdenmukaistumiseen (van der Wurff 2004 a & b).

Julkisen palvelun roolilla mediakentässä on van der Wurffin (2004a) mukaan ohjelmatarjontaa monipuolistava vaikutus. Tämä johtuu hänen

mukaansa lainsäädännöstä, joka Euroopan maissa edellyttää, että julkisten kanavien ohjelmisto on monipuolista ja tarjoaa myös kulttuurista, koulutuksellista ja informatiivista sisältöä. Toisaalta van der Wurff (2004b, 221) olettaa, että julkisen palvelun kanavien läsnäolo markkinoilla saa myös kaupalliset kanavat kehittämään monipuolista ja laadukasta ohjelmatarjontaa, vaikka painopiste onkin enemmän viihteellisessä tarjonnassa.

On helppo ymmärtää, miksi kaupalliset tv-yhtiöt haluavat mahdollisimman suuren markkinaosuuden yleisöstä: halutaan paljon ja ostovoimaitaan hyviä katsojia, koska rahoitus perustuu mainosajan myyntiin, jossa taas tulot perustuvat kontaktihintaan. Mutta entä julkisen palvelun mediatilat, joiden ns. ansaintalogiikka on toinen? Kyse ei edes ole yhdestä ainoasta ansaintalogiikasta, vaan eri maiden välillä on tässä suhteessa eroja. Yhdysvalloissa toiminta perustuu yhteisöjen ja yksityisten lahjoituksiin sekä liittovaltion myöntämään tukeen. Joissakin maissa julkinen palvelu rahoitetaan suoraan valtion budjetista, kun taas Suomessa rahat saadaan katsojien maksamista tv-maksuisista. Tämä tarkoittaa, että toiminnalla täytyy yleisesti ottaen olla niiden tuki ja luottamus, jotka ovat omalta osaltaan rahoituksesta päättämässä.

Hypoteettisesti voidaan päätellä, että kun Suomessa julkinen palvelu on lupamaksurahoitteinen, on yleisradioyhtiöllä tarve osoittaa katsojille yhtiön tarpeellisuus sillä, että kanavilla on paljon katsojia. Sen voi olettaa vaikuttavan osaltaan siihen, että yksilöt tosiaan maksavat tv-maksunsa. Julkisuudessa onkin esitetty, että moraalit on tässä suhteessa ollut höltyneissä¹. Sen ohella julkisen palvelun yhtiön pyrkimyksenä voi olla osoittaa yhtiön tarpeellisuus korostamalla, että kyse on laatuohjelmia tekevistä yhtiöistä. Toisaalta taas tv-maksun hinnasta päättää viime kädessä eduskunta, jolloin voidaan päätellä, että YLE:n johdon edun mukaista on pyrkiä vaikuttamaan yhtäältä yleiseen kansalaismielipiteeseen eli katsojiin äänestäjinä ja toisaalta suoraan puolueisiin ja poliittisiin päätöksentekijöihin. Puolueet myös päättävät siitä, säilytetäänkö koko järjestelmä vai muutetaanko sitä

¹Esimerkiksi YLE:n henkilöstön vähentämistarpeen yhdeksi syyksi syksyllä 2005 sanottiin se, että lupamaksutulot ovat pienentyneet. Tv-maksuhallinnon tilastojen mukaan tv-maksuihin tulikin vuonna 2004 harvinaisen, reilun 10 000 luvan notkahdus, mutta vuonna 2005 televisiomaksuja maksettiin taas aikaisempien vuosien malliin. (Ylen huono ..., 2005.)

esimerkiksi lakkauttamalla julkinen palvelu kokonaan, tekemällä lisämääräyksiä siitä, millaista ohjelmiston tulee olla, tai siirtämällä rahoitus valtion budjettiin. Tämän vuoksi on YLE:n edun mukaisista miellyttää ohjelmapolitiikallaan suuren yleisön ohella myös poliittista eliittiä, joka on väestön keskivertoa paremmin koulutettua.

Vaikka julkisen palvelun yhtiön rahoitus ei suoraan riipu sen katsojaosuudesta, kilpailuasetelma kaupallisten kanavien kanssa ei ole vain teoriaa vaan käytännön realiteetti. YLE esimerkiksi osallistuu muiden tv-yhtiöiden kanssa ns. mittaritutkimukseen, jolla mitataan päivittäin eri ohjelmien ja kanavien saamia katsojamääriä.² Katseluosuus on paitsi ohjelman tekijöiden palautteen saamisen työkalu myös yksi mittari, jolla julkisen palvelun yleisradiotoimintaa arvioidaan. Siksi YLE:n johdon näkökulmasta on tarpeellista kiinnittää siihen ohjelmiston suunnittelussa ja ohjelmakaavioiden tekemisessä huomiota.

Sen sijaan on jäänyt vähälle huomiolle kysymys siitä, missä määrin katsojaluvut ovat tärkeitä YLE:n ensisijaisten asiakkaiden eli tavallisten katsojien näkökulmasta. Jos yksilö katsoo paljon YLE:n ohjelmia, puolustaako hän myös kansalaisena ja äänestäjänä sellaista viestintäpolitiikkaa, joka turvaa YLE:n aseman? Tai toisin päin, jos yksilö viihtyy arjessaan pääasiassa kaupallisilla kanavilla, onko hän todennäköisesti kriittinen suhteessa YLE:n ohjelmapolitiikkaan tai ylipäätään sen tarpeellisuuteen? Toisin sanoen, millä tavalla ihmisten arkipäiväinen medioiden käyttö ja heidän viestintäpoliittiset mielipiteensä liittyvät toisiinsa?

Näitä kysymyksiä olisi mielenkiintoista tutkia myös lomaketutkimuksen keinoin erittelemällä, onko yksilön tv:n katsomista kuvaavien muuttujien ja viestintäpoliittisia mielipiteitä kuvaavien muuttujien välillä tilastollisia yhteyksiä. Tässä tutkimuksessa lähestyn kysymystä kuitenkin laadullisen tutkimuksen keinoin. Aineistona on 22 laadullista henkilöhaastattelua, joissa haastateltavilta kysellään heidän arkisesta median käytöstään

²Finnpanel Oy mittaa jatkuvalla paneelitutkimuksella suomalaisten tv-katselua. 1 000 talouden otokseen (noin 2 200 henkilöä) on asennettu tv-mittarit talouden tv-vastaanotinten yhteyteen. Tv-mittarit rekisteröivät automaattisesti katsotun kanavan sekä kellonajan. Tulokset raportoidaan päivittäin tilaajille. Tuoreimman julkaistun tiedon mukaan (tammi-joulukuu 2005) YLE on edelleen markkinajohtaja 43,6 %:n katseluosuudellaan, kun taas MTV3 on kakkostilalla (32,6 %) ja Nelonen kolmantena (11,5 %) (Finnpanel, 2006).

sekä heidän mediapoliittisista näkemyksistään³. Tulokset eivät ole suoraan yleistettävissä Suomen väestöön, mutta jokaisen yksilön monipuolinen ja varsin vapaamuotoinen haastattelu antaa paremmat mahdollisuudet eritellä tarkemmin sitä, millä eri tavoilla median arkikäyttö ja viestintäpoliittiset mielipiteet liittyvät toisiinsa eli mitä ovat kulttuuriset logiikat, joilla nämä kaksi asiaa kytkeytyvät yksilötasolla toisiinsa.

Tämä artikkeli on organisoitu siten, että esittelen ensin tarkemmin, miten aineisto kerättiin ja miten haastattelut suoritettiin, mitä metodeja käytetään aineiston analysoinnissa sekä miten työ liittyy aikaisempaan tutkimukseen. Sen jälkeen esittelen aineiston analyysin ja lopuksi pohdin tuloksista tehtävissä olevia käytännöllisiä ja teoreettisia johtopäätöksiä.

Aineisto, metodit ja teoreettinen tausta

Tutkimukseen haastateltiin 22 suomalaista, jotka oli valittu siten, että he olisivat ikänsä, sukupuolensa ja ammattiasemansa suhteen hyvin erilaisia. Naisia haastatelluista oli 14 ja miehiä 8. Ikäryhmittäin 20–40-vuotiaita oli 7, 40–59-vuotiaita 6 ja vähintään 60 täyttäneitä 9. Ammattien kirjo oli myös laaja työntekijöistä ja maanviljelijöistä ylempiin toimihenkilöihin.

Haastatteluiden tekemisessä noudatettiin ns. narratiivista metodia. Siinä ideana on saada haastateltavat kertomaan pieniä tarinoita, joista haastattelija tekee täydennys- ja tarkennuskysymyksiä. Jatkokysymysten tekemisessä käytetään termejä, joita ihmiset käyttävät, ja pyydetään selittämään yksityiskohtaisemmin, mitä he tarkoittavat jollakin ulkopuoliselle hämäräksi jäävällä vastauksella.

Merkittävä osa kuhunkin haastatteluun käytestä ajasta kului siihen, että haastateltava kertoi medioiden käytön viikkorutiinistaan: kuinka ja milloin he käyttävät radiota, televisiota, Internetiä ja muita viestimiä ja kuinka medioiden käyttö nivoutuu heidän arkielämäänsä. Lopuksi haastateltavilta kyseltiin heidän näkemyksiään viestintä-

³Haastatellut ovat Yleisradion Yleisötutkimuksen, Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran kansanrunousarkiston ja Jyväskylän yliopiston Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen Yksi päivää mediaa -hankkeen osanottajia (Kytömäki & al. 2003). Tutkimus tehtiin Yleisradion rahoituksella.

täpolitiikasta yleisesti sekä YLE:stä ja sen merkityksestä erityisesti.

Tämä tutkimusaineisto tekee mahdolliseksi eritellä, millä tavalla ihmisten viestimien käyttötavat liittyvät heidän mielipiteisiinsä viestintäpolitiikasta ja YLE:n roolista siinä. On tietenkin korostettava, että aineistona on ihmisten haastattelutilanteessa tuottamaa puhetta, kuten kuvauksia arkielämästään ja näkemyksiä ohjelmapolitiikasta. Aineistoa ei voi pitää ongelmattomasti totuutena haastateltujen arjesta tai ikkunana, josta pääsee kurkistamaan heidän ajatusmaailmaansa. Sen sijaan pidän haastatteluja ennen kaikkea metodina, jonka avulla on suhteellisen helppo kertoittaa, millaisten suomalaisessa nykykulttuurissa esiintyvien puhetapojen puitteissa yksilöt voivat kertoa arjestaan ja viestintäpoliittisista näkemyksistään. Toisaalta puhetavoilla on yhteytensä ajatus- ja toimintatapoihin, ja lisäksi monilta osin haastateltavat tuottavat hyvin rehellisiä kuvauksia toiminnastaan ja mielipiteistään. Kiinnostavaa ja haastavaa haastatteluaineiston tulkinna onkin eritellä, mitä aineistosta tehtyjen havaintojen perusteella voi sanoa muusta todellisuudesta. Tällaisiin päätelmiin ei ole olemassa valmista kaavaa, vaan tulkintaketjun jokainen vaihe on perusteltava erikseen⁴ (vrt. Potter & Hepburn 2005).

Tarkastelen siis tätä aineistoa sekä fakta- että näytenäkökulmasta (Alasuutari 1993a). Faktanäkökulmasta se antaa lähdekriittisesti tulkittuna kuvan siitä, miten mediat kuuluvat näiden haastateltujen arkeen. Sen lisäksi erittelen aineistoa myös näytenäkökulmasta hyödyntäen erilaisia diskurssien analysoinnin näkökulmia.

Diskurssianalyttinen tutkimusote on tämän aineiston analysoinnissa tarpeen siksi, että sen avulla voin tehdä tulkintoja niistä vallitsevista diskurkseista ja kulttuurissa vallitsevista arvoista, jotka tekevät haastateltavien suhtautumisen julkisen palvelun periaatteeseen ymmärrettäväksi. Tätä kaut-

⁴Keskustelun- ja diskurssianalyysin piirissä on viime vuosina suhtauduttu varsin kriittisesti haastatteluihin tutkimusaineistona (Potter 1997; Potter & Hepburn 2005). Niissä on tutkimusaineistona toki ongelman- sa, joista suurin on ehkä se, että puheen kontekstia eli aineiston kulttuurista paikkaa ei ole helppo määritellä: ei voida tarkkaan tietää, miten osapuolet ovat tilanteen määritelleet, jolloin ei myöskään voida tarkkaan tietää, miten tilanne rajaa puhetapoja ja aiheita. Toisaalta, kun tutkija on ongelmista tietoinen ja hyödyntää laajasti aineiston mahdollisuuksia, haastattelut ovat varteenotettava aineiston keruun tapa.

ta tämä tutkimus myös jatkaa sitä laadullisen mediatutkimuksen perinnettä, jonka piirissä on tutkittu eri yleisöryhmien tapoja tulkita ja arvottaa sähköisten viestintien ohjelmatarjontaa sekä viettää sen parissa aikaa osana arkielämäänsä (Alasuutari 1992 & 1993b & 1999; Ang 1985 & 1991 & 1996; Kytömäki 1996; Lull 1990; Morley 1992).

Tutkimukset sähköisistä viestimistä ihmisten arjessa ovat tuoneet esille, että televisio ja muut mediat ovat moraalinen kysymys (Alasuutari 1996). Kyse ei ole niinkään tai ensisijaisesti siitä, että aikaisemmissa tutkimuksissa tai tätä tutkimusta varten tehdyissä haastatteluissa puhujat olisivat silmin nähden kiusaantuneita puhuesaan medioiden käytöstään tai ohjelmavalinnoistaan. Toki ihmisten selonteissa median käytöstä esiintyy myös avointa reflektiota omista mielityksistä ja niiden hyväksyttävyydestä, mutta tällaisen reflektiivisen moraalipuheen ohella aineistoa läpäisee kauttaaltaan rutiininomainen moraalisuus. Sillä tarkoitan sitä, että huomaamattaan ihmiset tulevat puhuneeksi arjestaan tavalla, joka arvottaa asioita ja asettaa ne tiettyjen kulttuuristen koodien mukaiseen järjestykseen. Siksi näiden haastatteluiden analysoinnin voi katsoa jatkavan tutkimusperinnettä, jossa eritellään sitä, miten moraalit näyttävät arjessa vuorovaikutuksessa ja mitä tehtäviä tai seuraamuksia sillä on (Bergmann 1998; Kurri 2005; Nikander 2002).

Kiinnostukseni arjen moraliteetteja kohtaan ei kuitenkaan rajoitu vain kasvokkain tapahtuvan vuorovaikutuksen mikrotasolle, vaan pyrin sen kautta erittelemään laajemmin moraalien asemaa nyky-yhteiskunnassa. Nähdäkseni moderneiksi nimitetyille yhteiskunnille ominainen eronteko korkean ja matalan taiteen välillä (Gans 1977) ilmentää modernin kulttuurin keskeistä arvoa eli kehityksen ja edistyksen vaadetta ja velvollisuutta; näitä voidaan pitää sekulaarisena kansalaisuskontona. Siten tutkimus liittyy yhtäältä keskusteluun erontekojen, maun ja tyylin roolista yhteiskunnan rakenteistumisessa (Bourdieu 1984; Erickson 1996; Peterson & Kern 1996), toisaalta uskontososiologiseen keskusteluun arjen uskonnollisuudesta (Bailey 1990).

Proosallista katselua, yleisiä periaatteita

Yleissilmäys haastatteluihin tuo sen vaikutelman, että ihmisten median käytön rutiinit ja heidän mielipiteensä julkisen palvelun periaatteesta tai

YLE:n roolista ovat kaksi itsenäistä ja erillistä puherepertuaaria. Niiden välillä ei näytä olevan juuri mitään yhteyttä. Otetaan esimerkiksi 21-vuotias opiskelija Kati (nimi muutettu), jonka tv:n katselu hänen oman kertomansa perusteella koostuu pääasiassa tv-sarjoista.

[01:44] No jos ajatellaan tiistaina ... Tiistaita, ni onks sulla silloin jotain tiettyjä ohjelmia mitä sä mielelläs katot?

– No nyt ei oo, tällä hetkellä mitään tiettyä.

[01:54] No entäs keskiviikko?

– Eipä oikeestaan keskiviikkonakaan ... (naurua) ... Nyt on ... Tos oli alkuvuodesta oli kyllä ... Katoin tota mullan alla sarjaa Canal Plussalta, se tuli keskiviikkoliltasin ... Nyt tää on jo ... Alkaa vähän kesä tulla, niin ne o ... Suurin osa sarjoista loppunu jo ...

[02:19] Joo ... No sä kerroit kuitenkin et sä seuraat muutamaa sarjaa säännöllisesti, mitä ne on ja millon ne tulee sit?

– Hmm ... No se ... Toi L-koodi joka loppu justiinsa, ja sitte ... Sitte teho-osastoa seurasin, mutta sekin ... Viimesin tuotantokausi loppu jo ja ... Ja sitten ... Simpsonoita oikeestaan. Ne on nyt ollu säännöllisimmät.

Kun häneltä sen sijaan kysytään YLE:n roolista, hän kannattaa vahvasti julkisen palvelun viestintäpolitiikkaa:

[18:04] No mites tota, sä näät ylen roolin Suomessa?

– Hmmh ... Se on ... Mun mielestä se on niinku tärkeä säilyttää semmonen ... Yleishyödyllisyys, tai semmonen niinku ... Vähän ... Ehkä vähän semmonen valistuksellisuuskin siinä, että ... Et kyl se ... Kyl se mun mielest niinku täs kaupallisten kanavien kilpailussa on ihan hyvin pystyny sille säilyttää sitä ... Mut et jonkin verran on niinku ... Lähetty ehkä siihen kilpailuunkin mukaan varsinkin kun teevä kakkonen tuntee et sieltä tulee jotain ihan käsittämätöntä välillä ... Mut et kyl mä toivoisin että se niinku, säilyttäis semmosen ... Ainakin semmosen idean jostain korkealaatuisesta televisio tarjonnasta niinku jatkossakin.

(...)

[19:44] No mites, jos ajatellaan muuten ohjelmiston kannalta ... Et meil on tämmönen kansallinen mediatalo ... Luulet sä et sil on jotain merkitystä siihen ... ? ... Kotimaisuuden, esimerkiks, osalta?

– No kylhän kai ylen tehtävänä on niinku ... Yks tehtävistä on se, että ... Tuetaan kotimaista tuotantoa, ja ... Kyl sitä ajattelee sille niinku, vaikka tekijän kannalta, et joku suomalainen haluais niinku televisioalalle, ni kyl se varmaan tuo sellasta turvallisuuden tunnetta, että ainakin joku paikka missä niinku voi luottaa että ... Jotain vähän ... Vaikeempaakin ... Vois ehkä saada tehdyks, että ... Et, tai sille niinku et on niinku joku kanava, missä semmonen ... Ei tarvii niinku mieltii välttämättä sitä, hmm ... Raha-asiaa siinä mielessä, et pitäis niinku miellyttää mahdollisimman suurta yleisöä.

Haastattelujen arjestaan antamien kuvausten perusteella näyttää siltä, että tv-sarjojen katsominen on monien viikoittaisen media-annoksen itses-

tään selvä osa. Vaikka he eivät katsoisi juuri muuta kuin tv-sarjoja, se ei välttämättä tarkoita, että he eivät pitäisi muita ohjelmatyyppejä arvossa. He voivat silti kannattaa julkisen palvelun ideologiaa eli sitä, että yhteisesti kerätyillä varoilla tuotetaan informatiivisia ja laadukkaita ohjelmia sähköisiin viestimiin. He voivat myös arvostella YLE:ä siitä, että sen kanavilla näytetään ohjelmia, jotka sopisivat paremmin kaupallisille kanaville. He pitävät omia katsomistottumuksiaan ja näkemyksiään julkisen palvelun yleisradioyhtiön tehtävästä kokonaistarjonnassa erillisinä kysymyksinä.

Kun ihmiset pitävät omia katselutottumuksiaan ja viestintäpoliittisia mielipiteitään erillisinä asioina, he eivät katso, että niiden välillä olisi riskiä. Kannattamalla julkisen palvelun ideologiaa he haluavat säilyttää ohjelmatarjonnan monipuolisuuden ja sitä kautta mahdollisuuden seurata jotain muuta ohjelmaa kuin esimerkiksi amerikkalaista tv-sarjaa. Sen sijaan, että he arvostelisivat YLE:ä liian elitistisistä ohjelmista, he voivat kritisoida sitä, että teemojen käsittely ei aina ole riittävän syvällistä. Esimerkiksi Kati tuo näkemyksensä esille, että YLE:n ajankohtaisohjelmat käsittelevät hieman liian päiväkohtaisia kysymyksiä; ne voisivat pureutua syvemmälle aiheeseen, jota käsittelevät:

[18:54] Toteutuus sun mielestä siinä sellanen sivistystehtävä ... Tällä hetkellä?

– No joo ... Kyl niinku ... Ehkä ... Vähän niinku toivois ... Että jos jotain niinku sattuu kattoo jotain ajankohtaisohjelmiin ... Et ne ois sit niinku jotenki välil tuntuu et ne on niinku sit tosi ajankohtasia, et näistä mä nyt oon lukenu lehdistä, ja muualtakin kuullu, että ... Vois niinku ehkä vähän kaivella syvempää, ja sillee tuoda jotain semmosii näkymättömämpiä ... Asioita yhteiskunnas enemmän esiin, mut kyl niinku ... Silleen kokonaisuutena toimii ihan hyvin.

[19:37] Sä kuitenkin kaipaisit vähän semmosta, niinku tavallaan ehkä tutkivampaa otetta asioihin?

– Joo.

Maku ja viihteen seuraamisen kuvaukset

Katsojien halu säilyttää ohjelmisto monipuolisena ei ole suinkaan ainoa syy, miksi ihmiset suhtautuvat myönteisesti julkisen palvelun ideaan ja YLE:n rooliin. Vaikka käytännössä kaikki haastateltavat sanoivat katsovansa ulkomaisia sarjoja, he usein korostivat, että asiaohjelmat – kuten uutiset, ajankohtaisohjelmat ja luonto-ohjelmat – muodostavat merkittävän osan heidän viikoittaisesta katselustaan. Asiaohjelmat ovat myös se ohjelmatyyppi, jota he arvostavat eniten.

Se, että faktaohjelmat ovat kaikkein suosituin ohjelmatyyppi ja fiktiiviset ohjelmat, erityisesti tv-sarjat ja toimintaelokuvat, vähiten arvostettu, ilmenee haastatteluista monilla tavoilla. Uutisten ja ajankohtaisohjelmien katsominen esimerkiksi vaatii harvoin mitään perustelua.

[01:16] Joo ... No jos mennään tähän sun mediaviikkorutiiniin, alotetaan vaikka teeveestä. Niin mitä sä katsot teeveestä, tai millon televisio on auki?

– No televisio on auki tietysti varmaan enemmän kun mitä minä olen kotona, mut et kuten sanottu se on ... Mulla hyvin valikoivaa, et oikeestaan melkein nyt uutiset ... On sellanen ... Säännöllinen, että mitä varten asettaudun telkkarin eteen ... kattamaan ... (naurahtaa) ... Nykysellään. (220006)

Vain erityisen paljon uutisia katsova henkilö voi kommentoida omaa uutisten katsomistaan sanomalla olevansa ”uutishullu”:

[00:54] No jos mennään sun mediaviikkorutiiniin. Alotetaan teeveestä, niin mitä sä ... Jos alotetaan vaikka maanantaista, tai mennään ihan miten sä haluat ... Että mitä sä katsoit ja millon televisio on yleensä auki?

– No tuohon [epäselvä sana] ensimmäisenä sanoo pääsääntöisesti että radio on aina auki. Se on 24 tuntia vuorokaudessa ... Olin mä missä tilassa tahansa, niin mulla on aina radio auki. Sen lisäksi että on radio auki, niin siinä samassa huonetilassa yleensä on ... Sanotaan että ku keittiössä on radio, niin olohuoneessa on sitte telkkari, tai makuuhuoneessa telkkari, ja se ... TV-rutiini alkaa yleensä siellä, jos on kotona ja on mahdollisuuksia, niin jossain tossa kello 17:n pinnassa uutiset. Sitten ... Sen verran kun oon uutishullu ... Et onks susta tullu uutishullu? ... Niin on tullu sen verran uutishullu et katon tietenki vielä ne seittemän uutiset siten maikkarilta, eli mä vaihan vaan kanavaa siihen väliin. Ja jos siinä välissä on jotakin mielenkiintoista, jotain tällasta ajankohtasta niin voitais kattoo niitä sitten, mutta yleensä siin on semmonen ... Päivällisen jälkeinen ... Pikku päikkärit ... (naurua)

[01:53] Joo ... No mites sitten myöhäsemässä illassa ... Niinku tulee katottua?

– Puoli yheksän uutiset on kuitenkin vakio. Se on ihan niinku ... Pistämätön tapaus, samaten kun 10:n uutiset illalla maikkarilla vastaavasti taas sitten. Ja valankin jos ne on jääny sillon syystä tai toisesta, työn tai muun takia ne aikasemmat kattomatta ni sitten mä tuun hulluks jos mä en ennä jompaakumpaa nähä sitten taas ... Ja tietenki ne uutisten jälke ... Puoli yheksän uutisten jälkeiset ajankohtaisohjelmat, nää A-Plusat ja A-Studiot ja tämmöset, niin ne ... Nykyisin A-Piste. (220004)

Yksi merkki faktaohjelmien fiktiota suuremmasta arvostuksesta on, että tyypillisesti haastateltavat kertovat ensin uutisten ja ajankohtaisohjelmien katsomisesta. Sarjojen katsomisesta voidaan puhua vasta sitten, kun haastatteliija on siitä erikseen kysynyt. Tämä johtuu osittain haastatteluiden ”käsikirjoituksesta”, jonka ideana oli pyytää

haastateltavia kertomaan median käyttönsä viikkorutiinista, ja uutisten katsominen on tyypillisesti toiminto, joka toistuu säännöllisesti kerran tai useita kertoja joka päivä. Se ei kuitenkaan riitä yksin selitykseksi sille ilmiölle, että haastateltavat tyypillisesti kertovat ensin uutisten ja ajan-kohtaisohjelmien, sitten elokuvien ja viimeiseksi sarjojen katsomisesta.

[10:30] Mites tää viihdepuoli, mainitsit jo ne elokuvat ja sit tän Kotikatsomon, oisko sielä mitään sarjoja tai tän tyyppisiä, mitä seuraat?

– Äi seuraanhan mä ... Joo, seuraanhan mä ... (nauraa) ... Tuota Teho-osastoa, tai sitten välillä, mikä se on sitte ... mikä ... No melkein sitä torstain paikalla ollutta usein, niinku siinä paikalla ollutta, niin oon niinku seurannu, siin on ... (220010)

Edelleen, kun haastateltavat selostavat fiktiivisten ohjelmien, kuten elokuvien, katsomistaan, monet heistä korostavat, että he katsovat mieluiten hyviä tai laatuohjelmia sen sijaan, että katsoisivat mitä tahansa elokuvaa tai sarjaa.

[4:51] Katsotsä mitään elokuvia tai sen tyyppisiä?

– Joo, katon katon. Mut siinäkin mä oon aika ronkeli että mä katon vaan niinku, mielestäni hyviä elokuvia, joita ei ole hollywood-tyyppiset elokuvat vaan enemmän tämmöset niinku sanotaanko nyt että auteur-elokuvista. (220017)

Fiktio ja viihteen kyseenalainen asema otetaan toisinaan suoraan esille vertaamalla näiden ohjelmien katsomista paheeseen tai addiktioon.

[04:18] No jos sä ajattelet sitä sun katselua sillon harvoin ku sä katsot, niin painottuuks se enemmän sinne asiaohjelman vai viihdeohjelman puolelle?

– (naurahtaa) ... Nyt mä vappuna repsahdin siihen viihteseen. Ja pikkusen pettynyt olin, kun ne ei ollukaan niitä vanhoja, vaan oli tehty paljon niitä uusia siihen ... Mutta että kokonaisuus oli ihan hyvä. Kyllä se on enemmän tota niin ... Jos mä ... Kulttuuripitosta ja ... (220010)

On syytä korostaa, että haastateltavien kaikista selonteista ei voi löytää ilmaisia, joilla puheena oleva ohjelma merkittäisiin korkealle tai matalalle sijalle tv-ohjelmien moraalisisessa hierarkiassa. Yksittäisestä lausumasta ei myöskään voida luotettavasti päätellä, sijoittaako haastateltava jonkin ohjelman ylös vai alas omassa arvoasteikossaan. Sen sijaan voidaan sanoa, että puhuessaan katsomistottumuksistaan haastateltavat käyttävät varsin säännöllisesti ilmaisutapoja, joilla television katsominen merkitään araksi puheenaiheeksi.

Kun haastateltavat esimerkiksi nauravat samalla

kun kertovat katsomistottumuksistaan tai maustaan, sitä voidaan pitää keinona ottaa etäisyyttä omiin mieltymyksiin ja merkitä kyseinen selonteko vähemmän vakavaksi. Edellä oleva katkelma on tästä hyvä esimerkki. Kun puhuja nauraa tuottaessaan selonteon, hän tekee keskustelun toiselle osapuolelle helpommaksi ilmaista erimielisyytensä. Ilmaiseepa puhuja arvostusta tai paheksuntaa jotain ohjelmaa kohtaan, nauramalla omalle puheenvuorolleen hän avaa muille mahdollisuuden kyseenalaistaa se uhkaamatta kenenkään kasvoja.

Oman maun ilmaukset ovat arkoja kahdella mahdollisella tavalla. Yhtäältä, kun yksilöt kertovat katsovansa jotain, jonka katsotaan yleisesti edustavan huonoa makua, he altistuvat sille mahdollisuudelle, että muut pitävät heitä sivistymättöminä. Siksi kommentoimalla asiaa jotenkin tai merkitsemällä sen araksi asiaksi he ilmaisevat muille olevansa tietoisia sellaisesta tulkinnasta ja sikäli sivistyneitä. Toisaalta, kun yksilöt ilmaisevat legitiimiä makua vastaavia mieltymyksiään, se voidaan tulkita teeskentelemiseksi, tai muut voivat tulkita, että kyseessä on asenteeltaan jäykä henkilö, joka ei ymmärrä camp-asennetta tai jolla ei ole liberaalia suvaitsevaisuutta eri makuja kohtaan. Siksi, kun ihmiset kertovat mieltymyksistään, he voivat tuottaa moniulotteisia selontekoja, joissa puhuja jokaisen näkökohdan ilmaisun jälkeen kiirehtii kääntämään sen ympäri tai pehmentämään sitä toisella näkökohdalla. Seuraava katkelma on tästä mainio esimerkki:

– No sit mä katon elokuvia, et ne mä niinku luen etukäteen tosta ihan sitte ... NYT:stä läpi, että mitä millä viikolla tulee, ja katon elokuvia, niinku tämmösiä ... En mitään toimintaleffoja enkä muita, mutta ... Mutta hyvin monenlaisia kyllä sit, ja oon ilahtunu jos ne on muitakin ku amerikkalaisia, mutta sitte oon myös ilahtunu siitä, et on monenlaisia hyviä amerikkalaisia, niinku niitä ... Ei ne välttämättä oo näitä pienellä budjetilla tehtyjä, mut vähän niinku valtavirrasta poikkeavii, et voi nii niistä niinku ... Tulee semmosia ihan ilahduttavia, et ajaa et olipa mukava, ja kiva ku katoin ... Joo. (220010)

Itsensä määrittelemisen tietynlaiseksi henkilöksi on yksi keino, jota puhujat käyttävät puhuessaan mausta. Kun yksilö esimerkiksi määrittelee itsensä hulluksi tai friikiksi jonkin asian suhteen, yksilö ei pelkästään ilmaise olevansa tietoinen, että kyse on makuasiasta. Tällä tavoin yksilö voi myös alentaa omaa vastuutaan: hän ei voi asialle mitään, koska on mikä on (Kurri 2005). Toisaalta ilmaisemalla olevansa tietoinen siitä, että kyseinen piirre on hänessä oleva heikkous tai vajavaisuus, yksilö esiintyy moraalisesti tietoisena toimijana.

[1:23] No jos mennään sitten tähän sun mediaviikkorutiiniin, jos sellanen on olemassa (naurahtaa). Alotetaan vaikka televisio kun... niin mitä sä katselit teevästä tai milloin se televisio on auki.

– Öö ... No mä oon kans semmonen uutisfriikki ... (220017)

[02:12] ... Eli sulla voi mennä jopa viikkoja, et sä et katso ollenkaan?

– Menee kuukausiki ...

[02:16] Oho ... Noni ... (naurahtaa)

– Niin ... Mä äärimmäisen huono television kattelija. Mä oon päättäny, että mä luovun tästä ku se hajooa, mut ku se onneton ei hajoa, se on liian hyvä, tämmösellä kattomisella ... (naurahtaa) ... Tai sit ku tulee digi, niin sitten tätä enää ni ... Mä en siihen sitte sorru enää. (220008)

Edellä olevassa näytteessä esiintyvä ilmaisu, että puhuja sanoo olevansa huono jossakin, on erityisen nerokas tapa kommentoida omia mieltymyksiään. Esittämällä yleisen kriittisyytensä televisiota kohtaan ja sanomalla aikovansa luopua televisiosta kokonaan haastateltava ilmaisee asenteen, jota esiintyy varsinkin hieman varttuneemman sukupolven keskuudessa. Sen mukaan elämässä on muita, tärkeämpiä asioita kuin pelkkä arkinen television tuijottaminen. Kun haastateltava kuitenkin sanoo olevansa *huono* television katseleja, hän ilmaisee olevansa itsekriittinen televisiota kohtaan tuntemansa vastenmielisyyden suhteen tai sen suhteen, että huolimatta mahdollisesta valmiudestaan toimia toisin hän ei löydä aikaa tai kiinnostusta television katsomiseen.

Yhteenvetona tästä jaksosta voidaan sanoa haastattelujen todistavan omalta osaltaan sen yleisesti tunnetun seikan, että median käyttö on arka puheenaihe, koska sen tulkitaan yleisesti heijastavan ihmisten makua. Lisäksi haastattelupuheen perusteella voidaan päätellä, että uutiset ja muut faktaohjelmat ovat arvostetumpia kuin fiktiiviset ohjelmat, erityisesti tv-sarjat. Myös ne, joiden television katselu koostuu pääasiassa sarjojen katsomisesta, näyttävät olevan samaa mieltä siitä, että faktaohjelmat ovat arvokkaampia. Siksi on mahdollista päätellä, että he kannattavat julkisen palvelun ohjelmatuotantoa, koska he pitävät sitä tärkeänä koko kansakunnalle riippumatta omista senhetkisistä katselutottumuksistaan.

Maun sosiaalinen hierarkia ja kansalaisuskonto

Mistä oikeastaan johtuu, että tv-sarjat ja fiktiiviset ohjelmat ovat yleisesti ottaen katsomisvalintoina

vähemmän arvostettuja kuin uutiset, ajankohtaisohjelmat ja muut faktaohjelmat? Entä miksi ihmiset tekevät eron erilaisten elokuvien välille esimerkiksi siten, että erottavat Hollywood-elokuvat auteur-elokuvista?

Pierre Bourdieun teorian mukaan syy on siinä, että kulttuurieliitin maku edustaa legitiimiä makua. Niillä, joilla on hyvä maku, on kulttuuripääomaa, joka on myös osa korkeamman asteen koulutuksen ”piilo-opetus suunnitelmaa”. Se auttaa yksilöitä kohoamaan korkeisiin sosiaalisiin asemiin jopa riippumatta heidän muodollisesta pätevyystään tai tutkintotodistuksistaan. Bourdieun mukaan kulttuurieliitti arvostaa taiteessa abstraktia muotoa, kun taas ne, joilla on vähän kulttuuripääomaa, pitävät esittävästä taiteesta, kuten kauniista, realistisista maisemista. Fiktiosta ne, joilla on vähän kulttuuripääomaa, pitävät realistisista kertomuksista, kun taas hieman kokeellisemmat teokset ovat eliitin maun mukaisia.

Se huomio, että haastateltavat sanovat arvostavansa enemmän laatu elokuvia kuin ”Hollywoodtuotantoa”, mihin käsitteeseen he liittävät kaupallisuuden ja viihteellisuuden ajatuksen, on sopusoinnussa Bourdieun teorian kanssa. Uutisten tai ajankohtaisohjelmien arvostusta ei voi kuitenkaan suoraan tai helposti selittää soveltamalla Bourdieun teoriaa, vaikka voikin ajatella, että faktaohjelmissa on kyse realismista. Realistista tyyliä voidaan tuskin pitää pääsyynä. Selitystä voidaan nähdäkseni löytää siitä, että kyse on nimenomaan tiedonvälityksestä. Kuten norjalainen mediatutkija Ingunn Hagen toteaa, uutisten katsomista arvostetaan, koska ajan tasalla pysymistä pidetään kansalaisvelvollisuutena (Hagen 1994 a & b).

Yleistä arvostusta yhtäältä faktaohjelmia ja toisaalta laadukasta draamatuotantoa kohtaan ei kuitenkaan tule pitää erillisinä ilmiöinä. Ne liittyvät toisiinsa, koska media on ihmisten ajankäyttöön liittyvä moraalinen kysymys. Ajan kuluttamista katsomalla televisiota, käyttämällä tietokoneita tai lukemalla lehtiä voidaan punnita suhteessa siihen, miten muuten ajan voisi käyttää. Siksi puheessaan haastateltavat usein kommentoivat tavalla tai toisella median käyttöään ja tulevat esittäneeksi perusteluita sille, miksi he eivät ole esimerkiksi tehneet kotitöitä, viettäneet aikaa puolisonsa kanssa tai menneet harrastamaan joutain. Tässä mielessä ihmisten selonteot ja pohdinnat median käytöstään eivät heijasta vain heidän pyrkimystään esittäytyä henkilöinä, joilla on hyvä

maku tai jotka täyttävät kansalaisvelvollisuutensa seuraamalla ajankohtaisia asioita. Ne heijastavat myös perustavaa kysymystä siitä, mitä he elämässään tekevät tai mitä heidän tulisi tehdä. Se on todella iso, jopa hengellinen tai uskonnollinen kysymys. Tätä taustaa vasten väitän, että perustelut jonkin ohjelman katsomiselle tai sen kriittiselle – tai itsekriittiselle – arvioinnille heijastelevat nyky-yhteiskunnan kansalaisuskontoa.

Kansalaisuskonnon käsitteellä viitataan usein siihen, miten uskonto kytkeytyy kansallisvaltion rakentamiseen ja miten kansalaisten keskuudessa jotkut erityiset teemat, kuten raittius (Gusfield 1996; Sulkunen 1986) tai siviilivastarinta sodan aikana (Gundle 2000), ilmentävät kansalaisten uskonnollisia tunteja. Kyse on siis siitä, millaisia arkisia muotoja uskonnollisuus saa ihmisten keskuudessa. Tässä yhteydessä en viittaa kansalaisuskonnolla virallisiin uskontoihin, kuten kristinuskoon. Sen sijaan tarkoitan kansalaisuskonnolla kulttuurissa ilmeneviä, ihmisten yleisesti kunnioittamia pyhiä arvoja, riippumatta siitä, kytkevätkö ne uskontoon tai pitävätkö ihmiset kyseisten asioiden kunnioittamista ilmauksena uskonnollisuudestaan tai hengellisyydestään. Tässä mielessä vapaa-ajan käytöstä puhuminen heijastelee nyky-yhteiskunnan kansalaisuskontoa, koska käytetyt perustelut nojaavat joihinkin modernin läntisen kulttuurin pyhiin periaatteeseen, kuten erityisesti ajatukseen siitä, että yksilön velvollisuus elämässä on itsensä kehittäminen.

Tämä monien sisäistämä vaatimus saa ilmauksensa erityisesti moderniin taidekäsitteeseen kytkeytyvässä eronteossa korkean ja matalan välillä; tämä vastaa hyvin Émile Durkheimin (1980) yleistä uskonnon määritelmää, jonka mukaan kaikissa uskonnoissa tehdään ero pyhän ja profaanin välillä. Kyseisen erottelun rajoissa korkeaksi määritetty taide on pyhää siinä mielessä, että se ilmentää jatkuvan kehittymisen ja entisen haastamisen ja kyseenalaistamisen vaatimusta. Nykyaikaisen arvioinnissa ja arvostamisessa teoksen uutuusarvo on esteettisen ulottuvuuden ohella keskeinen kriteeri. Taidekritiikin sanastoon kuuluu esimerkiksi pohtia, missä määrin teos ilmaisee tekijänsä ”luovuutta” tai ”yksilöllisyyttä”, rikko ”perinteisiä muotoja” tai ”luo uutta muotokieltä”.

Arkielämässä tätä korkeaksi määritellyn taiteen vaatimusta vastaa oletus siitä, että yksilö ei haaska vapaa-aikaansa vaan tekee tavalla tai toisella hyödyllisiä asioita. Jos yksilö kertoo median käy-

töstä, kuten television katselusta, perustelu löytyy usein juuri siitä hyödyistä, joka valitulla ohjelmalla voi olla yksilölle. Esimerkiksi laadukas draama on hyväksyttävää ja arvostettua, koska ajattelemme, että hyvän taiteen avulla yksilö voi laajentaa tajuntaansa ja kehittyä ajattelevana ihmisenä, joka yrittää ymmärtää muita kulttuureja ja erilaisia kanssaihmissiään. Vastaavasti faktohjelmat ovat hyödyllisiä, koska ne auttavat pysymään ajan tasalla. Sikäli kuin ohjelmavalinta ei kohdistu näihin kategorioihin, omaa ”hairahutumista” kommentoidaan eri tavoin, esimerkiksi selittämällä kevyen, viihteellisen ohjelmatarjonnan valinta rentoutumisella tai muulla hyväksyttävällä syyllä.

Kansalaisuskonto ja perhevelvollisuudet

Ihmisten puhetta median käytöstä arjessaan ei voi kuitenkaan ymmärtää pelkästään sitä taustaa vasten, että itsensä kehittäminen on tärkeä modernin kulttuurin arvo, kansalaisuskonnon ydinkysymys. Itsensä kehittäminen tulee näissä haastatteluissa vain korostetusti esille, koska median käyttö arkielämän kontekstissa tarvitsee ylipäänsä perustelua. Median seuraamiseen kulutettu aika on nimittäin poissa muusta toiminnasta, kuten siitä, että yksilö tekee kotitöitä, viettää aikaa puolison tai lasten kanssa tai harrastaa jotain kodin ulkopuolella. Olivatpa elokuvat, kirjat tai lehdet vaikka kuinka tärkeitä, niiden parissa ajan viettäminen ei ole helposti perusteltavissa, jos perheenjäsenten tarpeita laiminlyödään. Juuri tätä taustaa varten on ymmärrettävää, miksi haastateltavat perustelevat ohjelmavalintojaan tai ilmaisevat huonon omantuntonsa, jos he katsovat olevansa riippuvaisia vaikkapa jatkuvasta uutisten seuraamisesta. Siten seurattu ohjelmatyyppi voi itsensä kehittämisen kannalta olla vaikka kuinka arvostettu, mutta sen suurkulutusta voidaan silti kommentoida luonnehtimalla sitä hulluudeksi tai addiktioksi.

Tämän perusteella voisi olettaa, että yksin asuvat perustelevat ohjelmavalintojaan vähemmän kuin yksilöt, joiden taloudessa asuu paljon muita huollettavia tai huolehdittavia. Kun taloudessa ei asu muita, ajan tuhlaaminen vaikka viihteen seuraamiseen ei silloin merkitse sitä, että joku muu perheenjäsen joutuisi tekemään enemmän kotitöitä. Vastaavalla tavalla voisi olettaa, että lapsettomat pariskunnat tai jo työelämästä pois jääneet

eivät siinä määrin joudu perustelemaan ajankäyttöään, koska vapaata aikaa on käytettävissä niin paljon enemmän.

Aineisto ei kuitenkaan tue tällaista tulkintaa, vaan eri tavoin ajankäytön valintoja koskevat perustelevat tai kommentoivat ilmaukset ovat yleisiä koko aineistossa. Määrällisiä vertailuja on vaikea tehdä näin pienellä määrällä haastatteluja, mutta näyttäisi siltä, että kyseiset taustamuuttujat eivät paljoo selitä sitä, miten tai missä määrin median ja vapaa-ajan käyttöä koskevat moraliitteit nousevat haastatteluissa esille. Otetaan esimerkiksi näyte 20-vuotiaan yksin asuvan opiskelijanaisen haastattelusta. Haastattelijan poikkeuksellinen muotoilu kysymykselle johtuu siitä, että puhuja on aluksi kertonut tavallisesta arkipäivästään, johon ei juuri sisälly medioiden seuraamista.

[01:15] Joo, no jos mennään sit tähän sun mediaviikkorutiiniin, jos sulla nyt sellasta on ... (naurua) ... Jos alotetaan vaikka televisiosta, niin mitä sä katsot televisiosta tai millon se on ehkä auki?

– Hmm ... No tota ... No mä en oo edes hankkinu televisioo viel tänne, niinku omaan kämppääni ... (naurua) ... Että ku must tuntuu, että sieltä nyt ei tuu mitään semmosta, mitä ihan ehdottomasti pitäs joka viikko katsoa. Mutta tota ... Kyllähän sitten ... Sitten kun kotona käy, niin kyllä sitten nykyään ... Nykyään siihen vaan sitten istahtaa ja jää siihen telkkarin eteen, että ... Menee kyllä sitten vähän kaiken näköset ohjelmat.

Koska kyse on yksin asuvasta henkilöstä, voisi olettaa, että hänellä ei ole tarvetta ottaa käyttöön medioiden käyttöä koskevia moraliitteja perustelemaan valintojaan. Näin ei kuitenkaan ole, vaan hän perustelee taitavasti vähäistä television katsomistaan ilmauksella ”ei tuu mitään semmosta, mitä ihan ehdottomasti pitäs joka viikko katsoa”. Ilmaisemalla, että juuri nyt hänellä ei ole vastustamatonta pakkoa katsoa televisiota, hän sekä tuo esille addiktiivisen tv-suhteen mahdollisuuden että ilmaisee olevansa sellaisesta vapaa. Toisaalta hän kommentoi satunnaista television katsomista kotona tavalla, jossa hän ilmaisee itsekriittisyyttä passiivista ja valikoimatonta katselua kohtaan.

Otetaan toiseksi esimerkiksi katkelma haastattelusta, jossa eläkeläisnainen kertoo omasta ja myös eläkkeellä olevan miehensä ajankäytöstä:

– No se on aika tavallista, semmosta ... Taikka mistä mä tiedän mitä muut ... (naurua) ... Minkälainen muiden arki on, mutta ... Meillä se nyt on ihan semmonen, että ylös nousee niin ... Siirrytään aamukahvipöytään, tai teepöytään ja ... Siinä samalla avataan radio sitten

ja kuunnellaan uutiset ennen kaikkea, ja sitten jos on sopiva ajankohtaislähetys taikka joku muu mielenkiintoinen asiaohjelma, sit me kuunnellaan se. Mut se jää aika lyhyeks, että ... Siirrytään siinä ... Viimeistään jo puol kymmenen, kymmenen vaiheilla niin lehtien pariin sitten ... Luetaan ... Meille kummallekin vähän niinku omat lehdet, perheen päällä Hesari ja mulla tää paikallinen Keski-Uusimaa, ja ... Tota ... Sit me siinä luetaan ja keskustellaan samalla, mitä kummankin lehdestä löytyy mielenkiintoisia juttuja, ja tota ... Päivä etenee ihan omavalintaisesti ... (naurua) ... Nii, ja sitten koiran ulkoilu ja ... Sitten jatketaan ihan normaalilla ... Me ei päivän aikaan juurikaan kosketa televisioon eikä radioon, että ... Ainoastaan jos on tekeillä jotain erikoista ... Josta voi ... Haluais kuunnella uutisia taikka tämmöstä tietoa ... Ajankohtasta tietoa, niin sillon me palataan kyllä päivälläkin ... Näihin televisio-ohjelmiin. Et varsinaisesti se alkaa vasta sitten viiden uutisista, että siitä sitten lähetään eteenpäin...

Päivärutiinin selostus sisältää kautta linjan ilmaisuja, joilla valintoja perustellaan. Erityisen kiinnostava on haastateltavan ilmaisu, jonka mukaan he eivät päivän aikaan juuri *koske* televisioon tai radioon, ellei ole ”tekeillä jotain erikoista”. Se tuo esille, että puhujan mukaan vapaa-ajan ja medioiden käyttöä määrittävät tietyt ilmaistavissa olevat kirjoittamattomat säännöt. Näiden sääntöjen mukaan aamiaisen radiouutisia lukuun ottamatta sähköiset viestimet kuuluvat vain iltaan. Perusteena voi olla esimerkiksi huoli siitä, ettei koko päivä mene passiiviseen television ääressä istumiseen.

Moraliteettien esiintymisen määrä ei siis suoraan riipu haastateltavan elämäntilanteesta tai siitä, miten paljon hän käyttää aikaa medioiden seuraamiseen. Esimerkiksi paljon medioita seuraavat ihmiset voivat myös käyttää paljon moraalisesti latautuneita ilmauksia esimerkiksi perustelakseen ajankäyttöään tai ilmaistakseen huolensa siitä, että televisio vie niin paljon heidän ajastaan. Toisaalta, vaikka vähän medioita seuraavalla ei ole välttämättä asiasta paljoo puhuttavaa, myös vähäistä käyttöä perustellaan käyttämällä paljolti samoja puhetapoja. Kun puhutaan yhtäältä ihmisten arjesta, toisaalta siitä haastattelussa annetuista selonteista, kyse on kahdesta eri kontekstista. Yhtäältä ihmisten arkeen voi kuulua enemmän tai vähemmän neuvottelua siitä, millä ehdoilla kukin talouteen kuuluva voi tehdä ajankäyttöään koskevia ratkaisuja. Ne antavat osaltaan valmiuksia keskustella asiasta haastattelutilanteessa. Toisaalta se, missä määrin ulkopuolisen henkilön tekemä haastattelu nostaa esille arkielämään ja median käyttöön yleensä liittyviä moraliitteja, riippuu paitsi aiheen ajankohtaisuudesta, kiinnostavuudesta tai arkuudesta myös käytetystä haastat-

telutekniikasta. Esimerkiksi niin sanotun aktiivisen haastattelun ideana on tietoisesti tuottaa paljon eri diskursseja, houkutellessa ne esille sopivan provokatiivisilla kysymyksillä (Holstein & Gubrium 1995). Tehdyissä haastatteluissa noudatettiin niin sanottua narratiivisen haastattelun metodia, jossa haastattelija ei yritä provokatiivisilla siirroilla ”rikastaa” esille nousevien diskurssien määrää. Siten haastattelujen moraalinen latautuneisuus riippuu lähinnä haastateltavasta ja hänen elämäntilanteestaan. Yhteys näiden kahden välillä on kuitenkin niin mutkikas ja moniulotteinen, ettei siitä voida tehdä yleistäviä päätelmiä. Haastatteluja voidaan tältä osin lähinnä pitää aineistona, joka tuo esille, millaisia moraliteetteja median ja ajan käyttöön nykykulttuurissa liittyy.

Haastatteluissa esiintyviä eroja moraliteettien esiintymisessä ei voi siis selittää haastateltavien erilaisilla taustoilla. Sen sijaan voidaan sanoa, että henkilöiden elämäntilanteista riippumatta haastatteluissa tulee esille edellä mainittu kansalaisuskonto, yksilön velvollisuus käyttää aikansa hyödyllisesti ja kehittää itseään. Sillä perustellaan omaa toimintaa tai siihen viitataan, kun toiminta ei näytä täyttävän kyseistä oletusta.

Lopuksi

Tämän artikkelin ideana on ollut eritellä laadullisen haastatteluaineiston valossa sitä, millä tavalla ihmisten arkipäiväinen medioiden käyttö ja heidän viestintäpoliittiset mielipiteensä liittyvät toisiinsa. Kysymys on siinä mielessä kiinnostava, että YLE:n ”markkinaosuuden” säilyttämiseen pyrkivä ohjelmapolitiikka perustuu oletukseen, jonka mukaan kyseiset kaksi asiaa liittyvät toisiinsa. Taustalla on oletus, jonka mukaan paljon YLE:n ohjelmia katsova yksilö kannattaa kansalaisena ja äänestäjänä julkisen palvelun periaatetta, kun taas pääasiassa kaupallisilla kanavilla viihtyvä katsoja on todennäköisesti kriittinen suhteessa Yleisradioon tai koko julkisen palvelun tarpeellisuuteen.

Tarkastelu on osoittanut, että haastateltavat suhtautuvat myönteisesti Yleisradioon ja sen julkisen palvelun periaatteen mukaiseen ohjelmapolitiikkaan riippumatta siitä, mitkä heidän omat senherkiset katsomistottumuksensa ovat. Tämän voi selittää osaltaan sillä, että kannattamalla julkisen palvelun ohjelmatuotantoa yksilö haluaa varmistaa ohjelmiston monipuolisuuden. Pientenkin yleisöjen ohjelmia, kuten dokumentteja

ja taide-elokuvia, on hyvä olla olemassa siltä varalta, että katsoja haluaa jollain kertaa jotain vaativampaa ja sivistävämpää.

Haastattelupuheen yksityiskohtaisempi analyysi tuo kuitenkin esille, että julkisen palvelun kannattamisessa ei ole kyse pelkästään halusta säilyttää monipuolisuus. Ihmisten puhettavat tuovat monin tavoin esille, että YLE:n vahvoiksi alueiksi mielletyt ohjelmatyypit eli uutiset, ajankohtaisohjelmat ja laadukas draamatuotanto ovat myös ihmisten näkökulmasta kaikkein arvostetuimpia. Nekin, jotka katsovat pääasiassa kaupallisten kanavien sarjatuotantoa, tulevat puheessaan ilmaisemaan, että toisenlaiset katsomisvalinnat olisivat hyväksyttävämpiä.

Julkisen palvelun ohjelmapolitiikan yleinen kannatus haastateltavien keskuudessa johtuu siitä, että se on sopusoinnussa sen suuren arvon kanssa, jonka ihmiset yleisesti antavat yksilön itsensä kehittämisen velvollisuudelle, jota voi pitää modernin yhteiskunnan kansalaisuskontona. Tämän kansalaisuskonnon mukaiset reflektiiviset ja rutiininomaiset moraliteetit tulevat haastattelupuheessa hyvin esille sen vuoksi, että joukkoviestimien parissa kulutettu aika voitaisiin käyttää monella muullakin tavalla, esimerkiksi tekemällä kotitöitä tai viettämällä aikaa muiden perheenjäsenten kanssa.

Tämä tutkimus perustuu 22 henkilön haastatteluun. Aineiston perusteella ei voida esittää määrällisiä arvioita siitä, miten edustavia haastateltavien esittämät näkemykset esimerkiksi YLE:stä tai julkisen palvelun ohjelmapolitiikasta ovat. Nämä tapausesimerkit vain tekevät ymmärrettäväksi sen, miksi ainakaan näiden haastateltujen keskuudessa edes paljon kaupallisten kanavien ohjelmistoa kuluttavat katselijat eivät vaatineet YLE:ltä viihteellisempää ohjelmistoa, vaan päinvastoin edellyttivät sen säilyttävän asiaohjelmia ja laatudraamaa painottavan profiilinsa. Riittävän suuresta määrästä haastateltavia voitaisiin varmaan löytää myös toisenlaisia näkemyksiä, mutta tähän aineistoon valikoituneet haastateltavat eivät ole missään nimessä poikkeustapauksia, vaan aiemmat tutkimukset ovat tuoneet esille saman peruslinjan: YLE:ltä edellytetään nimenomaan julkisen palvelun ohjelmapolitiikkaa, ei sitä, että kilpailu katsojaosuudesta tekee siitä ohjelmistoltaan samanlaisen kuin kaupalliset kanavat (Jääsaari 2004; Kytömäki & Savinen 1993).

Tämän tutkimuksen tuloksista voidaan tuskin kuitenkaan tehdä sellaista johtopäätöstä, että

YLE:n ei kannata ollenkaan kiinnittää huomiota katsojaosuuteensa. Jos katsojaisuus supistuu kovin pieneksi, on vaarana, että YLE marginalisoi-tuu samanlaiseen rooliin, joka julkisen palvelun kanavilla on esimerkiksi USA:ssa. Toisaalta vähintään yhtä tärkeätä YLE:n on säilyttää imagon-

sa julkisen palvelun yhtiönä. Jos katsojat ja kansalaiset tulevat siihen johtopäätökseen, että YLE ei mitenkään poikkea muista yhtiöistä, putoaa myös perusta siltä, miksi sen tulisi saada rahoituksensa erillisistä lupamaksuista tai valtion budjetista.

KIRJALLISUUS

- ALASUUTARI, PERTTI: I'm Ashamed to Admit It But I Have Watched Dallas – The Moral Hierarchy of Television Programs. *Media, Culture & Society* 14 (1992), 561–582
- ALASUUTARI, PERTTI: Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino, 1993. 1993a
- ALASUUTARI, PERTTI: Radio suomalaisten arkielämässä. Helsinki: Yleisradio, tutkimus- ja kehitysosasto, 1993. 1993b
- ALASUUTARI, PERTTI: Television as a Moral Issue. P. 101–117. In: Crawford, Ian & Hafsteinsson, Sigurjon Baldur (eds): *The Construction of the Viewer: Media Ethnography and the Anthropology of Audiences*. Højberg, Denmark: Intervention Press, 1996
- ALASUUTARI, PERTTI: Rethinking the Media Audience: The New Agenda. London: Sage, 1999
- ANG, IEN: *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Methuen, 1985
- ANG, IEN: *Desperately Seeking the Audience*. London: Routledge, 1991
- ANG, IEN: *Living Room Wars: Rethinking Media Audiences for a Postmodern World*. London – New York: Routledge, 1996
- ASLAMA, MINNA & HELLMAN, HEIKKI & SAURI, TUOMO: Digitalizing Diversity: Public Service Strategies and Television Program Supply in Finland in 2002. *The International Journal on Media Management* 6 (2004), 152–161. 2004a
- ASLAMA, MINNA & HELLMAN, HEIKKI & SAURI, TUOMO: Does Market-Entry Regulation Matter? *International Journal for Communication Studies* 66 (2004), 113–132. 2004b
- ASLAMA, MINNA & WALLENUS, JAANA: *Suomalainen tv-tarjonta 2004 [Finnish Television Programming 2004]*. Helsinki: Edita, 2005
- BAILEY, EDWARD: Implicit Religion: A Bibliographical Introduction. *Social Compass* 37 (1990), 499–509
- BERGMANN, JÖRG K.: Introduction: Morality in Discourse. *Research on Language and Social Interaction* 31 (1998), 279–294
- BOURDIEU, PIERRE: *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge & Keegan Paul, 1984
- DURKHEIM, ÉMILE: *Uskontoelämän alkeismuodot: Australialainen toteemijärjestelmä*. Helsinki: Tammi, 1980
- ERICKSON, BONNIE H.: Culture, Class, and Connections. *American Journal of Sociology* 102 (1996), 217–251
- FINNPPANEL: TV:n katseluosuudet minuuteista tammi-joulukuussa 2005. 31.7.2006. <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/vuosi/viimeisin/minuutit.html>
- GANS, HERBERT J.: *Popular culture and high culture; an analysis and evaluation of taste*. New York: Basic Books, 1977
- GUNDLE, STEPHEN: The "Civic Religion" of the Resistance in Post-war Italy. *Modern Italy* 5, 2000
- GUSFIELD, JOSEPH R.: *Contested Meanings: The Construction of Alcohol Problems*. Madison, Wis.: University of Wisconsin Press, 1996
- HAGEN, INGUNN: The Ambivalences of TV News Viewing: Between Ideals and Everyday Practices. *European Journal of Communication* 9 (1994), 193–220. 1994a
- HAGEN, INGUNN: Expectations and Consumption Patterns in TV News Viewing. *Media Culture & Society* 16 (1994), 415–428. 1994b
- HELLMAN, HEIKKI: Diversity – An End in Itself? *European Journal of Communication* 16 (2001), 181
- HOLSTEIN, JAMES A. & GUBRIUM, FABER E.: *The Active Interview*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 1995
- JÄÄSAARI, JOHANNA: *Yle yleisön ehdoilla? Tutkimus suomalaisten television nykytilaa ja tulevaisuutta koskevista arvostuksista*. [Helsinki]: Yleisradio, 2004
- KURRI, KATJA: *The Invisible Moral Order: Agency, Accountability and Responsibility in Therapy Talk*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, 2005
- KYTÖMÄKI, JUHA: Täytyy katsoa jos saa katsoa: Laadullinen tutkimus televisiosta ja videosta 10–14-vuotiaiden arkielämässä. Helsinki: Helsingin yliopisto, 1996
- KYTÖMÄKI, JUHA & NIRKKO, JUHA & SUONINEN, ANNIKI: *Yksi päivä mediaa*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 2003
- KYTÖMÄKI, JUHA & SAVINEN, ARI: Terveisiä katsojilta: Palautetutkimuksen televisiota koskevien keskustelujen analyysi. Helsinki: Yleisradio, tutkimus- ja kehitysosasto, 1993
- LIN, CAROLYN A.: Diversity of Network Prime-Time Program Formats During the 1980s. *Journal of Media Economics* 8 (1995), 17
- LITMAN, BARRY R.: The Television Networks, Competition and Program Diversity. *Journal of Broadcasting* 23 (1979), 393–410
- LULL, JAMES T.: *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audiences*. London: Routledge, 1990
- MORLEY, DAVID: *Television, Audiences and Cultural*

- Studies. London: Routledge, 1992
- NIKANDER, PIIRJO: Age in Action: Membership Work and Stage of Life Categories in Talk. Helsinki: Academia Scientiarum Fennica, 2002
- PETERSON, RICHARD A. & KERN, ROGER M.: Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review* 61 (1996), 900–907
- POTTER, JONATHAN: Discourse Analysis as a Way of Analysing Naturally Occurring Talk. P. 144–160. In: Silverman, David (ed.): *Qualitative Research: Theory, Method and Practice*. London: Sage, 1997
- POTTER, JONATHAN & HEPBURN, ALEXA: Qualitative interviews in psychology: Problems and possibilities. *Qualitative Research in Psychology* 2 (2005), 281–307
- SULKUNEN, IRMA: Raittius kansalaisuskontona: Raittiusliike ja järjestäytyminen 1870-luvulta suurla-

kon jälkeisiin vuosiin. Helsinki: Suomen historiallinen seura, 1986

- VAN DER WURFF, RICHARD: Program Choices of Multichannel Broadcasters and Diversity of Program Supply in the Netherlands. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 48 (2004), 134–150. 2004a
- VAN DER WURFF, RICHARD: Supplying and Viewing Diversity: The Role of Competition and Viewer Choice in Dutch Broadcasting. *European Journal of Communication* 19 (2004), 215–237. 2004b
- VAN DER WURFF, RICHARD & VAN CUILENBURG, JAN: Impact of Moderate and Ruinous Competition on Diversity: The Dutch Television Market. *Journal of Media Economics* 14 (2001), 213–229
- YLEN HUONO IMAGO SYYNÄ TV-LUPIEN IRTISANOMISIIN VII-ME VUONNA. *Helsingin Sanomat* 8.9.2005, s. 5.

ENGLISH SUMMARY

Pertti Alasuutari: Everyday media use and public service broadcasting (Median arkikäyttö ja julkinen ohjelmatoiminta)

This article sets out to analyse the intertwining of everyday media use and people's views and opinions on communications policy issues. This is an interesting question because public service broadcasting in Finland is funded by a licence fee. It is reasonable to assume, therefore, that the public service broadcaster (the Finnish Broadcasting Company YLE) has a felt need to demonstrate to its viewers that the company has a necessary and legitimate role and that it commands a significant share of viewers. However research has devoted only limited attention to the importance of viewer ratings to YLE's primary customers, i.e. ordinary viewers. If a person spends a lot of time watching YLE programmes, does this mean they are also in favour of a communications policy that aims to safeguard YLE's position? Or vice versa, if a person spends most of their time watching commercial channels, does

this mean they are more likely to take a critical stance towards YLE's programme policy or the legitimacy of the company? The dataset consists of 22 qualitative interviews in which the informants are asked about their everyday media use and their views and opinions on media policy issues. The results show that the interviewees take a favourable view on the Finnish Broadcasting Company YLE and its public service broadcasting policy, irrespective of their current viewing habits. In part, the defence of public service broadcasting production can be explained by the individual's desire to secure the diversity of television programmes. Furthermore, the support for public service broadcasting policy among the interviewees is explained by this being compatible with the great value commonly attached to individual self-development.

KEY WORDS

Everyday use of media, public service broadcasting, television, communication policy issues, audience's opinions, self-development, YLE, Finland