

TAMPEREEN YLIOPISTO

Eeva Mäntymäki

”VALTION RADIO” JA KULUTTAJAN VALINTA
Kainuulaiset kuuntelijat ja julkisen palvelun Yleisradio
radiokulttuurin murroksessa

Tiedotusopin lisensiaatintutkimus
Tampere 2001

Tampereen yliopisto
Tiedotusopin laitos

MÄNTYMÄKI, EEVA: "Valtion radio" ja kuluttajan valinta. Kainuulaiset kuuntelijat ja julkisen palvelun Yleisradio radiokulttuurin murroksessa.

Lisensiaatintutkimus, 287 s. , 21 liites.
Tiedotusoppi

Syyskuu 2001

Tämä lisensiaatintutkimus on luonteeltaan tutkimusaiheen peruskartoitus väitöskirjahankkeessa, jossa pyritään ymmärtämään kuuntelijoiden suhdetta julkisen palvelun radioon. Tässä työssä tavoitetta lähestytään tarkastelemalla toisaalta kuuntelijoiden suhdetta radioon välineenä, toisaalta kuuntelijoiden suhdetta julkisen palvelun periaatteeseen ja sitä Suomessa toteuttavaan Yleisradioon. Näiden näkökulmien yhdistäminen jää kuitenkin tutkimuksen seuraavan vaiheen haasteeksi.

Tutkimuksen lähtökohtana on radion tuotannossa 1980- ja 90-luvuilla tapahtunut kulttuurinen murros, joka voidaan käsitteellistää siirtymäksi perinteisestä yleisradiokulttuurista kulttuuriteolliseen radioon. Tämän työn keskeinen kysymys on, onko vastaavaa murrosta havaittavissa kuuntelijoiden arkisissa radiosuhteissa. Samalla pohditaan radiokulttuurin murroksen merkitystä Yleisradion legitimitetin kannalta. Kuuntelijoiden radiosuhteiden tarkastelun teoreettiseksi työvälineeksi hahmotellaan konstruktivistista teoriaperinnettä soveltaen moniulotteinen kuuntelijan/median käyttäjän malli, jonka avulla radio- ja Yleisradio-suhteita analysoidaan kaikkiaan viidestä eri näkökulmasta. Yleisradio-suhteita tutkistellaan kolmella eri ulottuvuudella, jotka on käsitteellistetty kuluttajan/asiakkaan/kansalaisen näkökulmiksi. Tässä yhteydessä luonnostellaan myös ajatusta valtiosuhdetta artikuloivasta ja kuuntelijoiden suhdetta julkisen palvelun radioon jäsentävästä kuluttajakansalaisuudesta.

Empiirinen aineisto koostuu yhteensä 32 laadullisesta teemahaastattelusta, jotka on tehty Kainuussa keväällä 2000. Kuuntelijoiden omien jäsentelyjen pohjalta on hahmoteltu kolme ideaalityyppiä radiosuhdetta ja kuuntelijatyyppejä: Aineistosta löytyy a) kanavakeskeisiä, b) ohjelmakeskeisiä ja c) tilannekeskeisiä kuuntelijoita. Työn loppupuolella käydään erikseen läpi kuuntelijoiden suhtautumista käynnissä olevaan digitaaliseen murrokseen. Yleisradio-suhteiden varianssia kuvataan kahdeksantasosen legitimitetin asteikon avulla, mikä havainnollistaa näiden suhteiden "kerroksellisuutta": Yleisradion kanavan vakiokuuntelijat eivät välttämättä kannata tv-maksua tai arvosta erityisesti julkisen palvelun periaatteita, kun taas kaupallista kanavaa suosivat saattavat hyväksyä tv-maksun ja arvostaa yleisradioperiaatetta.

"Kuluttajien" näkökulmasta jako kaupallisiin ja YLEn kanaviin ei näytäkään olevan keskeinen, vaikka esimerkiksi Yleisradion mainoksettomuutta saatetaan pitää kuluttajajäystävällisenä piirteenä. Kuuntelijoiden suhtautumista Yleisradioon palveluja tarjoavana yhtiönä taas leimaa perinteinen mielikuva valtiollisesta toimijasta, eikä tv-maksua välttämättä mielletä maksuksi YLEn palveluista. Kun myöskään näitä palveluja ei aina kovin kattavasti tunneta, useiden kuuntelijoiden "asiakassuhde" Yleisradioon jää jäsentymättömäksi. "Kansalaisen mielipiteiden" tasolla taas julkisen palvelun Yleisradion legitimitetti näyttää edelleen perustuvan perinteisen yleisradiokulttuurin arvoille. "Vanhat" arvot voivat kuitenkin saada uudessa kontekstissa uusia merkityksiä, joten kuluttajakansalaisuus-konseptin voisi ajatella osoittautuvan kuuntelijoiden radio- ja Yleisradio-suhteiden kannalta selitysvoimaisemmaksi kuin ideaalityyppinen jaottelu "vanhaan" ja "uuteen" radiokulttuuriin.

Saatteeksi

Haluan tässä vaiheessa kiittää lämpimästi Suomen Kulttuurirahastoa 65 000 markan apurahasta, joka mahdollisti kymmenen kuukauden kokopäiväisen keskittymisen tähän työhön ja ratkaisevasti helpotti kipuiluani toimittajan ja tutkijan roolien välimaastossa.

Kiitokset kuuluvat myös YLE/Kainuun Radiolle, joka mm. antoi mahdollisuuden ”esitutkimusvaiheen” eli Kainuun Radion yleisösuhteprojektin toteuttamiseen.

Erityisen suuressa kiitollisuudenvelassa olen niille 32 kainuulaiselle, jotka auliisti antoivat minulle aikaansa tutkimuksen perustana olevia haastatteluja varten. Haastattelut olivat erittäin antoisia ja teidän osuutenne tässä työssä korvaamattoman arvokas.

Työni ohjaajaa, professori Taisto Hujasta haluan kiittää akateemisen yhteisön ulkopuolella elävälle jatko-opiskelijalle ratkaisevan tärkeästä kannustuksesta ja tuesta. Työtäni kiireistään huolimatta uskollisesti läpi kahlanneen Radioverstaan kouluttajan ja entisen radiotoimittajakollegani Marko Ala-Fossin lähdevinkit ja kommentit ovat ilahduttaneet mieltäni, samoin Yleisradion tutkimuspäällikkö Erja Ruohomaa on mm. antanut vinkkejä tuoreesta tutkimuskirjallisuudesta. Professori Hannu Nieminen on puolestaan esittänyt ”esitarkastusvaiheessa” työn perusrakenteeseen liittyviä arvokkaita huomioita.

Samoin muistelen lämmöllä kaikkia muita tämän työn valmistumista välillisesti edesauttaneita. Erikoismaininnan ansaitsee tietysti perheeni, joka on suhtautunut hankkeeseen varsin myötämielisesti. Erkki ja Anna ovat lähes mukisematta sietäneet opiskelevan äidin aiheuttamat hankaluudet, eikä Paavon ymmärtäväinen kärsivällisyys ole tämän projektin venähtämisestä huolimatta vieläkään loppunut.

Kuhmossa 15.9.2001

Eeva Mäntymäki

Sisällys

1. TUTKIMUKSEN TAUSTA JA TAVOITTEET	8
1.1. JOHDANTO.....	8
1.2. JULKISEN PALVELUN KRIISI: VANHASTA UUTEEN KULTTUURIIN	13
1.2.1. Vanha ja uusi radiokulttuuri.....	14
1.2.1.1. Legitimaatiostrategioiden muutos	16
1.2.1.2. Legitimaatiostrategiat yleisömarkkinoilla	19
1.2.2. Kuluttajakansalainen	20
1.2.2.1. Kuluttajuuden historia	21
1.2.2.2. Asiakkuus ja palvelu	23
1.2.3. Julkisen palvelun legitimitietin ulottuvuudet	24
1.2.3.1. Legitimitietin ulottuvuudet yleisömarkkinoilla.....	25
1.2.4. Julkisen palvelun yhtiöiden tulevaisuus	28
1.2.4.1. Digitalisoinnin haasteet	29
1.2.4.2. Julkisen palvelun ”kova ydin”	31
1.2.5. Julkisen palvelun uudet tulkinnat.....	34
1.2.5.1. Toteutuksen eri muodot.....	35
1.2.5.2. Käsite ja sen tulkinnat.....	36
1.2.5.3. Suomen tämänhetkinen tilanne.....	38
1.3. RADIO VÄLINEENÄ	39
1.3.1. Radio eilen ja tänään.....	39
1.3.2. Radio taustalla ja etualalla	43
1.3.2.1. Tiedostamattomasti tärkeä – kulttuurisesti huomaamaton	44
1.3.2.2. Radio rituaalina	46
1.3.2.3. Kuuntelun kolme tasoa.....	47
1.3.2.4. Vahvuutena liikkuvuus	48
1.3.3. Radio identiteetin rakentajana.....	50
1.3.3.1. Fantasia ja identiteetti	51
1.3.3.2. ”Heimorummun” uudet tulkinnat	52
1.3.3. Konvergenssi ja digitaalinen tulevaisuus	54
1.3.3.1. Audiitiivinen väline ruudulla.....	55
1.3.3.2. Digitaalisen vapauden rajat	57
1.3.4. Julkisen palvelun radio yleisömarkkinoilla	59
1.3.4.1. Kotimainen radiotarjonta.....	59
1.3.4.2. Julkisen palvelun radion kuuntelu	60
1.4. YLEISÖSTÄ KUUNTELIJOIHIN	62
1.4.1. Radion merkitys arkielämässä.....	63
1.4.2. Median valloittama käyttäjä	64
1.4.3. Kohdennettua mediaetnografiaa	65
1.5. TUTKIMUSKYSYMYSTEN TARKEMPI MÄÄRITTELY	68
2. TUTKIMUKSEN AINEISTO JA MENETELMÄT	71
2.1. TUTKIMUSASETELMAN RAKENTAMINEN	71
2.1.1. Haastateltavien valinta	72
2.1.1.1. Kainuun Radion yleisösuhteiprojekti.....	73
2.1.1.2. Valintakriteerit ja niiden soveltaminen.....	75
2.1.2. Teemarunko ja vuorovaikutuksen lajit	77
2.1.2.1. Kuluttajan omat merkitykset	78
2.1.2.2. Asiakasnäkökulma	79
2.1.2.3. Kansalaisen mielipiteet	82
2.1.2.4. Roolipeli haastattelussa.....	83
2.2. KÄYTÄNNÖN TOTEUTUS.....	84
2.2.1. Teemahaastattelut	84
2.2.1.1. Haastateltavien rekrytointi.....	85
2.2.1.2. Haastattelutilanne	87
2.2.2. Aineiston analyysi	90

2.2.2.1. Litterointi	90
2.2.2.2. "Havaintojen pelkistäminen"	91
2.2.2.3. "Havaintojen yhdistäminen"	93
2.3. TOTEUTUKSEN ARVIOINTIA: LÄHTÖKOHTA ONGELMANA?	94
3. RADION KUUNTELU JA RADIONKUUNTELUN MERKITYS	96
3.1. KUUNTELU JA KUULEMINEN	96
3.1.1. Kuuntelu ja kuuleminen perheessä	97
3.1.2. Radio työpaikalla.....	99
3.2. RADIO JA MUUT MEDIAT	101
3.3. KOLME KUUNTELIJATYYPPIÄ.....	103
3.3.1. Kanavakeskeinen kuuntelija.....	103
3.3.1.1. "Sitä ei käännetä siitä mihinkään"	105
3.3.1.2. "Mä tykkään iha älyttömästi Mafiasta"	106
3.3.2. Ohjelmakeskeinen kuuntelija	109
3.3.2.1. "No ihan tiettyjä"	111
3.3.2.2. "Arkiaamusin aina Radio Ykköstä – tätä Ylen Ykköstä"	111
3.3.3. Tilannekeskeinen kuuntelija.....	113
3.3.3.1. "Aina ku mä oon autolla liikenteessä ni se on auki"	115
3.3.3.2. "Mitä sieltä silloin tulee"	116
3.3.4. Haastateltavien jakautuminen eri tyyppeihin	119
3.4. KULTTUURISET NORMIT JA IDENTITEETTI.....	121
3.4.1. "Keskittyneen kuuntelun normi".....	121
3.4.2. "Aktiivisuuden normi"	123
3.4.2.1. Ajan käytön hallinta	124
3.4.2.1. Aktiivisen kuuntelijan identiteetti	125
3.4.3. Ikäpolvi identiteettinä.....	127
3.4.4. Naiselliset ja miehekkäät diskurssit.....	128
3.5. RADIONKUUNTELUSTA LYHYESTI.....	129
4. YLEISRADIO OSANA KAINUUN RADIOMARKKINOITA	131
4.1. MENTAALINEN KANAVAKARTTA	131
4.1.1. Kuunnellut – tunnetut – muistetut	132
4.1.2. Kanavakartan rajankäyntiä	133
4.1.3. Naisten ja miesten kanavakartat	135
4.2. KUUNTELJIJOIDEN OMAT LUOKITTELUT: IKÄ JA MAKU	136
4.2.1. Luokittelun perusteet	137
4.2.1. Nuorten kanavat Mafia ja Nova.....	138
4.2.1.1. "Rokin ystävien" Radiomafia	139
4.2.1.2. "Nuorten yleiskanava" Radio Nova	140
4.2.2. Kaiken kansan Kainuun Radio ja Kajaus	142
4.2.2.1. Radio Suomi: Iskelmiä ja asiaohjelmaa	142
4.2.2.2. "Kevyempi" ja "tavallisempi" Radio Kajaus	143
4.2.3. "Kulttuuriväen" tai "vanhojen" Ylen Ykkönen	144
4.3. VALTAKUNNALLISET JA PAIKALLISET KANAVAT	147
4.4. YLEISRADION KANAVAT JA KAUPALLISET KANAVAT	149
4.4.1. "Jos lähettää Yleltä ni Mafia ja..."	149
4.4.2. "Minä henkilökohtasesti vihaan mainoksia"	150
4.5. KULUTTAJAN NÄKÖKULMASTA LYHYESTI	154
5. KUUNTELIJAT YLEISRADIO OY:N ASIAKKAINA	155
5.1. SUHTAUTUMINEN YLEISRADION RADIOKANAVIIN.....	155
5.1.1. Yleisradion radiokanavien tunnistaminen	156
5.1.1.1. Aktiivinen ja passiivinen tunnistaminen	157
5.1.1.2. Radio Suomi Yleisradion ytimenä.....	158
5.1.1.3. Sukupuolittunut tieto?	160
5.1.2. Yleisradion radiokanaviin liittyvät odotukset.....	160
5.1.2.1. Mainoksettomuus Yleisradion vahvuutena.....	161
5.1.2.2. Asiallisia ja luotettavia radiokanavia	162

5.1.2.3. Kaupallisten ja Yleisradion työnjako	163
5.1.2.4. Odotuksissaan pettyneet	165
5.2. KUUNTELIJOIDEN NÄKÖKULMIA YLEISRADIOON	165
5.2.1. Mielikuvat Yleisradiosta	166
5.2.1.1. ”Sunnuntaiaamusin ne ding- ding- ding”	166
5.2.1.2. ”Suomen sähkösen median keskipiste”	167
5.2.1.3. ”Yleisradiolla on sellanen yleisvastuu”	168
5.2.1.4. ”Taitaa olla ostettua tietoo niinku muuallaki paljon”	169
5.2.2. ”Laatu” ja ”yleisradiolaatu”	170
5.2.2.1. Arvoista johdettu ”laatudiskurssi”	171
5.2.2.2. ”Laatudiskurssi” ja koettu laatu	174
5.3. TV-MAKSU JA YLEISRADION ASIAKKUUS	175
5.3.1. Käsitykset Yleisradion radiokanavien rahoituksesta	176
5.3.1.1. Veroluonteinen maksu television hallussapidosta	176
5.3.1.2. Yleisradio ”valtion radiona”	177
5.3.2. Mielikuvat tv-maksun markkamäärästä	179
5.3.3. Suhtautuminen tv-maksuun	181
5.3.3.1. Tv-maksu kansalaisvelvollisuutena	181
5.3.3.2. Lehdet ja videot vertailukohteena	183
5.3.3.3. Tv-maksu Yleisradion palvelujen hintana	184
5.4. YLEISRADION ASIAKKUUDEN ULOTTUVUUKSISTA	186
5.4.1. Tieto, mielikuvat ja mielipiteet	187
5.4.2. Yleisradion asiakkuuden rajankäyntiä	187
5.5. LYHYESTI YLEISRADION ASIAKKUUDESTA	188
6. KANSALAISET JA JULKISEN PALVELUN YLEISRADIO	191
6.1. JULKINEN PALVELU JA JULKISEN PALVELUN RADIO	191
6.1.1. Kuuntelijoiden mielikuvat ”julkisesta palvelusta”	192
6.1.1.1. ”Nämä mitä me verovaroilla saadaan”	192
6.1.1.2. ”Verokarhut ja kaikki muutki”	193
6.1.1.3. ”Kaupat postit pankit”	194
6.1.2. ”Julkisen palvelun radioon” liittyvät mielikuvat	195
6.1.2.1. ”Edelleenki esimerkiks ihmiste sivistäminen”	195
6.1.2.2. ”Tämmöne uutispalvelu”	197
6.1.2.3. ”Myydään jääkaappi tai auto tai tämmösta”	197
6.2. JULKISEN PALVELUN LEGITIMITEETIN PERUSTEET	198
6.2.1. Suhtautuminen julkisen palvelun periaatteeseen	199
6.2.1.1. ”Ei ikinä oo ees tullu ajateltua et joku tämmöne voi olla”	200
6.2.1.2. ”Sillätavalla kyllä sitä kaupallisuutta vastaan”	201
6.2.1.3. ”Kaikki mitä tulloo nii kaikilla kielillä se viijjään”	204
6.2.2. Julkisen palvelun käytännön toteutus	206
6.2.2.1. ”Liian vaekeita kysymyksiä”	207
6.2.2.2. ”Kyllä minä antasin Yleisradion hommina olla”	208
6.2.2.3. ” Miksei ne saisi iha yhtä laadukasta tuotettua ku tota – Yleisradio”	210
6.2.3. Julkisen palvelun suppea ja lavea määritelmä	213
6.2.4. Keskustelua julkisen palvelun Yleisradion legitimiteetistä	215
6.3. LYHYESTI KANSALAISTEN SUHTEESTA JULKISEN PALVELUN RADIOON	217
7. TULEVAISUUDEN KUUNTELIJA JA UUSI TEKNOLOGIA	220
7.1. RADIO JA INTERNET	221
7.1.1. Internetin käyttö	221
7.1.2. Radion kuuntelu internetin kautta	222
7.1.3. Radion oheispalvelut internetissä	223
7.2. DIGIRADIOON JA –TELEVISION LIITTYVÄT ODOTUKSET	225
7.2.1. Määrä lisäänty – laatu heikkenee?	226
7.2.2. Uusi teknologia on uusia laitteita	228
7.2.3. Teknisen laadun merkitys	229
7.2.4. Internet ja vuorovaikutuksellisuus	230

7.2.5. Digitaalisen radion lisäpalvelut kiinnostavat.....	231
7.3. SUHTAUTUMINEN UUTEEN TEKNOLOGIAAN	232
7.3.1. Teknologiamyönteinen perusasenne	233
7.3.2. Teknologiakielteiset naiset.....	233
7.3.3. Teknologiakriittiset nuoret.....	235
7.3.4. Tekniikasta innostuneet	237
7.4. LYHYESTI SUHTAUTUMISESTA UUTEEN TEKNOLOGIAAN	238
8. YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	240
8.1. KUUNTELIJAT KULTTUURISESSA MURROKSESSA	241
8.1.1. Ideaaliset kuuntelijatyypit	242
8.1.1.1. Kuuntelijatyypit ja Yleisradio-suhteet	244
8.1.1.2. Kuuntelijatyypit ja aktiivisen kuuntelijan identiteetti	245
8.1.2. Kuuntelijat digitaalisessa murroksessa.....	246
8.1.2.1. Neljä erilaista suhtautumistapaa	247
8.1.2.2. Uusi teknologia ja julkisen palvelun Yleisradio	248
8.1.2.3. Teknologia ja yhteiskunnallinen sukupuolijärjestelmä	249
8.2. JULKISEN PALVELUN YLEISRADION LEGITIMITEETIN ULOTTUVUUDET	250
8.2.1. Ikäidentiteetit ja kuluttajan kokemus	251
8.2.2. ”Valtiollinen” Yleisradio ja epäselvä ”asiakassuhde”	251
8.2.3. Kansalainen, julkisen palvelun periaatteet ja Yleisradio	253
8.2.4. ”Luottamuksen asteikko”	253
8.2.4.1. Yleisradion kannattajat.....	255
8.2.4.2. Arvostajat, kapinalliset ja hyväksyjät	256
8.2.4.3. Käyttäjät, maksattajat, hyödyntäjät ja vastustajat	258
8.2.4.4. Sukupuolijärjestelmä ja Yleisradio-suhteet	261
8.2.5. Moniulotteiset avainkäsitteet ”laatu” ja ”vapaus”	262
8.2.5.1. ”Laatudiskurssi”	262
8.2.5.2. Kilpailevat ”vapauden retoriikat”	264
8.3. TUTKIMUSHANKKEEN JATKOSTA	265
8.4. KESKUSTELUA	266
8.4.1. Millainen radio?	267
8.4.2. Millainen julkisen palvelun Yleisradio?	268
8.4.3. Millaiset kuuntelijat?.....	269
LÄHTEET	272
LIITTEET.....	287

1. TUTKIMUKSEN TAUSTA JA TAVOITTEET

1.1. JOHDANTO

Käsillä oleva lisensiaattityö on ajateltu osaksi laajempaa julkisen palvelun radion ja kuuntelijoiden suhteita analysoivaa väitöskirjatyötä. Tavoitteena on ollut tässä vaiheessa ennen muuta kartoittaa kuuntelijoiden ja julkisen palvelun radion suhteiden perusrakenteita, mikä näkyy tässä työssä mm. tietynä teoreettisena ”eklektisyytenä” ja jossain määrin syvällisyyden kustannuksella saavutettuna laaja-alaisuutena. ”Välityön” luonne näkyy myös empiirisen analyysin hallitsevassa asemassa ja ehkä myös tietyissä varovaisuudessa johtopäätösten suhteen: Lisensiaatintutkimuksessa on pyritty ikään kuin testaamaan lähtökohdaksi otettuja käsitteitä ja teoreettisia jäsennyksiä eikä niinkään vielä esittämään uusia teoreettisia malleja.

Koko tutkimushankkeen alkulähde löytyy leipätyöstäni Yleisradion Kainuun alueradion Kuhmon toimittajana, jossa törmäsin 1990-luvun aikana yhä uudelleen kysymykseen yleisöstä: Minkälaiset ihmiset radiota kuuntelevat ja miksi? Mitä he radiolta haluavat ja odottavat? Entä mitä he odottavat julkisen palvelun Yleisradion kanavilta – samaa kuin kaupallisilta vai jotakin erilaista? Ovatko Yleisradion palvelut heidän mielestään tarpeellisia – tai erottavatko he ylipäättään kaupallisia ja Yleisradion kanavia toisistaan? Näistä alun perin hyvin käytännöllisistä kysymyksistä muotoutuivat tämän tutkimushankkeen kulmakivet: kainuulaiset kuuntelijat, radio välineenä ja julkisen palvelun periaate toteuttajanaan Suomessa lakisääteisesti Yleisradio Oy.

Käytännön työssä esille nousseet kysymykset kertovat jo sinällään (julkisen palvelun) radion tuotannon murroksesta (esim. Lowe 1992, Nukari & Ruohomaa 1997, Kemppainen 1998 ja 2000) ja julkisrahoitteisen yleisradion kriisistä (esim. Hellman 1988; Ang 1991, Tracey 1998). Taisto Hujasen ja Per Jauertin analyysi vanhasta ja uudesta radiokulttuurista (1998, 103-131; ks. myös Hujasen, 2001, uudelleenmuotoilu ”perinteinen yleisradio” ja ”kulttuuriteollinen radio”) vastasi suorastaan ällistyttävän hyvin omia kokemuksiani radion tuotannon ”ruohonjuuritasolla”, minkä vuoksi tuntui luonnolliselta lähteä liikkeelle tästä teoreettisesta jäsennyksestä. Tutkimuksen peruskysymykset kuuluivat siis: *a) Onko yleisö kokenut vastaavan radiokulttuurin murroksen? b) Mihin Yleisradion legitimizeetti yleisön keskuudessa nyt perustuu?*

Kulttuurissa vanhan ja uuden muodon välillä ei yleensä ole selvää rajaa, kuten myös Hujanen ja Jauert toteavat (emt., 1998, 120) esitellessään *ideaalityyppejä ”uuden” ja ”vanhan” radiokulttuurin malleja*. Tätä lisensiaattityötä varten kootun empirisen haastatteluaineiston valossa näyttääkin siltä, että kuuntelijoiden arkista radiosuhdetta analysoitaessa ”vanhan” ja ”uuden” radiokulttuurin käsitteet eivät ole erityisen selitysoimaisia; vanhat ja uudet muodot kietoutuvat toisiinsa ja vanhat muodot saattavat saada uudessa kontekstissa uusia merkityksiä.

Radion (ja television) tuotantokulttuurin murrokseen liittyy kiinteästi keskustelu yleisöjen puhuttelusta kuluttajan/kansalaisen rooleissa. Hujanen ja Jauertin mukaan Yleisradion monopoliasemaan perustuvassa ”vanhassa” radiokulttuurissa eli perinteisessä yleisradiokulttuurissa kuuntelijaa puhutellaan kansalaisena, kaupallisesti orientoituneessa ”uudessa” tai teollisessa radiokulttuurissa kuluttajana (emt., 1998; 119, 123-124). Käytännössä kuluttajan ja kansalaisen roolit eivät kuitenkaan (enää) muodosta dikotomista vastinparia. Esimerkiksi Heikki Hellmanin (1999b, 267) mukaan sekä kaupallinen että julkisen palvelun televisio puhuttelevat nykyään nimenomaan ”kuluttajakansalaista”.

Kuluttajakansalaisuus-käsitettä tarkastellaan laajemmin mm. suhteessa Martin Eiden ja Graham Knightin (1999) teoriaan kuluttaja-kansalaisesta (citizen-consumer). Samalla pohditaan ”kuluttajakansalaisuuden” suhdetta asiakkuuden käsitteeseen. Tässä yhteydessä todetaan, että asiakkuus-käsite näyttäisi ainakin periaatteessa luontuvan hyvin kuvaamaan yleisöjen suhdetta Yleisradioon *instituutiona* (Hellman 1988, 116-120) – Yleisradio Oy onkin monien muiden yhteiskunnallisia palveluja tuottavien julkisten organisaatioiden tapaan omaksunut asiakkuuden retoriikan. Tutkimuksen empirisessä osassa haastatteluaineistoa tarkastellaankin sitten suhteessa kolmitasoiseen (kuluttaja/asiakas/kansalainen) malliin, joka kuvaa julkisen palvelun Yleisradion legitimitetin ulottuvuuksia. Samalla pyritään arvioimaan, miten hyvin malli kuvaa kuuntelijoiden Yleisradio-suhteita.

Radion tuotantokulttuurin murrokseen liittyy myös laatukäsitysten kyseenalaistaminen (esim. Tracey 1998, 272) . Tässä tutkimuksessa huomio kiinnitetään nimenomaan siihen, miten kuuntelijat spontaanisti käyttävät laatu-käsitettä: Tällöin nousee esille toisaalta laatu-käsitteen käytön rajoittuneisuus ja toisaalta ”laatudiskurssin” kiinteä yhteys perinteisiin ”yleisradioarvoihin”, korkeakulttuuriin ja perinteiseen journalistiseen laatuun.

Työn edetessä olen joutunut yhä enemmän ottamaan huomioon teknologisen kehityksen ja siihen liittyvät tulevaisuudennäkymät. Yleisradioyhtiöiden sisällä (esim. Blumberg ym. 1998) uusi teknologia nähdään mahdollisuutena. Useimmat akateemiset tutkijat sen sijaan näkevät digitaalisen teknologian julkisen palvelun yhtiöille vähintään vakavana haasteena (esim. Søndergaard 2000); toiset (kuten Tracey, 1998) ennustavat tekniikan kehityksen johtavan väistämättä nykyisenkaltaisen julkisen palvelun järjestelmän alasajoon. Näin ollen kysymykset julkisen palvelun tulevaisuudesta ja teknologiasta tuntuivat myös tämän tutkimushankkeen yhteydessä relevanteilta.

Myös radio välineenä on teknologisessa murroksessa. Digitalisoinnin ennakoidaan ennemmin tai myöhemmin muuttavan sekä radion tuotannon että jakelun rakenteita; jakelun puolella digitalisointi on jo tuonut tullessaan nettiradion, sen sijaan digiradion ”tuleminen” on viivästynyt. Radion yhteydessä keskustellaan pitkälti samoista uhkatekijöistä kuin julkisen palvelun yhteydessä, eli mm. median omistuksen keskittymisestä ja yleisöjen fragmentoitumisesta. Jotkut pelkäävät jopa, että median konvergenssin myötä radio omintakeisena ja itsenäisenä välineenä marginalisoituu (esim. Hendy 2000a, 213-234). Viime vuosina Englannissa onkin mm. Radio Studies Networkin puitteissa virinnyt tutkimusta, jossa pyritään ymmärtämään radion ”ominaislaatua”.

Tässä lisensointityössä radion välinespesifiä luonnetta lähestytään kuuntelijoiden radiosuhteen kautta, kysymällä *mitä radion kuuntelu itse asiassa kuuntelijoille merkitsee*. Tutkimusotetta voidaan väljästi luonnehtia etnografisesti orientoituneeksi kulttuuriseksi vastaanottotutkimukseksi. Klassisista vastaanottotutkimuksista tämä työ poikkeaa sikäli, että nyt ei tulkita ”vastaanottajien” suhdetta tiettyyn ohjelmaan/tekstiin (ks. esim. Höijer 1998, 166 tai Alasuutari 1999b, 1-21). Sen sijaan tarkastellaan kuuntelijan suhdetta tiettyyn välineeseen (radioon), yhteen sisältöä tuottavaan instituutioon (Yleisradioon) sekä palvelujen tuottamiseen rakenteeseen (julkisen palvelun periaate ja sen soveltaminen).

Lähtöoletuksena on tällöin, että yksilökohtaisesti tarkasteltunakaan ”kuuntelijan näkökulma” ei välttämättä ole yksi koherentti kokonaisuus vaan diskursiivisesti rakentunut ”monikerroksinen” ja mahdollisesti myös sisäisesti ristiriitaiselta vaikuttava entiteetti. Näin ollen ei ole mielekäästä kysyä esimerkiksi, onko kuuntelija suhteessaan julkisen palvelun radioon ”kansalainen” vai ”kuluttaja” (vrt. Hagen 1992), sillä mitä

todennäköisimmin hän arvioi yhtä ja samaa ilmiötä toisaalta kansalaisena toisaalta kuluttajana (esim. Crisell 1998, 115, Brants 1998, 174).

Tutkimuksen metodologiset esikuvat löytyvät lähinnä mediaetnografiaa (esim. Ang 1985; vastaanottotutkimuksen etnografisesta suuntauksesta esim. Alasuutari 1999b) edustavista töistä, joissa pyritään tarkastelemaan mediaa ”yleisön edustajien” arkielämän näkökulmasta. Lähestymistapa poikkeaa kuitenkin myös ”uudeksi etnografiaksi” luokitellusta tutkimussuuntauksesta (ks. esim. Morley 1997, 121-137) mm. sikäli, että kuuntelijoiden enemmän tai vähemmän ”aktiiviset” kulutusvalinnat ja niille annetut merkitykset nähdään *vain yhtenä näkökulmana* radiosuhteeseen: Mielihyvän ja tunteiden ohella tarkastellaan arvostuksia, mielenkiinnon kohteena on identiteettipolitiikan ohella yhteiskuntapolitiikka ja viime kädessä identiteettipolitiikan suhde yhteiskuntapolitiikkaan.

Käsillä olevaa työtä voidaankin mielestäni luonnehtia yritykseksi yhdistää laaja-alaisen empiirisen ”peruskartoituksen” puitteissa ns. julkisen tiedon projektin (public knowledge) näkökulmat ns. suosion ja mielihyvän (popular pleasure) projektin näkökulmiin (ks. Corner 1998, 108-134 [1991]; vrt. Gray 1999, 22-37; myös van Zoonen & Hermes & Brants 1998, 1).

Kuuntelijoita taas ei tässä tutkimuksessa käsitteellistetä institutionaalisesta näkökulmasta ”yleisöksi” tai edes ”yleisöiksi”, vaan instituutioita ja rakenteita pyritään lähestymään median käyttäjien eli *kuuntelijoiden* näkökulmasta. Tässä mielessä työssä seurataan Pertti Alasuutarin (1993; 1997, 1999a, 2000) Radio suomalaisten arkielämässä -tutkimuksen jalanjälkiä. Teoreettiset lähtökohdat ovat kuitenkin toisenlaisia ja mielenkiinnon kohteena on nyt erityisesti julkisen palvelun radio ja sen legitimitetti. Myös aika on toinen kuin 1990-luvun alkupuolella, jolloin Alasuutarin käyttämä aineisto kerättiin Lieksasta ja Tampereelta¹ - välissä on lähes kymmenen vuotta suomalaisen radion murrosta.

Tämän tutkimuksen ja aineiston keräämisen tarpeellisuutta voidaan perustella mm. juuri sillä, että Suomessa ei ole kovin usein koottu näinkään laajoja (32 haastattelua) nimenomaan radion kuunteluun liittyviä laadullisia aineistoja. Tosin radion kuuntelua on selvitetty osana suurempaa kokonaisuutta esimerkiksi kansainvälisen lasten ja

¹ 48 haastattelua, jotka teki ja litteroi yht.yo. Marja Räsänen (Alasuutari 1993, 9)

nuorten mediankäytön tutkimuksen yhteydessä (Saaniolahti 1999). Kaiken kaikkiaan voidaan sanoa, että radion (yleisöjen) tutkimus on jäänyt Suomessa kuten muissakin Pohjoismaissa pitkälti julkisen palvelun yleisradioyhtiön harteille (Hujanen 1993, 9-40; 1997, 5-21; Åberg & Vagle & Poulsen 1999, 59-72). Ongelmana on kuitenkin tutkimuksen yhä kiinteämpi sitoutuminen kilpailuun ja tuotekehitykseen (Hujanen 1999, 2).

Laadullinen vastaanottotutkimus on yleensä keskittynyt televisioon, ja radion kuuntelua käsitteleviä töitä löytyy suhteellisen vähän (Alasuutari 2000, 70). Viime aikoina mm. Jo Tacchi (2001) on kuitenkin kartoittanut radion roolia arkielämässä perusteellisessa etnografisessa työssään. Pohjoismaissa radion kuuntelua ovat 1990-luvulla tutkineet Alasuutarin lisäksi ainakin tanskalainen Bent Steeg Larsen (1995/2000) ja Erja Ruohomaa (mm. 1997, 1999, 2000). Carin Åberg (1999) puolestaan on käyttänyt pohjoismaista tutkimustietoa radion kuuntelusta hyväkseen rakentaessaan teoriaansa radiosta auditiivisena välineenä.

Julkisen palvelun tutkimus on sen sijaan ollut eurooppalaisten julkisen palvelun yhtiöiden monopolien murtumisen jälkeen vilkasta. Pohjoismaissa aluetta ovat kartoittaneet mm. Trine Syvertsen (esim. 1997, 1999 ja Henrik Søndergaard (1999a ja b, 2000). Suomessa julkista palvelua ovat radion näkökulmasta tarkastelleet mm. Taisto Hujanen (esim. 1998, 2001), Greg Lowe (esim. 1992, 1999) ja Pentti Kempainen (esim. 1998, 2000); television murrosta on kuvannut Heikki Hellman (1988, 1999a ja b). Julkisen palvelun radion näkökulmaa ei kuitenkaan aiemmin ole yhdistetty laadulliseen vastaanottotutkimukseen.

Tämän lisensointityön ensimmäisessä luvussa käydään siis läpi aiempaa tutkimusta, jonka pohjalta pyritään kehittämään ”teoreettisia työkaluja” empiirisen aineiston tarkasteluun. Toisessa luvussa esitellään tutkimusmateriaalia, tutkimusasetelman kehkeytymistä ja menetelmiä sekä pohditaan työhön liittyviä eettisiä kysymyksiä. Kolmannessa luvussa tarkastellaan radiota kuuntelijan näkökulmasta, neljännessä lähestytään Kainuun radiomarkkinoita kuluttajan näkökulmasta. Viidennessä luvussa kartoitetaan Yleisradio Oy:n ”asiakkaiden” tietoja Yleisradiosta ja YLEn eri radiokanavista sekä pohditaan niihin liittyviä mielikuvia ja arvotuksia. Samalla tarkastellaan käsitteiden ”laatu” ja ”yleisradiolaatu” käyttöä ja suhtatumista tv-maksuun.

Kuudennessa luvussa pohditaan julkisen palvelun periaatteita ja Yleisradion legitimitietin perusteita kansalaisen näkökulmasta käsin, ja seitsemännessä luvussa käsitellään vielä uuteen teknologiaan liittyviä odotuksia ja pelkoja. Kahdeksas luku esittelee tiivistetysti keskeiset tulokset ja johtopäätökset. Samalla vedetään yhteen julkisen palvelun Yleisradion legitimitietin ulottuvuudet yhdistämällä aineistosta hahmottuvat erilaiset suhtautumistavat Hellmanin (emt., 1988, 115-129) esittelemään ”legimitietin asteikkoon”. Kahdeksannessa luvussa pyritään myös arvioimaan ensimmäisessä luvussa esiteltyjen teoreettisten työkalujen toimivuutta tässä tutkimuksessa.

1.2. JULKISEN PALVELUN KRIISI: VANHASTA UUTEEN KULTTUURIIN

Lisensiaattityön lähtökohtana ovat siis olleet – näin voidaan sanoa - henkilökohtaiset kokemukset julkisen palvelun järjestelmän kriisistä, kuten eurooppalaisten kansallisten yleisradioyhtiöiden monopoliaseman murtumista ja kaupallisen kilpailun vapautumista 1980- ja 1990-luvuilla yleisesti on kuvattu (esim. Hellman 1988; Ang 1991, Avery 1993, Syvertsen 1997, McQuail 1998). Työn edetessä julkisen palvelun tulevaisuuteen liittyvät kysymykset ovat saaneet yhä enemmän painoarvoa (Tracey 1998, Søndergaard 1999a ja b, 2000).

Søndergaardin (1999b, 2) julkisen palvelun historiaa kuvaavan hahmotelman mukaan julkisen palvelun yleisradion ”kultakausi” päättyi sähköisen viestinnän deregulaatioon 1970-luvun lopulla ja 1980-luvun alussa. Kriisin ytimessä olivat poliittisen tuen heikkeneminen, ideologisten perusteiden horjuminen ja yleisöjen väheneminen. Tähän voitaisiin lisätä taloudellisen perustan horjuminen (esim. Tracey 1998; Hellman 1988). Monopolista siirryttiin monissa maissa duopoliin, julkisten ja kaupallisten yhtiöiden säädeltyyn rinnakkaiseloon. Samalla julkisen palvelun yhtiöt ryhtyivät sopeuttamaan toimintaansa uuteen tilanteeseen onnistuen niin hyvin, että ovat 1990-luvun aikana saaneet nauttia poliittista suopeutta. (emt., 1999a, 2; myös esim. Hujanen & Jauert 1998, 105; Hultén & Siune 1998, 31).

Vuosituhanne vaihteen molemmin puolin ajoittuu Søndergaardin näkemyksen mukaan kuitenkin uusi julkisen palvelun kriisi, joka liittyy teknologiseen ja taloudelliseen kehitykseen ja johtaa julkisen palvelun vakaviin *identiteettiongelmiin*. Peruskysymys on, millä tavoin julkisen palvelun organisaatiot kykenevät valjastamaan alun perin markkinoiden tarpeita varten kehitetyn yksilöllisyyteen kannustavan

digitaalisen teknologian kansalaisten yhteisyyttä palvelemaan (emt., 2000; myös esim. Tracey 1998).

Tässä jaksossa 1.2. tarkastellaan julkisen palvelun järjestelmän murrosta lähtökohtana radion tuotannon muutosten analyysiin perustuvat ”vanhan” ja ”uuden” radiokulttuurin ideaalityypit, julkisen palvelun legitimitetin ulottuvuudet ja legitimaatiostrategioiden muutos. Jaksossa pohditaan myös julkisen palvelun yhtiöiden tulevaisuudesta esitettyjä arvioita, julkisen palvelun käsitettä ja käsitteen tulkinnan muuttumista.

1.2.1. Vanha ja uusi radiokulttuuri

Hujanen ja Jauert kuvaavat 1998 ilmestyneessä artikkelissaan radion *tuotannon* deregulaatiota Pohjoismaissa. Heidän mukaansa kysymys ei ole vain uusien kaupallisten kanavien toiminnan alkamisesta vaan laajemmasta toimintaympäristön muutoksesta, joka on vaikuttanut ratkaisevasti myös julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden toimintaan (emt., 105-108): Klassisesta yleisradioajattelusta on siirrytty uuteen markkinakeskeiseen ajatteluun, jonka hegemonisena mallina on amerikkalainen kaupallinen radio. Hujanen ja Jauert tarkastelevat muutosta viidellä eri ulottuvuudella: viestintäpolitiikassa, organisaatiossa, ohjelmistoissa, sisällöissä ja yleisökäsityksissä (emt., 118-128; vrt. Hultén & Siune 1998, 36; myös Kemppainen 2000, 107).

Viestintäpolitiikassa kysymys on käänteestä kohti yleisöä ja markkinoita. Hujanen ja Jauert toteavat, että myös julkisen palvelun yhtiöt joutuvat perustelemaan olemassaolon oikeuttaan markkinoiden ja yleisöjen kautta. He kuitenkin muistuttavat, että julkisen palvelun yhtiön suhde yleisöön on epäsuorempi kuin kaupallisilla toimijoilla: Ratkaisevaa on toiminnan legitimitetin säilyttäminen. Myös legitimaatio poliittisilla markkinoilla on haettava osoittamalla menestystä yleisömarkkinoilla (emt. 120-121).

Julkisen palvelun yhtiön markkinoita voidaan tarkastella myös moniulotteisesti. Esimerkiksi Hellman (1999a, 81-252; 1999b, 112-129) määrittelee television tärkeimmiksi markkinoiksi yleisömarkkinoiden ja poliittisten markkinoiden ohella toisten mediayritysten muodostamat bisnesmarkkinat. Lisäksi hän huomioi teknologiset markkinat ja viestinnän ammattilaisten muodostamat professionaaliset markkinat (vrt. myös esim. Ala-Fossi 1998, 14).

”Kasvatuksen ja valistuksen paternalistinen missio” kuuluu Hujasen ja Jauertin mukaan vanhaan radiokulttuuriin. Uuden radiokulttuurin perustana on sen sijaan kulutus ja populistinen ideologia - annetaan kansalle mitä kansa haluaa. Hujanen ja Jauert näkevät tämän myös eurooppalaisen *radion* kannalta suurena muutoksena - aiemmin kansallisen korkeakulttuurin välittäjänä toiminut ”kunnioitettava”² radio on nykyään populaarin musiikin jakelija. ”Uuden radion” populismi on heidän mukaansa kuitenkin enemmän radion ja sen yleisön välisen kiinteän suhteen ylistystä kuin poliittista, eliittejä vastaan suuntautuvaa (emt., 121).

Radion organisaatio on ”uuden radion” myötä muuttunut myös julkisen palvelun puolella entistä teollisemmaksi. Yksittäisten toimittajien ammatillinen vapaus on vähentynyt ja johdon (erityisesti tuottajien) merkitys korostunut aikataulujen ja ohjelmiston suunnittelun merkityksen lisääntyessä. Taustalla on radion sisällön ja yleisösuhteen uusi tulkinta: Yksittäisen ohjelman arviointiin perustuvasta ohjelmakeskeisestä estetiikasta on siirrytty ohjelmavirta-ajatteluun (Hujanen & Jauert 1998, 121-123; tarkemmin ks. Nukari & Ruohomaa 1997), jossa mallina on amerikkalainen kaupallinen formaattiradio.

Sisällössä on luovuttu perinteisestä jokaiselle jotakin -periaatteesta eli universalismista ja tasapainottelusta. Kanavat ovat erikoistuneet, ja nyt yleisradioyhtiöiden tavoitteena on kanavakirjon (vrt. Hujanen 2000) universaali kattavuus. Hujasen ja Jauertin mukaan pohjoismaiset yleisradioyhtiöt uudistivat 1990-luvun alussa yksi toisensa jälkeen radion kanavarakenteen siten, että luotiin omat erilliset kanavat aikuisyleisölle ja nuorille sekä kulttuurin ystäville (emt., 112-113; Yleisradion vuoden 1990 radiouudistuksesta esim. Kemppainen 1998, 132-149).

”Vanha” yleisradio rakensi yleisön kansalliselle yhtenäisyydelle ja yleisön kansallista yhtenäisyyttä, kansalaisuutta. Perinteisen yleisradion ytimenä olikin Hujasen (2000) mukaan *yhteiskuntasopimus*. Yleisradion ”pluralismi” viittaa siis tässä kontekstissa Yleisradion rooliin osana kansallista julkista sfääriä, jonka keskusteluihin kaikkien yhteiskuntaryhmien oletettiin osallistuvan.

² Radion kuuntelun ”arvokkuus” perustui paitsi ohjelmiston laatuun myös vastaanoton tekniseen vaikeuteen (Ruohomaa 1999, 227). Sen sijaan televisio on alusta pitäen ollut populaari (mm. Ang 1991, 114).

Kulttuuriteollisen radion keskeinen ideologia on kulutuskeskeinen individualismi ja yleisöjen segmentoituminen demografisten piirteiden, elämäntyylin ja maun perusteella (Hujanen & Jauert 1998, 123-124). Hujasen (2001) mukaan uusi kulttuuriteollinen radio rakentuukin *identiteettipolitiikalle*: Individualismin ja yleisökeskeisen populismin pohjalle rakentuu ”uuden radion” yleisöjen kanavauskollisuus, joka taas kasvattaa radion kulttuurista merkitystä kuuntelijoidensa arkipäivässä. Hujasen ja Jauertin luonnehdinnan mukaan ”uuden radion” suosikkikanava ei ole kuuntelijalleen mikä tahansa radiokanava vaan hänen ”oma” kanavansa (emt., 124).

1.2.1.1. Legitimaatiostrategioiden muutos

Suomalaisen television deregulaatioon liittyvää rakennemuutosta on tutkinut Hellman (mm. 1988; 1999 a ja b). Hän analysoi Yleisradion ja MTV:n ohjelmistojen kehitystä 1980-luvulla yhtiöiden ”symbioosikauden” jatkuessa ja sittemmin vuoden 1993 kanavauudistuksen jälkeen. Hellman (1999a, 253-304; 1999b, 113-129) tarkastelee ohjelmapolitiikan legitimaatiostrategioita ensin ideaalittyyppisesti julkisen palvelun – kaupallisen ideologian pohjalta, sitten tämän hetken ”sekoittuneessa” hybridimuodossa.

Yleisöä kansalaisina (mitä kansa *tarvitsee*) puhuttelevan julkisen palvelun yhtiön toiminnan peruspilareina ovat Hellmanin mukaan perinteisesti olleet diversiteetti, laatu, valistus ja (kansallinen) kulttuurinen integraatio. Käsitteiden tulkinnat ovat kuitenkin muuttuneet vuosien varrella.

Alun perin julkisen palvelun yhtiöiden ohjelmapolitiikan diversiteetti perustui (yläluokkaisen) kulttuurisen yhtenäisyyden oletukselle (ks. myös Mytton 1999, 75³). Käytännössä se merkitsi paternalistista pyrkimystä tarjota ylhäältäpäin määriteltyä ”kaikkea parasta”. Pohjoismaissa paternalistinen ohjelmapolitiikka jatkui Hellmanin mukaan 1980-luvun keskivaiheille saakka. Sittemmin julkisen palvelun yhtiöt ovat omaksuneet tavoitteekseen kulttuurisen diversiteetin ilmentämisen ja ylläpitämisen. Kulttuurinen diversiteetti voi toimia useilla eri tasoilla; se voi tarkoittaa erilaisten yleisöryhmien palvelemista, erilaisten ohjelmatyyppien tarjoamista tai reagointia yhteiskunnan kehitykseen (Blumler/Hellman 1999b, 113-114). Tätä uudempaa tulkintaa Hellman nimittää ”yleisökeskeiseksi pluralismiksi”.

³ Myttonin mukaan BBC:n keski- ja yläluokkaiset suunnittelijat olivat ennen yleisötutkimuksen aloittamista vuonna 1938 olettaneet, ettei kukaan syö päivällistä ennen iltakahdeksaa. He olivat Myttonin mukaan ällistyneitä kun kävi ilmi, että useimmat olivat jo lopettaneet ennen seitsemää.

Toinen keskeinen julkisen palvelun yhtiön legitimaatio- ja differentaatiostrategia on Heikki Hellmanin mukaan laatu – käsite, jonka merkitys näyttää kasvaneen kilpailun myötä. Hellman osoittaa, että ideaalituypisessä diskurssissa ”laatu” asettuu kaupallisille toimijoille ominaiseksi ymmärretyn ”määrän” vastakohtaksi (emt. 1999b, 116). Tällöin laadulla viitataan informatiivisissa ohjelmissa mm. analyttiseen työskentelyyn, puolueettomuuteen ja vastuullisuuteen (vrt. perinteinen journalistinen laatu; Nukari & Ruohomaa 1997, 144-145). Draaman puolella laatu viittaa innovatiiviseen ja taiteelliseen lähestymistapaan ja viihteessä esimerkiksi parhaisiin esiintyjiin. Näitä keskustelua hallitsevia laatumääritelmiä voidaan kuvata myös ammatillisiksi tai ”lähettäjakeskeisiksi” (Hellman 1999b, 117; vrt. Nukari & Ruohomaa esim. 74-75).

”Laatu” on kuitenkin hyvin monitahoinen ja vaikeasti määriteltävä käsite (esim. Curran 1998a, 187; Tracey 1998, 272; Ang 1991, 137-138 ja 1998, 81-82; Rosengren, Carlsson & Tågerud 1996, 3-48; Ishikawa 1996, 89-98), joka on aina sidoksissa arvoihin.

Yleisradion toimintakulttuurin murrokseen 1990-luvulla liittykin oleellisesti ”yleisradiolaadun” käsitteen problematisoiminen.

Perinteisesti julkisen palvelun yleisradiotoiminnan ja laadun suhde on nähty ongelmattomana: ”Yleisradiolaadun” on ymmärretty perustuvan julkiseen omistukseen, ei-kaupallisuuteen, tiedonvälityksen ja lähettäjän merkityksen korostamiseen (Nukari & Ruohomaa 1997, 74-75) sekä eri maiden yleisradioyhtiöissä enemmän tai vähemmän korostuneesti myös ns. korkeakulttuurin arvostukseen (esim. Curran 1998b, 89-91; Ang 1998, 82). Monopoliajan päättymisen jälkeen, yleisömarkkinoiden merkityksen korostuessa on kuitenkin siirrytty kohti ns. yleisölähtöistä laatuajattelua. Silloin ratkaisevaksi ymmärretään ”yleisön kokema laatu”, suhde tuotteen ja käyttäjän välillä (Nukari & Ruohomaa 1997, 143-145).

Julkisen palvelun yhtiöiden perinteinen kansanvalistuksellinen painotus saa oikeutuksensa demokratian ideaalista ja toimivan kansallisen julkisen sfäärin vaatuksesta. Hellmanin (1999b, 117-118) mukaan informatiivisen ja opetuksellisen otteen korostaminen on julkisen palvelun yhtiöille edelleen toimiva tapa erottautua ja etsiä toiminnan oikeutusta. Retorisissa strategioissa laajalti arvostetut – vaikka eivät välttämättä yhtä suosittu – ”asiakeskeiset” sisällöt asettuvat ”kaupallista viihdettä” vastaan. Hellman huomauttaa kuitenkin, että tosiasiasa julkisen palvelun yhtiöt eivät

voi väittää informatiivisten sisältöjen sen enempää kuin ”laatuohjelmien” tai monipuolisen tarjonnankaan olevan ominaista vain ei-kaupallisille toimijoille.

Kansallisen ja kulttuurisen integraation edistäminen kuuluu julkisen palvelun peruskiviin. Sillä voidaan viitata sekä maantieteellisesti kattavaan palveluun että kulttuuriseen yhteisyyteen. Ohjelmapolitiikassa kulttuurista yhteisyyttä voidaan Hellmanin (1999b, 119-120) mukaan ilmentää yhteiskunnan monipuolisella kuvauksella ja antamalla mahdollisuuksia yhdistäviin kokemuksiin (itsenäisyyspäivän juhlat, urheilu- ja muut suur tapahtumat; myös dokumentit, draama ja viihde). Kulttuurista yhtenäisyyttä voidaan vaalia myös suosimalla kotimaista tuotantoa, kulttuuriohjelmistoa ja taiteita.

Julkisen palvelun yhtiöt käyttävät kansallisen yhtenäisyyden luomista (myös Lowe 1999, 15-26) tehokkaana erottautumisstrategiana jopa niin, että pyrkivät monopolisoimaan kansalliset suur tapahtumat. Hellman toteaa kuitenkin, että kotimaisen kulttuurin edistäminen voidaan toisaalta ymmärtää laajemmin kotimaisen viestintäteollisuuden suojelemiseksi.

Väitöskirjassaan Hellman kumoaa uskomuksen, että televisiokanavat olisivat yhdenmukaistuneet kilpailun kiristytessä: Kanavat ovat päinvastoin eriytyneet, pyrkien kukin kuitenkin tarjoamaan oman strategiansa puitteissa mahdollisimman monipuolista ohjelmistoa. Tämä on merkinnyt – toisin kuin yleisesti uskotaan – asiaohjelmien tarjonnan säilymistä entisellään ja kotimaisten ohjelmien aseman vahvistumista suomalaisessa televisiossa (emt., 428). Tässä mielessä valtion omistama YLE ja kaupallinen MTV ovat samankaltaistuneet: YLE on omaksunut kaupallisten markkinoiden pelisääntöjä ja MTV julkisen palvelun periaatteita. Suomalaisen toimintaympäristön erityispiirteistä johtuen yhtiöt välttävät aggressiivista kilpailua ja pyrkivät täydentämään toisiaan pragmaattisen ”kulttuurisen nationalismin” doktriinin puitteissa. (emt. 1999a, 422-425)

Yleisradion ja MTV:n samankaltaistumiseen liittyy Hellmanin mukaan ”diskursiivinen konvergensi” eli legitimaatiostrategioiden yhdenmukaistuminen. Myös julkisen palvelun yhtiö perustele nyt ratkaisujaan yleisön suosiolla (mitä kansa *haluaa*) ja taloudellisella tehokkuudella, samalla kun perinteisiä legitimaatiostrategioita on sopeutettu uuteen kulttuuriin. Tähän liittyy julkisen palvelun puolella asiakas-käsitteen käyttö (esim. Hellman 1999b, 123). Julkisen palvelun yhtiö ei siis enää puhuttele

yksiselitteisesti kansalaista eikä kaupallinen (ainakaan Suomen tapauksessa) vain kuluttajaa, vaan molemmat puhuttelevat kuluttajakansalaista (emt., 1999, 267; Hujanen 1993, 67-71).

1.2.1.2. Legitimaatiostrategiat yleisömarkkinoilla

Legitimaatiostrategioiden menestystä yleisömarkkinoilla voi pyrkiä arvioimaan julkisen palvelun tehtävien arvostusta mittaavan Yleisradion tutkimuksen valossa⁴ (Yleisökertomus 1999, 29-30). Vahvinta vastakaikua näyttää saavan *yleisökeskeinen pluralismi*, sillä eniten kannatusta saavat ”ohjelmat kaikille suomalaisille asuinpaikasta riippumatta” (erittäin tärkeä tai tärkeä neljälle viidestä) ja ”arki-elämän, luonnon ja ympäröivän maailman kuvaukset” .

Sellaisten erityisryhmien kuin ulkosuomalaisten tai viittomakielisten palvelua hieman yli puolet suomalaisista pitää tutkimuksen mukaan tärkeänä tai erittäin tärkeänä⁵; hartausohjelmia tai ruotsin- ja saamenkielisten palvelua ei katsota yhtä olennaisiksi, mutta niidenkin tuottaminen hyväksytään (yli 60 % pitää vähintään melko tärkeänä). Yleisökertomuksen kirjoittaneiden tutkijoiden Juha Kytömäen ja Erja Ruohomaan mukaan voidaan kuitenkin sanoa, että suomalaiset kannattavat Yleisradion jokaiselle jotakin -täyden palvelun periaatetta (emt., 30). Käytännössä tämä tarkoittaa ”kaksoisstrategiaa” eli *sekä suosittujen että yhteiskunnan kannalta tarpeellisiksi katsottujen ohjelmien tuottamista* (esim. Hellman 1999b, 115).

Julkisen palvelun Yleisradion valistustehtävään perustuvien asiakeskeisten ohjelmien tuottamista - kuten ”ympäri vuorokautista uutispalvelua” tai ”koulujen opetusohjelmia ja aikuisopetusohjelmia” - pitää tärkeinä reilu puolet suomalaisista, ja neljä viidestä näyttää hyväksyvän ne osaksi julkista palvelua. Sen sijaan ”suoria lähetyksiä eduskunnasta” ei edes periaatteessa kaipaa kuin kolmannes. Tämä tuntuisi joko olevan ristiriidassa Yleisradion demokratian edistämisen mission kanssa tai sitten viittaavan laajemmin demokratian instituutioiden kriisiin.

Pluralistisesti tulkittu kotimaisen kulttuurin missio saa vastakaikua yleisömarkkinoilla. Suurin osa suomalaisista pitää tärkeänä ”päivittäisiä kotimaisia lastenohjelmia” ja

⁴ Kysymykset on esitetty tutkimuksessa yleisessä, periaatteellisessa mielessä. Kysytään siis hyväksyntää, ei sitä miten tärkeä kukin palvelu on henkilökohtaisesti (Kytömäki & Ruohomaa; Yleisökertomus 1999, 28-30; ks. myös Kytömäki 1998, 9-14)

”kotimaisia sarjafilmejä, elokuvia, näytelmiä ja kuunnelmia” sekä kansallistunnetta stimuloivia ”lähetyksiä suurista kansainvälisistä urheilutapahtumista”. *Kansallisen identiteetin vaaliminen korkeakulttuuria tukemalla* sen sijaan jakaa yleisömarkkinoita. Kansallisen ääni – ja kuva-arkiston ylläpitämistä arvostetaan kuitenkin enemmän kuin ”suomalaista kulttuuri- ja taide-elämää käsittelevien ohjelmien” tuottamista tai ”radion sinfoniaorkesterin ylläpitämistä ja viikoittaisia konsertteja”, jota pitää tärkeänä vain yksi neljästä. Kevyen musiikin ja viihteen sekä ulkomaisten sarjojen ja elokuvien tarjoamista pidetään selvästi tärkeämpinä. (Yleisökertomus 1999, 29)

Naiset kannattavat tutkimuksen mukaan korkeakulttuurin tukemista, hartausohjelmia ja erityisryhmien palvelua selvästi enemmän kuin miehet (Yleisökertomus 1999, 30), jotka taas arvostavat naisia enemmän urheilua, populaarikulttuuria ja ympärivuotista uutispalvelua. Uskonnollisten ohjelmien arvostus kasvaa iän ja ilmeisesti myös yhteiskunnallisen aseman myötä. Nuoret opiskelijat ja koululaiset taas eivät mahdollisista päinvastaisista odotuksista huolimatta poikkea arvostuksissaan muista ikäryhmistä, vaan kannattavat vahvasti mm. erityisryhmien palvelua.

1.2.2. Kuluttajakansalainen

Hellmanin (1999a, 267) mukaan julkisen palvelun televisioyhtiö ja sen kaupallinen pääkilpailija eivät nykyhetken Suomessa puhuttele traditionaalisen jaottelun mukaisesti toinen ”kuluttajaa” toinen ”kansalaista”, vaan molemmat ”kuluttajakansalaista” (vrt. Hujanen 1993, 67-71). ”Kuluttaja-kansalaisesta” (citizen-consumer) ja ”asiakkaasta” puhuvat myös Martin Eide ja Graham Knight (1999, 525-547) eritellessään palvelujournalismia, joka tarjoaa yleisöille keinoja selvittää jokapäiväisistä ongelmistaan.

Kuluttajakansalainen-käsite näyttää kuitenkin olevan sikäli ongelmallinen, että se ei viime kädessä eksplikoi kuluttajan suhdetta kansalaiseen. Millä tavoin ”kuluttajuus” kohtaa ”kansalaisuuden” ja miten niistä muotoutuu ”kuluttajakansalaisuus”?

Esimerkiksi kuvatessaan Ajankohtaisen Kakkosen tyylin muuttumisen yhteydessä ”valtiokansalaisuuden” marginalisoitumista Hujanen asettaa ”kuluttajakansalaisuuden” valtiokansalaisuuden populistiseksi vastapooliksi (emt., 1993, 68-71), jolloin vastakohta-asetelma tietyssä mielessä edelleen säilyy.

⁵ Haastateltavilla on ollut käytettävänä viisi vaihtoehtoa erittäin tärkeästä ei lainkaan tärkeään.

Mikäli lähtökohdaksi otetaan journalismin sijaan arkielämä, dikotomiasta voidaan pyrkiä irrottautumaan ottamalla tarkastelun kohteeksi yksi ja sama henkilö. Tämän ”kuluttajakansalaisen” (vrt. Brants 1998, 174) identiteetin voidaan tällöin – postmodernin teoreetikkoja soveltaen – ymmärtää rakentuvan erilaisista eri tilanteissa aktivoituvista diskursiivisista kerrostumista, jolloin ”kansalaisuus” ja ”kuluttajuus” näyttäytyvät identiteetin eri ulottuvuuksina (vrt. Brants & Siune 1998, 140-141; Hendy 2000b, 215; myös Tracey 1998, 114, Crisell 1998, 115, Rushton 1993, xii).⁶ Tällöin voidaan myös asettaa empiiriselle aineistolle kysymys diskurssien keskinäisestä suhteesta (vrt. Hujanen 1993, 70): Onko ”kuluttajakansalainen” esimerkiksi suhteessaan julkisen palvelun radioon siis enemmän kulutukseen orientoitunut kansalainen vai kansalaisuutta ”ostava” kuluttaja?

Mielestäni esimerkiksi julkisen palvelun Yleisradiosta keskusteltaessa on erityisen kiinnostavaa tarkastella ”kuluttajakansalaista” (potentiaalisena) valtion tuottamien palvelujen kuluttajana. Voidaankin ajatella, että kuluttajakansalaisuus-konsepti ei niinkään viittaa valtion marginalisoitumiseen sinänsä vaan artikuloi kansalaisen uudentyypistä suhdetta valtioon: Tällöin voidaan esittää, että *valtiosta näyttää tulleen yksi (vaikka ei välttämättä muiden kanssa ”samarvoinen”) palvelujen tarjoaja muiden rinnalle. Esimerkiksi julkisen palvelun Yleisradion ”kansalaisuuteen virittävät” palvelut ovat siis kuluttajakansalaiselle vaihtoehtoja muiden joukossa.*

1.2.2.1. Kuluttajuuden historia

Palvelujournalismin perusteita eritelleet Eide ja Knight arvostelevat julkisuusteorioista juurensa juontavaa hierarkkista vastakkainasettelua kansalainen-kuluttaja, jossa kansalaisuus ymmärretään normiksi ja kuluttajuus sen määrittelemättömäksi vastakohtaksi. *He analysoivat ”kuluttaja-kansalaisuutta” lähtökohtanaan nimenomaan uudelleen määritelty kuluttajuus.*

Eiden ja Knightin mukaan kansalaisuudelle on annettu historia: ”Se on taistelun historia – taistelun, jossa kansalaisuuden oikeudet ja velvollisuudet voittavat vastustuksen” (emt. 1999, 536). Kansalaisuus ymmärretään moniulotteisena ja monimutkaisena: Sitä rakentavat oikeudet ja velvollisuudet, sitä artikuloivat yhteiskunnalliset käytännöt, se on

⁶ Tämä lähtökohta ei kuitenkaan sisällä väitettä, että ”postmoderni yhteiskunta” olisi tuottanut jollain tavalla ”olemuksellisesti erilaisen” ihmisen. Konstruktivistisen teoriaperinteen voidaan kuitenkin sanoa tarjoavan ”teoreettisia työkaluja” kerroksellisen identiteetin tarkasteluun.

keino saavuttaa demokratian edellytykset ja varmistaa erilaisuuden hyväksyntä ja sitä kautta perusta yhteisille pyrkimyksille.

Kuluttajuudelta (consumerism) sen sijaan on Eiden ja Knightin mukaan kielletty historia ja sen merkitys on jätetty epäselväksi; mielikuvien tasolla kuluttajuus liitetään kapeaan, passiiviseen ja individualistiseen. Täten on päädytty dikotomiaan, joka ”vieraannuttaa molemmat termit ja aliarvioi sekä sitä, miten kuluttajuus on implisiittisesti läsnä kansalaisuudessa että sitä, missä määrin moninainen ja ongelmallinen myös kuluttajan identiteetti ja subjektiviteetti on.” (emt. 1999, 536)

Eide ja Knight näkevät, että itse asiassa kansalaisuus on modernin kuluttajuuden perusedellytys. Heidän mukaansa myös (massa)kulutuksen taustalla on taisteluja, esimerkiksi talonpoikien ja työväenluokan taistelu materiaalistien olosuhteidensa parantamiseksi: ”Massakulutuksen poliittinen taloustiede on kaikkea muuta kun annettu” (emt. 1999, 537). Globalisaatio ja uusliberalismin nousu poliittisena ideologiana kyseenalaistavat heidän mielestään paitsi hyvinvointivaltion myös massakulutuksen perustan eli yleisen taloudellisen turvallisuuden ja vakaasti nousevat reaalitytulot.

Viimeaikaisia median ja populaarikulttuurin tutkimuksia⁷ Eide ja Knight arvostelevat ”kuluttajan subjektiviteetin aktivoitumisen” ottamisesta itsestään selvänä. Heidän mukaansa markkinatutkimuksen puolella on paremmin ymmärretty ihmisten hakevan aktiivisesti keinoja tyydyttää tarpeitaan ja hallita pelkojaan.

Eide ja Knight katsovat, että kulutus tuotetaan ”minän teknologioihin” vedoten promootion (perusmuodossaan mainokset ja PR-työ) kautta. Promootio luo sekamuodon eli kuluttaja-kansalaisen, jolla on sekä oikeus kuluttaa (etsiä täyttymystä, mielihyvää ja merkitystä) että velvollisuus käyttää oikeuksiaan (uusintaakseen tuotantoa ja koko järjestelmää) (Baudrillard/emt., 1999, 538; vrt. Hujanen 1993, 70). Tässä yhteydessä on hyvä myös muistaa, että ”valtio” ja ”markkinat” eivät käytännössä yleensä toimi toistensa vastapoleina vaan tekevät tiivistä yhteistyötä (esim. Burgelman 1997, 142-145).

⁷ Ilmeisesti viitaten ennen muuta sukupuolieroa ja kulutusta artikuloivaan ”uuteen vastaanottotutkimukseen” (ks. esim. Gray 1999, 22-37).

1.2.2.2. Asiakkuus ja palvelu

Eiden ja Knightin mukaan kuluttaja-kansalainen (citizen-consumer) on se, jota sekä valtio että markkinatalous palvelevat (emt. 1999, 538-539). Tähän kolmiyhteyteen he liittävät ”palvelun ideologian kautta” käsitteen ”asiakas”, jonka yhteistyökumppanina on ”ammattilainen” ja suhteen perustana eettisen palvelun periaate: Ajatus, että ammattilainen toimii vain suojellakseen ja varjellakseen asiakkaan etua. Palvelun periaatetta on perinteisesti tuettu rajoittamalla saman ammatin harjoittajien keskinäistä hintakilpailua: Täten ”ammattilaisen” palveluorientaatio erottuu kapitalistin pyrkimyksestä saada toiminnastaan taloudellisia voittoja. Toisaalta valtio on perinteisesti kontrolloinut ”ammattilaisten” toimintaa (emt., 539).

”Asiakkaan” puolelta vuorovaikutussuhteessa on kysymys järkevästä, vastuullisesta ja aktiivisesta valinnasta ja tuen etsimisestä ”itsen teknologioiden” soveltamiseen. Ammattilainen puolestaan käyttää tässä tilanteessa *pedagogista valtaa*, joka perustuu ylivoimaiseen asiantuntemukseen ja tietoon sekä eettisen palveluorientaation tunnustamiseen (Eide & Knight 1999, 540).

”Asiakkuus”⁸ voidaankin mielestäni ymmärtää eräänlaiseksi kuluttajakansalaisen ideaaliseksi toimintamalliksi. Tässä konseptissa valtio säilyttää kontrolloivan roolinsa, vaihtoehtoiset palvelujen tarjoajat eivät tavoittele (pelkästään) taloudellista voittoa (olivatpa ne sitten ”valtiollisia” tai eivät) ja palveluja hankkiva ”asiakas” toimii tietoisesti ja aktiivisesti.

Tässä työssä asiakas-käsitteellä viitataan nimenomaan kuuntelijan ja yhden (radio)palveluja tuottavan organisaation eli Yleisradio Oy:n suhteeseen: Monopolin jälkeisen ajan julkisen palvelun Yleisradion kannalta juuri edellä kuvatulla tavalla ymmärretty ”asiakkuus” voidaan ymmärtää yleisösuhteen ideaalimalliksi. Yleisradion ”yleisökeskeistä” orientaatiota korostava Erja Ruohomaa onkin määritellyt, että julkisen palvelun radion ”yleisön” muodostavat ”omista tarpeistaan tietoiset kuuntelijat, jotka myös kykenevät käyttämään radiota tarpeidensa tyydyttämiseen” (emt. 1993, 60). Ongelmallista tässä asiakkuuden konseptissa on kuitenkin juuri oletus kuuntelijoiden ja katselijoiden aktiivisuudesta; valitsemisen pakko (Ang 1996, 13) mm. edellyttää, että valitsija myös ainakin jossakin määrin perehtyy tuotevalikoimaan.

⁸ Yleensä asiakkuus-käsitteellä viitataan kuitenkin yksioikoisemmin kuluttajan ja palvelun tarjoajan kiinteään suhteeseen,

1.2.3. Julkisen palvelun legitimitietin ulottuvuudet

”Yleisön” näkökulmasta Yleisradion legitimitiettiä pohditaan Hellmanin Yleisradion mahdollista kriisiytymistä käsittelevässä ”Uustelevisiossa” (1988). Dag Anckarin poliittisten instituutioiden legitimitiettiä eriteltyttä mallia soveltaen Hellman erottelee Yleisradion legitimitietin kolme eri ulottuvuutta: yleisradioperiaatteen, Yleisradion toimintatavan ja ohjelmiston hyväksyntä (emt., 116-120).

Yleisradioperiaatteeeseen tyytyväinen hyväksyy lupamaksuilla rahoitettavan laitoksen olemassaolon ja on ainakin periaatteessa halukas maksamaan lupamaksun myös omalta osaltaan. Hänen mielestään julkisen palvelun instituution ylläpitäminen sähköisen viestinnän kentässä on yhteiskunnallisesti tärkeää ja julkisen palvelun laitos tarjoaa kansalaisille hyödyllistä palvelua.

Yleisradion *toimintatapaan* tyytyväinen arvelee laitoksen täyttävän tehtävänsä ja palvelevan lupamaksuun nähden kohtuullisesti. Toimintatapaan tyytyväinen myös luottaa Yleisradion ammattitaitoon ja esimerkiksi Yleisradion uutisiin. *Ohjelmistoon* tyytyväinen katsoo usein Yleisradion ohjelmia ja pitää niitä hyvinä, asiallisina ja viihdyttävinä (1998a, 116).

Hellmanin legitimitietin ulottuvuuksia voidaan tarkastella suhteessa edellisessä jaksossa esiteltyihin pohdintoihin kansalaisen ja kuluttajan diskursseista ja asiakkuudesta. *Tyytyväisyys yleisradioperiaatteeeseen* näyttäisi olevan se ulottuvuus, jolla *kansalainen* arvioi Yleisradion toimintaa. *Tyytyväisyys Yleisradion toimintatapaan* näyttäisi pitävän sisällään *asiakkuuden* aspektin (lupamaksuun nähden kohtuullista palvelua, luottamusta ammattitaitoon), kun taas *kuluttaja* perustelee arkipäivän valintojaan *tyytyväisyydellä tai tyytymättömyydellä Yleisradion ohjelmiin*.

Tässä yhteydessä on kuitenkin muistettava Yleisradio Oy:n ”kaksoisrooli” toisaalta julkisen palvelun tuottajana ja toisaalta markkinoilla muiden mediayritysten kanssa kilpailevana mediayrityksenä (esim. Kempainen 2000, 108-110): Poliitiikan teorioista sovelletut legitimitietin ulottuvuudet erittelevät nimenomaan julkisen palvelun Yleisradion legitimitiettiä. Mikäli yhtiötä tarkastellaan yksinomaan mediayrityksenä, ratkaisevaa on ainoastaan (pitkälti katsoja- ja kuuntelijaluvuilla mitattava) tyytyväisyys ohjelmistoon.

1.2.3.1. Legitimiteetin ulottuvuudet yleisömarkkinoilla

Vuonna 1988⁹ Hellman päätyi legitimizeetin eri ulottuvuuksia tarkastellessaan arvioimaan, että Yleisradio on jonkinasteisessa kriisissä mutta ”ei katastrofin taikka kuoleman edessä” (emt. 1988, 116): Laajaa lupamaksulakkoilua ei esiintynyt, lupamaksun korotukset hyväksyttiin välttämättömyyksinä, imago tutkimusten mukaan Yleisradiota pidettiin yhteiskunnalle tarpeellisena - *yleisradioperiaate* näytti siis nauttivan laajaa luottamusta. *Yleisradion toimintaa* ei sen sijaan hyväksytty sellaisenaan: Lupamaksuja pidettiin kohtuullisina, mutta yhtiön taloudenpitoa arvosteltiin ja MTV:n ohjelmia pidettiin parempina. *Katsojakilpailussa* Yleisradio hävisi MTV:lle keskimääräisissä katsojaluvuissa, mutta vuoden 1987 katsotuimpien ohjelmien listalla oli puolet Yleisradion ohjelmia. Yleisö suosi ennen kaikkea Yleisradion uutisia, urheilua ja ajankohtaisohjelmia (emt., 116-120).

Hellman päättää analyysinsä toteamalla, että viime kädessä Yleisradion legitimizeetin perustana voidaan kuitenkin pitää yksinkertaisesti Yleisradion vakiintunutta ja ”itsestään selvää” luonnetta ja totuttua rutiinia (1988, 125-126).

Vastaavasti voidaan yrittää arvioida Yleisradion legitimizeetin ulottuvuuksia tällä hetkellä mm. yhtiön omien tutkimusten valossa. Keskeisten legitimaatiostrategioiden saama vastakaiku ”yleisömarkkinoilla” (ks. s. 15-17) näyttäisi viittaavat siihen, että suomalaiset *kansalaisina* hyväksyvät melko laajasti *yleisradioperiaatteen*. Myös Juhani Wiio (1998, 103) toteaa esiteltyään useita eri tahojen 1990-luvulla teettämiä kyselytutkimuksia, että suomalaisten asenteet Yleisradiota kohtaan ovat myönteisempiä kuin englantilaisten BBC:tä kohtaan. Myös nuoret näyttävät tutkimusten perusteella edelleen arvostavan Yleisradiota.

Vuosittaisessa tv-maksututkimuksessa kuitenkin vain reilu kolmannes (36%) oli vuonna 1999 edes osittain maksun kannalla, ja yli puolet kannattaa ainakin osittain maksun poistamista. Yleisökertomuksen mukaan suhtautuminen tv-maksuun ei ole juurikaan vuosien varrella muuttunut eikä se näytä muuttuvan suhteessa siihen, miten tyytyväisiä ohjelmistoon ollaan. Sen sijaan tv-maksuhalukkuus on selvästi yhteydessä käytettävissä oleviin tuloihin: Yli 210 000 markkaa vuodessa ansaitsevat suhtautuvat selvästi muita

⁹ Radiokulttuurin murroksen alkuvaiheessa; ensimmäiset kaupalliset paikallisradioluvat myönnettiin 1985.

myönteisemmin tv-maksun maksamiseen. (Kytömäki & Ruohomaa, Yleisökertomus 1999, 39)

Tyytyväisyys tv-maksulle saatuun vastineeseen eli asiakkaiden tyytyväisyys Yleisradion *toimintaan* ei myöskään ole aukotonta. Vähintään melko hyvin vastinetta tv-maksulleen koki vuonna 1999 saavansa vajaat 70 prosenttia suomalaisista, mutta lähes 30 prosenttia arvioi siis saavansa melko huonosti tai erittäin huonosti vastinetta lupamaksulleen. Tyytyväisimpiä olivat ylemmät toimihenkilöt, yrittäjät ja eläkeläiset. Tyytymättömmimpiä olivat työntekijät, työttömät ja opiskelijat. (Kytömäki & Ruohomaa, Yleisökertomus 1999, 38).

Samaan aikaan kuitenkin yli 90 prosenttia suomalaisista ilmoitti olevansa vähintään melko tyytyväisiä Yleisradion ohjelmatoimintaan. ”Melko tyytyväisiä” oli enemmän kuin ”erittäin tyytyväisiä”, minkä tulkitaan kertovan ”jäsentymättömästä” omakohtaisesta suhteesta Yleisradioon (Kytömäki & Ruohomaa, Yleisökertomus 1999, 31). Tämä näyttäisi siis vahvasti viittaavan juuri Hellmanin kuvaaman ”rutiininomaisen hyväksynnän” suuntaan (emt. 1988, 125-126). Kaiken kaikkiaan on kuitenkin todettava, että selkeää kokonaiskuvaa Yleisradion suoriutumisesta on näiden tunnuslukujen perusteella vaikea saada.

Kun televisiota tarkastellaan kanavakohtaisesti, tilanne näyttää samankaltaiselta kuin vuonna 1988: MTV:n tarjontaan ollaan jonkin verran tyytyväisempiä kuin Yleisradion kanaviin. Nimenomaan nuoret ja nuoret aikuiset arvostavat kaupallisia kanavia. Radion puolella YLEn Radio Suomen kuuntelijat ovat hyvin tyytyväisiä ja YLEn Radiomafian kuuntelijat kohtuullisen tyytymättömiä¹⁰. (Kytömäki & Ruohomaa, Yleisökertomus 1999, 33-35)

Yleisöjen mielikuvissa TV 1 -kanavan, Radio Suomen ja Radio Ylen Ykkösen vahvuutena on ennen muuta luotettava ja nopea uutistarjonta. Myös TV 2 mielletään muiden Yleisradion kanavien tavoin luotettavaksi ja sopivasti asiapitoiseksi. Mielikuvien tasolla sekä Yleisradion televisiokanavat että radion puolella Radio Ylen Ykkönen ja Radio Suomi koetaan melko samankaltaisina. Radiomafia yksin erottuu joukosta – kanavaan yhdistetään mm. huumorintaju, jota ei muuten koeta Yleisradion vahvuudeksi. (Kytömäki & Ruohomaa, Yleisökertomus 1999, 24-27)

¹⁰ Tarkempi analyysi edellyttäisi kaupallisten kanavien laajan kirjon erittelemistä kanavakohtaisesti, mitä ei tässä yhteydessä ole mielekäästä.

Yleisradion suoriutumista kolmannella legitimiteetin ulottuvuudella eli tyytyväisyyttä *ohjelmistoon* kuluttajan näkökulmasta voidaan mitata erilaisilla varsinaisten yleisömittausten tuottamilla tunnusluvuilla. Graham Myttonin (1999, 126) mukaan julkisen palvelun yhtiöt ovat kiinnostuneet ennen kaikkea palvelun kattavuutta kuvaavasta *tavoittavuudesta* ja myös siitä, miten hyvin yhtiö tavoittaa *eri väestöryhmiä*. Myttonin mukaan kanavaosuudet ovat julkisen palvelun yhtiön näkökulmasta vasta kolmannella sijalla¹¹.

Tavoittavuuden suhteen Yleisradio on Kytömäen ja Ruuhomaan mukaan onnistunut yleisellä tasolla hyvin (Yleisökertomus 1999, 13): Lähes kaikki suomalaiset eli 99 % yli 15-vuotiaasta katselee tai kuuntelee YLEn kanavia viikon aikana vähintään kaksi tuntia. Neljä viidestä käyttää sekä YLEn radiota että televisiota vähintään kaksi tuntia viikossa. Kuunteluun ja katseluun käytetystä keskimääräisestä lähes kuudesta tunnista päivässä Yleisradion kanavat saavat edelleen 53 prosenttia, mutta Yleisradion osuus on kahdessa vuodessa supistunut neljä prosenttiyksikköä (emt., 14-15). YLEn televisiokanavat tavoittavat päivässä kaksi kolmesta yli 10-vuotiaasta suomalaisesta. Kanavaosuus on 43 prosenttia päivittäisestä katseluajasta; eniten YLEn kanavia katselevat eläkeläiset¹² ja vähiten nuoret (emt., 15-16).

Julkisen palvelun radiokanavat tavoittavat keskivertopäivänä reilut puolet väestöstä ja saavat 61 prosenttia kuuntelusta. Alle 45-vuotiaat kuuntelevat enemmän kaupallisia kanavia, yli 45-vuotiaat YLEn kanavia (Kytömäki % Ruuhomaa, Yleisökertomus 1999, 11-22; 44).

Vuosituhanneen vaihteen tilanne näyttää siis hämmästyttävän samankaltaiselta kuin Hellmanin tämän jakson alussa kuvaama kymmenen vuoden takainen tilanne. Tämä antaa aiheen yhtyä Hellmanin arvioon, että Yleisradion olemassaolo saattaa jatkua ”kriisistä riippumatta, tai jopa sen ansiosta” (emt. 1988, 125). Monet 1990-luvun loppupuolella julkisen palvelun yhtiöitä tarkastelleet tutkijat ovatkin todenneet, että puheet julkisen palvelun kuolemasta ovat olleet ennenaikaisia ja liioiteltuja (mm. Curran 1998a, Hultén & Siune 1998, Hujanen & Jauert 1998, Søndergaard 1999b). Taustalla voidaan nähdä poliittisen hyväksynnän ohella laajeneva kotimaisen fiktion ja viihteen

¹¹ Sen sijaan kaupalliset yhtiöt ovat Myttonin (1999, 126) mukaan kiinnostuneita ennen kaikkia kanavaosuudesta, katsojamäärästä ja yleisön demografisesta jakaumasta.

¹² Yli 65-vuotiaat katselevat televisiota eniten, joten he katsovat eniten myös MTV3:n ohjelmia.

kysyntä, pysyvä laatu-uutisten ja tiedon kysyntä sekä laaja-alaisen tarjonnan kysyntä ”yleisömarkkinoilla” (Hultén & Siune 1998, 31).

1.2.4. Julkisen palvelun yhtiöiden tulevaisuus

Tutkijoiden näkemykset julkisen palvelun yhtiöiden tulevaisuudesta digitaalisella 2000-luvulla vaihtelevat varsin paljon. Esimerkiksi Michael Traceyn (1998) mukaan digitaalisen teknologian, liberalististen markkinavoimien ja individualistisen ihmiskäsityksen voittokulku globaalistuvassa maailmassa merkitsee vääjäämättä ennemmin tai myöhemmin kansalliselle yhtenäisyydelle toimintansa perustaneiden julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden loppua. Hänen mukaansa tämä kehitys toisaalta ilmentää ja toisaalta edistää myös koko länsimaisen (valtiokeskeisen) demokratian perustusten murtumista (esim. emt., xvi).

James Curran viittaa samaan perustavaa laatua olevaan kehitykseen kuvatessaan (1998a) ”julkisen palvelun ideaalia ylläpitävien sosiaalisten ja kulttuuristen arvojen hidasta eroosiota” (emt., 181) ja uusliberalististen arvojen läpimurtoa. Hänen mukaansa uusliberalismin näkökulmasta yksityiset toimijat eivät ole vain tehokkaampia kuin julkiset byrokraatit – ne ovat myös herkempiä palautteelle ja *moraalisesti* parempia, koska niiden perusarvoja ovat vapaus ja itseluottamus (emt., 184; myös Burgelman 1999, 125-136).

Curran kuitenkin torjuu näkemyksen, joka kuvaa ”yleiset trendit väistämättömiksi”. Uuskeynesiläinen traditio kykenee hänen mielestään väittämään uusliberalismia vastaan sen omilla ehdoilla eli osoittamalla, että kuluttaja ei tule parhaiten palvelluksi vapailla vaan säännellyillä markkinoilla (emt. 1998a, 198-190).

Tracey puolestaan arvostelee julkisen palvelun tulevaisuudennäkymiin toiveikkaasti suhtautuvia tutkijoita siitä, että nämä eivät ole ottaneet riittävästi huomioon ”uusien korporaatioiden ja teknologisten arkkitehtuurien” konkreettisia vaikutuksia. Hän perustaa näkemyksensä käsitykselle, että länsimaisen demokraattisen yhteiskunnan julkinen sfääri on jo vakavasti vaurioitunut (emt. 1998, xiii). Ilmeisesti juuri tämän vuoksi Tracey ei näytä pitävän yleisömarkkinoita tai edes poliittisia markkinoita julkisen palvelun tulevaisuuden kannalta ratkaisevina, vaikka näkeekin arkisissa askareissaan puuhastelevan kansan ”hiljaisen myöntymisen” perinteisten rakenteiden murtumisen välttämättömänä edellytyksenä (emt., vii).

Kysymykseen julkisen palvelun yhtiöiden tulevaisuudesta liittyy siis oleellisesti kysymys siitä, onko median toiminnan säätely ylipäätään tulevaisuudessa *mahdollista* – vaikka oltaisiinkin sitä mieltä, että se on tarpeellista. Tähän kysymykseen esimerkiksi Hujanen (2000, 7) ei katso pystyvänsä antamaan yksiselitteistä vastausta. Hän arvioi kuitenkin, että globaalistuvassa maailmassa esimerkiksi suhteessa vähäväkiset Skandinavian maat voidaan ymmärtää ikään kuin ”paikallisen” tai ”alueellisen” tason toimijoiksi – ja täten voitaisiin perustella myös ”kansallisen mediapolitiikan” tarpeellisuutta esimerkiksi kehittyvän informaatioteknologian suhteen.

1.2.4.1. Digitalisoinnin haasteet

Henrik Søndergaard (2000) näkee digitalisoinnin implikoimat median rakenteen muutokset vakavana haasteena julkisen palvelun yleisradioyhtiöille. Hänen mukaansa (television) digitalisointi ei ole pohjimmiltaan teknologinen vaan yritystaloudellinen strategia – keino vapautua analogisen tekniikan mediatuotannon kasvulle aiheuttamista rajoituksista (emt., 3; myös esim. Kleinsteuber 1998, 62). Søndergaard kuitenkin torjuu Curranin tavoin teknologiseen determinismiin perustuvat päätelmät. Hän toteaa teknologisen kehityksen vain vähäisessä määrin sanelevan yleisradiotoiminnan tulevaisuutta – lainsäädännölliset ja taloudelliset päätökset sekä julkisen palvelun toimijoiden oma kyky tuottaa kiehtovia ohjelmia muovaavat sitä paljon ratkaisevammin.

Søndergaardin (2000, 3) käsityksen mukaan digitalisointi ei tuo tullessaan olennaisesti uutta, vaan kysymys on ennemminkin jo 1980-luvulla alkaneen kehityksen kiihtymisestä ja syvenemisestä digitalisoinnin myötä. Samaan tapaan Hujanen (2001a, 76) katsoo, että ”arvoalinnat ovat suurelta osin nähtävissä jo tämän päivän televisiossa. Teknisesti ja eritoten tuotannollisesti, taloudellisesti, yhteiskunnallisesti ja kulttuurisesti digi-televisio on nykyisen television jatke.”

Digitalisoinnin haasteessa on Søndergaardin mukaan kysymys ennen muuta kahdesta uuden teknologian todennäköisesti mukanaan tuomasta kehityskulusta: yleisöjen fragmentoitumisesta ja tuotannon keskittymisestä (emt., 4-5), joka liittyy eri välineiden konvergenssiin eli ”kehitykseen, jossa televisio, tietokone ja puhelin digitalisoitumisen

myötä lähenevät toisiaan ja yhdentyvät uudenlaiseksi multimediksi” (Nieminen 1999a, 4)¹³.

Søndergaard siis olettaa, että kanavien lisääntyessä kiristynvä kilpailu johtaa yleisöjen pirstoutumiseen ja heikentää julkisen palvelun yhtiöiden mahdollisuuksia koota ”kansallinen yleisö”. Toisaalta voidaan tietenkin kysyä, kuinka pitkälle menevä segmentoituminen on kansallisten kulttuurien erot huomioon ottaen todennäköistä tai edes taloudellisesti mahdollista. Els de Bens ottaa esimerkiksi Belgian, jossa lähes joka taloudessa on kaapeli-tv:n kautta mahdollista seurata jopa neljäkymmentä eri kanavaa: Kuitenkin esimerkiksi Flanderissa flaamilaiset kanavat aina vaan suosittumia (de Bens 1998, 28-29, 32-33).

Eri välineiden konvergenssin myötä keskeiseen rooliin nousevat multimediasisällöt ovat kuitenkin kalliita tuottaa ja halpoja jaella eri kanavia myöten, mikä suosii yksityisiä (usein monikansallisia) suuria mediayrityksiä enemmän kuin rahoitusongelmista kärsiviä julkisen palvelun yhtiöitä (myös Nieminen 1999a, 4-6; Hendy 2000a, 213-223). Julkisen palvelun yhtiöt ovat tästä huolimatta omaksuneet digitalisoinnissa aktiivisen edelläkävijän roolin (Søndergaard 2000, 1-2, 6; Suomen tilanteesta SITRA/Blumberg ym. 1998; Hujanen 2001; digitaalisen radion DAB-järjestelmästä myös esim. Hendy 2000a, 215).

Useimmissa Euroopan maissa julkisen palvelun yhtiöiden ja poliittisten vallanpitäjien lähtökohtana on tällöin ollut ajatus, että digitaalinen televisio on olennainen osa kansallisia tietoyhteiskuntastrategioita (myös esim. Hujanen 2001, 75); voidaan jopa sanoa, että esimerkiksi Suomessa yleisradioyhtiö toteuttaa ”kasvatuksen ja valistuksen paternalistista projektia” (Hujanen & Jauert 1998, 121) nyt korostuneesti nimenomaan suhteessa uuteen teknologiaan.

Toisaalta julkisen palvelun yhtiöiden pyrkimyksenä on vaikuttaa aktiivisesti siihen, *miten* digitalisointi toteutetaan. Hujanen mukaan sähkömagneettisten radioaaltojen käytön digitalisointi onkin perinteisten yleisradioyhtiöiden valttikortti median konvergenssissa: ”Ilman digitalisointia yleisradioyhtiöt olisivat väistämättä vailla sananvaltaa kiihtyvässä konvergenssikehityksessä” (Hujanen 2001, 74).

¹³ ”Konvergenssillä” voidaan tosin viitata myös esimerkiksi julkisen palvelun ja kaupallisten yhtiöiden tarjonnan samankaltaistumiseen (esim. de Bens 1998, 27-31)

Käytännössä julkisen palvelun yhtiöt törmäävät kuitenkin helposti taloudellisen suorituskykynsä rajoihin: Digitaaliaikana lisäkustannuksia aiheuttaa uuden lähetyksen rakentamisen lisäksi laajeneva ohjelmatuotanto, jonka pitäisi kiinnostaa lisääntyvän tarjonnan kyllästämiä yleisöjä (Søndergaard 2000, 6). Søndergaard epäilee, että julkisen palvelun idea voi digitaalikaudella murentua ikään kuin sisältä päin, jos julkisen palvelun yhtiöt sopeutuvat olemassaolostaan taistellessaan tyystin markkinoiden ehtoihin ja lähtevät esimerkiksi itse mukaan bisnekseen (esim. 2000, 9; 1999b, 27).

Julkisen palvelun yhtiöiden keskeinen ongelma digitaalisen television aikakaudella onkin Søndergaardin mukaan *kulttuurista diversiteettiä* (ks. Hellman 1999b, 113-114) vaalivan ”täyden palvelun” ohjelmiston ylläpitäminen (Søndergaard 2000, 7-8). Tässä suhteessa merkitystä on myös Euroopan Unionin kilpailuviranomaisten kannalla: EU näyttäisi pyrkivän edistämään julkisen palvelun ns. kapeaa määrittelyä, mikä rajaisi pois suositut ohjelmatyypit ja rajoittaisi julkisen palvelun kaupallisesti kannattamattomien sisältöjen tuotantoon. Samaa suuntaa vaikuttaa ”käytännön pakko” eli suosittujen ohjelmatyyppien – ennen muuta urheilun - lähetysoikeuksien kallistuminen kilpialun kiristyessä.

Urheilusta, viihteestä ja fiktiosta luopuminen marginalisoi kuitenkin helposti julkisen palvelun toimijat, jolloin ne eivät voisi hoitaa kulttuurista ja yhteiskunnallista tehtäväänsä (esim. Hujanen 2001, 85-86). Julkisen palvelun tehtävien rajaaminen nostaa myös esille kysymyksen siitä, mikä itse asiassa on 2000-luvulla julkisen palvelun yleisradioyhtiön perustehtävä.

1.2.4.2. Julkisen palvelun ”kova ydin”

Søndergaard uskoo, että tulevaisuudessa julkisen palvelun yhtiöt kiinnittävät edellä eritellyistä syistä nykyistä vähemmän huomiota tarjonnan monipuolisuuteen ja entistä enemmän laatuun ja perustavoitteeseensa¹⁴. Hän visioi, että digitaalinen aika voi pakottaa yleisradiotoiminnan (*broadcasting*) tavallaan palaamaan alkulähteilleen: Eristyneiden yksilöiden yhteisyyden tuottamiseen mm. suorien lähetysten avulla (emt., 2000, 11; vrt. myös Syvertsen 1999, 10).

¹⁴ Jonkinlaisena merkinä ”purifikaatiotendenssistä” voidaan ehkä pitää Kanadan CBC:n päästöstä vähentää mainosrahoitusta ja pyrkiä erottumaan selvemmin kaupallisista kanavista (Timo-Erkki Heino/Journalisti 15/2000).

Denis McQuail (1998, 218-231) puolestaan näkee julkisen yleisradiotoiminnan jatkumisen kaupallisesti orientoituneessa mediakentässä ”erityispiirteenä”, jonka perustana on kansan tuki ja poliittisten eliittien valinta (vrt. päinvastainen näkemys Tracey 1998, esim. 41 tai Ang 1991, esim. 104). McQuailin mukaan julkisen yleisradiotoiminnan katsotaan olevan instrumentti, ”jonka avulla voidaan saavuttaa poliittisia, yhteiskunnallisia ja kulttuurisia päämääriä ja tukea journalistisia ja kulttuurisia standardeja samalla kun taataan jonkintasoinen rakenteellinen diversiteetti ja rajat yksityisille monopoleille” (emt., 220-221).¹⁵

Kulttuurisille ja poliittisille arvoille toimintansa perustavan julkisen palvelun ahdinko taloudellisten arvojen läpikäymässä yhteiskunnassa (esim. Brants & Siune 1998, 128; myös Tracey 1998, xv) on siis herättänyt keskustelun siitä, mikä on julkisen palvelun ”kova ydin” – ne luovuttamattomat periaatteet, jotka oikeuttavat yhteiskunnan säätelemään julkisen palvelun olemassaolon. Eri tutkijat ovat paternalismi-populismi-akselilla vellovassa keskustelussa olleet eri mieltä siitä, kuinka pitkälle kompromisseja voidaan tehdä ja missä vaiheessa julkisen palvelun järjestelmä luopuu omista perusteistaan.

Klassisen julkisen sfäärin arvoista kiinni pitävä Tracey (1998, 272-276) katsoo esiemerkiksi ”yleisön tuntemuksiin perustuvan” laadun määrittelyn ja asiakas-käsitteen omaksumisen kertovan julkisen palvelun ytimen katoamisesta. Samalla linjalla näyttää olevan Ien Ang, jonka mukaan julkinen palvelu on *perusluonteeltaan interventionistista*: Sen tavoite on muovata ”laatukansalaisia” eikä vain uusintaa kansakuntaa sellaisena kuin se on (1991; 102, 119-120). Samasta syystä Ang vieroksuu julkisen palvelun yhtiöiden pyrkimystä hakea legitimaatiota ”ammatillista laatua” korostamalla. Angin mukaan professionalismi viittaa arvoneutraaliuteen ja ”vain tekniseen” julkisen palvelun tulkintaan (vrt. Syvertsen 1999, 6).

Sen sijaan mm. Brants ja Siune varoittavat klassisen julkisen sfäärin romantisoinnista ja ”kansalaisuuden” määrittelemisestä moraaliseksi kategoriaksi (1998, 140-141). Hujanen ja Jauert (1998, 124-128) uskovat mm. Curranin (1998a, 178-179) tavoin kilpailun ja

¹⁵ Samoin Ruotsin SVT:n uutta toimilupaa pohjustanut selvitysmies Anders Ljunggren näkee julkisen palvelun myös kaupallisen median ”laadun standardina” (Heino/SK 45/2000); ks. myös Hellman (1999b, 110).

osittaisen kaupallisten toimintaperiaatteiden omaksumisen itse asiassa pelastaneen julkisen palvelun norsunluutornistaan, jossa se oli vaarassa etäännyttyä kansasta¹⁶.

Curran menee kuitenkin astetta pitemmälle ja määrittelee (yhteiskunnallisesti omistetun tai yhteiskunnallisesti säännellyn) julkisen palvelun ydintehtäväksi *avoimen ja yhteisen foorumin tarjoamisen* eri yhteiskunnan eri ryhmien näkemyksille ja kokemuksille (emt., 2000, 142-143). Käytännössä tämä merkitsee sitä, että hänen mielestään julkisen palvelun television tulisi olla kansallisen mediamaiseman keskiössä – ja tämän vuoksi *säätelemättömälle* kaupalliselle televisiolle ei pitäisi hänen mukaansa antaa sijaa mediamaisemassa (2000, 147).

Curran näyttää näin ollen edellyttävän julkisen palvelun sitoutuvan nimenomaan *poliittisiin demokraattisiin arvoihin*. Hänen mielestään julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden ei tulisikaan legitimaatiostrategioissaan painottaa ”elitististä” kulttuuria vaan demokratian perusarvoja. Hänen mukaansa tulisi tuoda esille ”korporatiivisesta yrityssektorista vapaan julkisen palvelun periaatteessa ainutlaatuisista kykyä ylläpitää kollektiivista keskustelua” (1998a, 189-191 tai 2000, esim. 129, 142-144; alueellisesta näkökulmasta Dave Rushton, 1993, xi-xii).¹⁷

Jean-Claude Burgelman (1997, 130-131) taas puhuu ”eurooppalaisen” kulttuurin merkityksestä painottaen kuitenkin, että ”eurooppalaista kulttuuria” tulee monikulttuurisessa ja monirotoisessa Euroopassa rakentaa monimuotoisuutta eikä samankaltaisuutta edistäen. Hänen mielestään julkisen palvelun yleisradioyhtiöillä tulisi olla *keskeinen rooli juuri tällaisen ”eurooppalaisen kulttuurin” rakentamiseen tähtäävässä viestintäpolitiikassa* – viestintäpolitiikassa, joka olisi normatiivista ja humaania ja ”kaukana postmodernismista”; ymmärtääkseni Burgelman siis itse asiassa eri tavoin käytetyistä käsitteistä huolimatta viittaa aivan samaan suuntaan kuin Corner edellä.

De Bens (1998, 34-35) liittää julkisen palvelun ydintehtäviin myös ”korkeakulttuurin” (arts) tarjoilemisen ja esittelemisen mahdollisimman ”ymmärrettävästi, avoimesti ja puoleensavetävästi”. Tällöin ollaan jo varsin lähellä sitä klassista 1960-luvun BBC:n

¹⁶ Mytton antaa esimerkin Intiasta, jossa julkisen palvelun radion (ei television) monopoliaseman säilyminen on johtanut radion jonkinasteiseen marginalisoitumiseen (1999, 152).

¹⁷ Vrt. Hellman, jonka mukaan Pohjoismaiden julkisen palvelun yhtiöissä yläluokkaisesta yhtenäiskulttuurin ihanteesta luovuttiin 1980-luvun puolivälissä (1999b, 113-114). Suomalaisessa kontekstissa näitä kysymyksiä on alustavasti käsitellyt myös Lowe (1999, 15-26) eritellessään julkisen palvelun Yleisradion radiokanavien tuotantokulttuuria muovaavaa ”kulttuuriagenda”

määritelmää, jonka mukaan julkisen palvelun yhtiön tehtävänä on ”tehdä hyvistä ohjelmista suosittuja ja suosituista ohjelmista hyviä” (esim. Tracey 1998, 26).

Julkisen palvelun yleisradiojärjestelmän tarpeellisuutta onkin mielestäni vaikea perustella olettamatta julkisen palvelun ytimeksi tavalla tai toisella normatiivista – tai, jos niin halutaan, ”paternalistista” – tehtävää. Toinen asia on, millainen tämä normatiivinen tehtävä missäkin yhteiskunnassa on ja ketkä ja millaisessa prosessissa määrittelevät nämä normatiiviset arvot.

Keskustelussa olisi joka tapauksessa tärkeää pyrkiä Curranin tavoin tekemään analyttistä erottelua kulttuuristen ja poliittisten arvojen välille. Nimenomaan demokraattiset poliittiset arvot näyttäisivät tarjoavan 2000-luvun monikulttuurisissa yhteiskunnissa pohjan julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden legitimitetille, kuten sekä Curran että Burgelman esittävät. Toisin kuin ehkä voidaan kuvitella, tämäkään linjanveto ei kuitenkaan olisi ongelmaton ”konsensusratkaisu” vaan saattaisi nostaa esille varsin vaikeasti ratkaistavia ristiriitoja, kuten Guy Hawkins (1999, 179-186) toteaa analysoidessaan Australian yleisradioyhtiön ABC:n suhtautumista lesbojen ja homojen alakulttuuriin.

1.2.5. Julkisen palvelun uudet tulkinnat

Suomessa julkisen palvelun käsite yhdistetään yleensä nimenomaan valtion omistamaan ja lupamaksuilla toimintansa rahoittavaan Yleisradioon. Tämä määritelmä on vahvistettu myös Yleisradiolaissa (Yleisradiolaki 1380/1993, uusittu 1998), jossa julkisen palvelun tehtävät määritellään ja määrätään nimenomaan Yleisradion hoidettaviksi (§ 7); julkisen palvelun ja Yleisradio Oy:n yhteenkuuluvuus on sementoitu poistamalla yhtiöltä vaatimus hakea toimilupaa.

Julkisen palvelun käsitteen ja valtiollisen lupamaksuilla rahoitetun yleisradioyhtiön välille ei kuitenkaan välttämättä voida vetää yhtäläisyysmerkkejä. Osa kansallisista yleisradioyhtiöistä rahoittaa toimintaansa myös mainostuloilla, ja toisaalta kaupallisia yhtiöitä voidaan sisällyttää valtion säätelemään kansalliseen ”julkisen palvelun järjestelmään” - raja julkisen palvelun yhtiöiden ja yksityisten, kaupallisten yritysten välillä ei ole aina selvä (Hellman 1999a, 11; ks. esim. Siune & Hultén 1998, 23-37; Avery 1993).

1.2.5.1. Toteutuksen eri muodot

Trine Syvertsenin (esim. 1997, 16) esimerkkiä seuraten Hellman (1999a, 11-12) erittelee neljää tekijää, joiden perusteella voidaan määritellä mediayritys joko julkisen palvelun yhtiöksi tai yksityiseksi kaupalliseksi yhtiöksi tai niiden välimuodoksi, ”hybridiksi”.

Julkisen palvelun yleisradioyhtiöt ovat yleensä julkisessa *omistuksessa* ja niitä luonnehditaan usein ”valtiolliseksi”, vaikka tarkkaan ottaen asia ei kaikissa tapauksissa ole näin (esimerkiksi Ruotsin SVT:n omistavat erilaiset yhteisöt). Yksityisen yrityksen sen sijaan omistavat yksityiset osakkeenomistajat tai toiset yritykset.

Rahoituksensa julkisen palvelun yleisradioyhtiöt saavat yleensä lupamaksuista, mutta voivat saada osarahoitusta esimerkiksi mainosmyynnistä tai sponsorituloista; Suomessa YLE saa tuloja kaupallisten toimijoiden maksamasta ns. toimilupamaksusta.

Digitaalisena aikana julkisen palvelun yhtiöt saattavat suunnitella myös maksullisten kanavien perustamista; ehdottihan 1980-luvun puolivälissä istunut BBC:n rahoitusta pohtinut ns. Peacockin komitea jo tuolloin yhtiön kanavien muuttamista maksullisiksi (esim. Crisell 1998, 115) – esitys kuitenkin torjuttiin. Kaupalliset yhtiöt sen sijaan rahoittavat toimintansa yleensä joko myymällä mainosaikaa tai perimällä tilausmaksuja. Ne pyrkivät myös tuottamaan taloudellista voittoa omistajilleen.

Etuoikeutenaan julkisen palvelun yhtiöillä on yleensä joko monopoliasema tai yksinoikeus käyttää lupamaksutuloja. Toisaalta julkisen palvelun yhtiöllä on *velvollisuus* tarjota laissa tai toimiluvassa säädettyjä palveluja ja noudattaa ohjelmistoa koskevia ohjeita. Useat tutkijat ovatkin 1990-luvulla esittäneet, että nykyään käsite julkinen palvelu viittaa ennen muuta tietynlaiseen *ohjelmatuotantoon* eikä niinkään omistus-, rahoitus- tai organisaatiomuotoihin. Julkisen palvelun tuottaminen perustuu siis sopimukseen valtion ja mediayrityksen välillä (Hujanen & Jauert 1998, 125-126; myös esim. Curran 1998a, 178). McQuailin (1998) mukaan ”uudessa mallissa” on mukana sekä julkisia että kaupallisia toimijoita sekä useita julkisen palvelun vaatimuksia ja muutamia suojeltuja yhteiskunnallisia tarpeita; poliittisesti tärkeää informaatiota, kulttuuria, kasvatusta ja mm. alueellisia erityisryhmiä (emt., 220-221).

Hellmanin tulkinnan mukaan Suomessa MTV3 on juuri ns. hybridikanava, joka kuuluu Suomen dualistiseen ”julkisen palvelun järjestelmään” samaan tapaan kuin Englannin ITV, Norjan tai Tanskan TV2 tai Ruotsin TV4 (Hellman 1999a, 426-427; 1999b, 115). MTV:n toimilupaan on kirjattu toimintaa ohjaavia periaatteita, kuten vaatimus tarjota

monipuolista laatuohjelmistoa mukaan lukien uutiset ja asiaohjelmat. Yhtiö on myös itse aktiivisesti hakenut legitimaatiota tarjoamalla laaja-alaista ohjelmistoa.

Sen sijaan television Neloskanavan (1999b, 110), kaupallisten paikallisradioiden (Hujanen 1993, 197-198) ja Radio Novan (Ala-Fossi 1998, 35) toimilupiin ei katsota käytännössä sisällytetyn ohjelmistoa määritteleviä ”julkisen palvelun ehtoja”. Kuitenkin erityisesti paikallisradioiden liikkeelleläähtöä edeltävässä keskustelussa käytettiin argumenttina paikallisen demokratian edistämistä, ja myös Novan syntyvaiheessa toimiluvan hakija antoi ymmärtää tarjoavansa ”perinteisen radiokäsityksen mukaista laatua eli uutisia valtaväestölle parhaaseen lähetysaikaan”. Molemmissa tapauksissa ”demokratian tukemisen” retoriikasta luovuttiin toiminnan käynnistyttyä. (Hujanen 1993, 189-203; Ala-Fossi 1998, 21-29).

1.2.5.2. Käsite ja sen tulkinnat

Julkisen palvelun käsite on siis varsin moniulotteinen ja arvosidonnainen – ”julkinen palvelu” merkitsee eri aikoina eri paikoissa eri lähtökohdista katsoen eri asioita. Tästä huolimatta käsitettä käytetään usein ”ritualistisesti” (Syvertsen 1999, 5-12; myös Hujanen & Jauert 1998, 124), määrittelemättä mitä itse asiassa tarkoitetaan (ks. myös vertailua amerikkalaisen public broadcasting -järjestelmän ja eurooppalaisen public service -käsitteen välillä; esim. Hujanen & Jauert 1998, 106).

Norjalaisen Syvertsenin mukaan tarkemmin määrittelemätön ”julkisen palvelun” käsite on miellyttävän joustava, eli sitä voidaan muokata käyttäjän kulloistenkin tarpeiden mukaan. Syvertsen katsoo, että tämän vuoksi mediapoliittisen keskustelun avainkäsitteeksi nostettu ”julkinen palvelu” on kärsinyt inflaation – se tarkoittaa kohta ”kaikkea hyvää ja oikeaa” (vrt. Søndergaard 1999a, 25-27). Syvertsen ehdottaakin, että käsitteellä viitattaisiin vain eurooppalaisten yleisradioyhtiöiden monopolikauteen ja yhtiöiden toimintaa tuolloin ohjanneeseen arvopohjaan (vrt. esim. Hujanen & Jauertin ”vanha” radiokulttuuri; 1998, 119 ja Hujanen, 2000, ”perinteinen yleisradiokulttuuri”; Hultén & Siune 1998, 36; ks. myös Kemppainen 2000, 107).

Käytännössä englantilaisessa ja norjalaisessa keskustelussa esiintyneitä julkisen palvelun määritelmiä 1980-luvun loppupuolella kartoittanut Syvertsen (emt. 1999, 5-7) on kuitenkin löytänyt kaiken kaikkiaan yli kolmekymmentä erilaista määritelmää, joista hahmottuu kolme pääasiallista ”julkisen palvelun” tulkintaa.

Ensinnäkin julkinen palvelu voidaan ymmärtää julkiseksi hyödykkeeksi, joka voidaan rinnastaa muuhun yhteiskunnalliseen infrastruktuuriin (postiin, tieverkkoon ja rautatieverkostoon). Tällöin julkista palvelua tarkastellaan teknistaloudellisessa mielessä ja onnistumista mitataan signaalin laadulla, toiminnan tehokkuudella ja maantieteellisellä kattavuudella. Syvertsenin mukaan tämä tulkinta oli vallitsevana kansallisten julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden perustamisvaiheessa (vrt. diversiteetti kulttuurisen yhtenäisyyden pohjalta tulkittuna; Hellman 1999b, 113-114).

Toinen klassinen määritelmä liittää julkisen palvelun yleisradion ”julkisen sfäärin” käsitteeseen. Tällöin viitataan ennen muuta instituutioon, joka antaa jokaiselle yhteiskunnan jäsenelle mahdollisuuden saada riittävästi tietoa voidakseen toimia kansalaisena yhteisen hyvän saavuttamiseksi. Onnistumista mitataan tällöin suhteessa sisältöihin ja arvoihin. Tämä määritelmä vastaa Syvertsenin mukaan pitkälti monopolikauden yleisradioyhtiöiden käsitystä itsestään – suhteellinen riippumattomuus sekä valtiosta että markkinoista on antanut yleisradioinstituutioille mahdollisuuden päästä lähelle ”kriittisen valvovan silmän” ideaalia (vrt. Curran 1998a, 189-191; 2000, 129).

Syvertsen arvioi, että kolmas julkisen palvelun määritelmä on viimeisen vuosikymmenen aikana vallannut alaa kahdelta traditionaaliselta tulkinnalta (myös Søndergaard 1999a, 24-27). Nyt julkisen palvelun ymmärretään yhä useammin olevan katsojan ja kuuntelijan palvelua (esim. Wiio 1998, 142), jolloin ”yleisö” ilmeisesti samaistetaan ”kansaan”. Tämä määritelmä pitää Syvertsenin mukaan sisällään käsityksen kansasta yksittäisinä median kuluttajina. Määritelmä irrottaa julkisen palvelun klassisesta yleisradiokontekstista ja antaa mahdollisuuden myös kaupallisille tulkinnoille.

Suomessa julkisen palvelun käsite ei ole kärsinyt vastaava inflaatiota kuin esimerkiksi Norjassa. Toisaalta tämä johtuu siitä, että käsite on otettu käyttöön lainsäädännössä varsin myöhäisessä vaiheessa eli vuoden 1993 Yleisradiolain uudistuksen yhteydessä (1999a, 165). Toisaalta Suomeen on rakennettu selkeästi kaksijakoinen sähköisen viestinnän organisaatio, jossa julkisen palvelun tehtävät on yksiselitteisesti delegoitu perinteiselle valtion omistamalle ja tv-maksuin toimintansa rahoittavalle Yleisradio Oy:lle. Kaupalliset toimijat sen sijaan ovat (MTV3-kanavan toimilupaan kirjatusta yleistä periaatteista huolimatta) suhteellisen vapaita toimimaan kaupallisten periaatteiden mukaan (Hellman 1999b, 110).

Radio Novan syntyhistoriaa tutkineen Marko Ala-Fossin mukaan tämä järjestelmä takaa Yleisradiolle vankemman aseman kuin esimerkiksi Norjassa sovellettu malli, jossa julkisen palvelun tehtäviä on hajautettu myös kaupallisille toimijoille (emt. 1998, 36). Sen sijaan Norjassa valtiollinen yleisradioyhtiö NRK ja kaupalliset ”julkisen palvelun yhtiöt” käyvät propagandasotaa siitä, kuka on eniten julkisen palvelun asialla (Syvertsen 1999, 8-9).

Tässä työssä käsitteellä ”julkinen palvelu” viitataan jatkossa kuitenkin vakiintuneella tavalla nimenomaan julkisessa omistuksessa oleviin ja lupamaksuilla toimintaansa rahoitaviin kansallisiin yleisradioyhtiöihin - paitsi silloin, kun käsite erikseen kyseenalaistetaan. Tässä määrittelyssä yksityinen mainosrahoitteinen MTV3-kanava ei siis sisälly käsitteeseen ”julkinen palvelu” (vrt. Hellman 1999a, 426-427).

2.1.5.3. Suomen tämänhetkinen tilanne

Viime aikoina sähköisen viestinnän keskeiset kaupalliset toimijat Alma Media (MTV3 ja Radio Nova) ja Sanoma-WSOY (Nelonen) ovat ryhtyneet kyseenalaistamaan Suomen dualistisen järjestelmän nykyisiä ehtoja kyseenalaistamatta kuitenkaan sähköisen viestinnän dualistista perusrakennetta. Kilpailevat yhtiöt pyrkivät nyt selkeästi kaventamaan Yleisradion roolia sähköisen viestinnän markkinoilla julkisen palvelun ns. kapean tulkinnan mukaiseksi vaatien Yleisradiota ”keskittymään julkisen palvelun tehtäviin” (esim. STT/Kainuun Sanomat 18.8.2000; ks. liite 4).

Talvella 2000-2001 liikenne- ja viestintäministeriö asetti työryhmän selvittämään televisiotoiminnan rahoitusta ja julkisen palvelun tehtävää. Työryhmän asettamisen taustalla oli kaupallisten televisioyhtiöiden toimilupamaksuun kohdistama arvostelu ja huoli siitä, löytyykö mediayhtiöiltä riittävästi resursseja digitaalisen televisiotoiminnan aloittamiseen elokuussa 2001.

Toukokuussa 2001 yksimielisen mietintönsä jättänyt kansanedustaja Jouni Backmanin (sd.) johtama työryhmä päätyi esittämään kaupallisten televisioyhtiöiden analogisista lähetyksistä maksaman toimilupamaksun puolittamista ja digitaalisten lähetysten vapauttamista toimilupamaksusta kokonaan (vuoteen 2010 saakka). Samalla työryhmä esittää periaatepäätöstä tv-maksun vuosittaisesta inflaatiotarkistuksesta vuodesta 2004

lähtien; sen lisäksi televisiomaksua esitetään korotettavaksi prosentilla vuodessa niin kauan kuin digitaaliset ja analogiset lähetykset jatkuvat rinnakkaisina.

Yleisradiolakiin kirjattuun julkisen palvelun ”laajaan määritelmään” sen sijaan ei kajottu: Niinpä laki velvoittaa Yleisradion edelleen tuottamaan ”täyden palvelun yleisradio-ohjelmisto jokaisen saataville yhtäläisin ehdoin (liite 4).” Tätä tehtävää työryhmä haluaa vielä täsmennettävän siten, että ”Yleisradion tulee suorittaessaan julkisen palvelun tehtävänsä käyttää myös uusia jakeluteitä (ns. uudet palvelut)”. (LVM 18.5.2001; 29/2001)

1.3. Radio välineenä

Tässä jaksossa 1.3. tarkastellaan radiota välineenä ennen kaikkea radion käytön ja siihen liittyvien merkitysten näkökulmasta; tuotanto ja myös yksityiskohtaiset sisällöt ymmärretään lähinnä käyttöä olennaisesti muovaavina reunaehtoina, joihin tässä työssä ei ole mahdollisuutta tarkoin paneutua. Huomiota kiinnitetään nimenomaan kuuntelua käsitteleviin tutkimuksiin - ei siis mitattavissa ja luokiteltavissa oleviin yleisöihin instituution näkökulmasta (vrt. Åberg 1999, 44; myös Ang 1991).

Jakson alussa radiota tarkastellaan lyhyesti historiallisesta ja globaalista perspektiivistä, koska radion roolin muutosten ja eri kulttuureissa edelleen erilaisen aseman pohtiminen auttaa myös suomalaisen radion tämän hetken ja tulevaisuuden ymmärtämisessä. Sen jälkeen käydään läpi radion kuuntelua ja radion roolia arkielämässä käsitteleviä tutkimuksia. Keskusteluun radion perimmäisestä ”olemuksesta” perehdytään Marshall McLuhanin klassisen ”kuuman” radion konseptin (1964) ja sitä refleктоivan myöhemmän tutkimuksen valossa. Radion tulevaisuutta kartoitetaan David Hendyn (2000a) analyysin kautta, ja lopuksi käydään läpi suomalaista (julkisen palvelun) radiota ja radion kuuntelua.

1.3.1. Radio eilen ja tänään

Radion rooli yhteiskunnassa ja kulttuurissa on muuttunut välineen sadan vuoden historian aikana paljon – ja toisaalta ei ehkä sittenkään niin kovin paljon. Voidaan sanoa, että uutiset ja musiikki ovat olleet radion keskiössä alusta pitäen ja ovat keskeisiä edelleen (Ruohomaa 1999, 226).

Yleensä katsotaan, että radion ”kulta-aika” osui maailmansotien väliseen aikaan ja 40-luvulle, jolloin radio ainoana sähköisenä joukkotiedotusvälineenä oli sekä poliittisesti että kulttuurisesti merkittävä. Radio esimerkiksi välitti 1937 kuuntelijoille nopeasti tiedon aikansa Titanicin¹⁸ - saksalaisen ilmalaiva Hindenburgin – tuhosta ja 1938 Orson Wellesin kuunnelma Maailmojen sota sai aikaan paniikin Yhdysvalloissa. Hitlerin vallan on arvioitu perustuneen pitkälti radion voimaan (mm. Hendy 2000b; 21, 214), toisaalta liittoutuneet käyttivät radiota toisen maailmansodan aikana tehokkaana propaganda- aseena (mm. Shingler & Wieringa 1998, 7-8; 19-21). Suomessa taas eräs merkittävimpiä yksittäisiä tapahtumia oli presidentti Svinhufvudin radiopuhe, jonka katsotaan ehkäisseen Mäntsälän kapinan vuonna 1932 (Lyytinen 1996, 82).

Television voittokulku yhdessä samoihin aikoihin kehitetyn kevyen, halvan ja kannettavan transistoriradion kanssa muutti radion roolia 1950-luvulta lähtien. Televisio valtasi kodin ja perhe-elämän sekä yhteiskunnan suurimman mielenkiinnon, kun taas radio ”jäi taustalle”. Entistä liikkuvammaksi ja yksilöllisemmäksi muuttuneelle radiolle löytyi kuitenkin uusi rooli arkielämän tärkeänä välineenä. Sisällön kannalta merkittävin muutos oli, että fiktiiviset ohjelmat alkoivat vähentyä radiosta ja siirtyä yhä enemmän television puolelle (esim. Ruohomaa 1997, 155-160; 1999, 226- 228).

Tähän kehitykseen yhdistetään usein myös radion viihteellistyminen – millä viitataan yleensä lähinnä kevyen musiikin lisääntymiseen. Euroopan laillisia radiolähetyksiä tuolloin¹⁹ edelleen hallitsevat julkisen palvelun yhtiöt lisäsivät kuitenkin kevyen musiikin tarjontaansa vain vähitellen asiapuheen ja klassisen musiikin tarjonnan jatkuessa edelleen (esim. Ruohomaa 1999, 227; Crisell 1998, 117-119).

Sisällöllisesti eurooppalaisen julkisen palvelun radion käännekohtana voidaan pitää vasta 1970-luvulta alkanutta julkisrahoitteisten yhtiöiden monopolien murtumista ja sitä seurannutta radiokulttuurin murrosta (Hujanen & Jauert 1998, 103-131). Siihen asti radion voidaan sanoa jopa olleen jossain määrin eri väline toisaalta Euroopassa ja toisaalta Yhdysvalloissa, jossa radiota on tehty koko ajan kaupalliselta pohjalta. Vasta amerikkalaista formaattiradiota esikuvanaan pitävän uuden radiokulttuurin levittäytyminen Eurooppaan on pitkälti (mutta ei kokonaan – vrt. edellisen jakson keskustelu julkisesta palvelusta) ”vihteellistänyt” radion.

¹⁸ Radio varhaisessa muodossaan *oli* itse asiassa tukemassa jo Titanicin pelastusoperaatiota 1912 (Shingler & Wieringa 1998, 15)

Myös tällä hetkellä radion merkitys on hyvin erilainen eri puolilla maailmaa. Globaalisti radion arvioidaan olevan edelleen merkittävin media, joka tavoittaa enemmän ihmisiä kuin mikään muu viestin (esim. *Media Studies Journal* 1993, xii; Hendy 2000b, 2). Vuonna 1998 maapallolla arvioitiin asuvan 5,9 miljardia ihmistä. Radiovastaanottimia arvioitiin löytyvän yhteensä 2,4 miljardia, yksi radio kahta ja puolta henkilöä kohti. Radiot(kin) ovat kuitenkin jakautuneet hyvin epätasaisesti: Teollistuneissa länsimaissa on enemmän radioita kuin ihmisiä, mutta hyvin köyhissä maissa (esimerkiksi Bangladesh, Guinea Bissau, Burkina Faso) vain yksi radio kymmentä ihmistä kohti (Mytton 1999, 10).

Köyhillä alueilla radion suosio perustuu helppouteen, halpuuteen ja siihen, että radion kuuntelu ei vaadi sähköä eikä lukutaitoa. Radion merkitystä saattavat korostaa suullisen perinteen vahva asema ja se, että monilla alueilla köyhissä maissa radio on käytännössä ainoa joukkoviestin (esim. Hendy 2000b; 2, 202-205) Toisaalta televisio on joissakin köyhissä maissa ohittanut radion tavoittavuudessa. Esimerkiksi Intiassa televisio tavoittaa nyt enemmän lukutaidottomia kuin radio. Syynä tähän pidetään radiomonopolin jatkumista samaan aikaan kun television puolella kilpailu on avattu – radio välineenä on siis marginalisoitunut (Mytton 1999, 151-152).

Tarjolla olevien kanavien määrä vaihtelee Yhdysvalloissa tavanomaisesta kymmenien kanavien valikosta monien kehitysmaiden pariin valtion kanavaan. Tässä suhteessa tilanne Euroopassa on nopeasti muuttunut viimeisten vuosikymmenten aikana julkisten yhtiöiden monopolien murruttua. Myös monissa eurooppalaisten valtojen entisissä siirtomaissa emämaan esimerkkiä noudattaen perustetut valtion omistamat monopolit ovat purkautumassa. Latalaisessa Amerikassa tosin sähköinen viestintä on alun perin toiminut lähinnä Yhdysvaltojen mallin mukaisesti (Mytton 1999, 11).

Köyhistä maista voidaan poimia myös tuoreita esimerkkejä, jotka kuvaavat radion suoranaista poliittista vaikutusvaltaa. Hendyn (2000b, 202-205) mukaan on tilanteita, joissa radio voi *tietyissä olosuhteissa* toimia ”liian tehokkaasti”. Esimerkiksi Ruandan sisällissodassa radioasema RTL:n on arvioitu toimineen traagisen tehokkaasti McLuhanin kuvailemana ”heimorumpuna” (1964, 297-307), joka johdatti hutuja

¹⁹ Esimerkiksi 1960-luvun Englannissa erityisesti nuoret suosivat laittomia piraattiradioita (Shingler & Wieringa 1998, 23-25; Crisell 1998, 117-119).

verenvuodatukseen ja tutsien kansanmurhaan. Yleensä kriisitilanteissa (esimerkiksi Jugoslaviassa) helpon, halvan ja tavoittavan radion merkitys näyttää korostuvan.

Teollistuneissa länsimaissa radion ”merkityksettömyyden myytti” on levinnyt laajalle (esim. Hendy 2000b, 3; ks. myös esim. Radio Studies Networkin pääsivu; MTV/STT 31.1.1999). Viime aikojen ilmiöt ja toisaalta viimeisen vuosikymmenen aikana lisääntynyt radiotutkimus (Barnard 2000, 3) muistuttavat kuitenkin siitä, että radion rooli ei ole teollistuneissakaan maissa muuttumaton itsestäänselvyys eikä tutkimuksen kuva radiosta ole välttämättä ”valmiiksi piirretty” (myös Alasuutari 1999a, 101). Tällä hetkellä nähtävissä on ainakin kaksi osittain erillistä osittain toisiinsa liittyvää kehityskulkua, jotka saattavat muotoilla uudelleen radion roolia.

Ensinnäkin Hujasen ja Jauertin kuvaama radion tuotantokulttuurin muutos (1998, 103-131; ks. s. 6-8) saattaa antaa myös länsimaissa uutta ajankohtaisuutta McLuhanin heimorumpu-vertaukselle: Elämäntapoihin ja kulutustottumuksiin pohjautuvan ”postmodernin heimoutumisen” aikana radio voi ainakin periaatteessa jälleen toimia yhteisyyteen kutsuvana ”heimorumpuna”. Tähän näyttäisi viittaavan esimerkiksi Suomessa kanavauskollisuuden kasvu (Kytömäki & Ruohomaa: Yleisökertomus 1999, 19).

Yhteisyyden luomisesta on ilmeisesti kysymys myös Yhdysvalloista käsin levinneissä puheradioissa, joiden symboliksi on kohonnut USA:ssa suosittu konservatiivinen juontaja Ross Limbaugh (mm. Steinbock 1995; Chorba 1999). Vastaavia esimerkkejä löytyy myös muualta: Ranskassa nuorison suosiman radiokanavan ympärille on kehittynyt suoranainen kultti klubeineen ja kuuntelijatapaamisineen (Dauncey & Hare 1999, 96-97).

Toisekseenkin teknologinen kehitys on asettanut radion jälleen uuden haasteen eli median konvergenssin eteen. Tulevaisuudessa radiopalveluja voidaan jakaa useiden eri välityskanavien kautta (esim. Ruohomaa 1999, 234), mikä merkitsee radion ”sulautumista” multimediympäristöön ja samalla mahdollisesti jopa radion itsenäisen statuksen ja omintakeisuuden häviämistä (esim. Hendy 2000b, 59). Niinpä tällä hetkellä radiotutkimuksen ehkä kuumin kysymys on, *mikä* itse asiassa on radio.

Hujanen (2001) huomauttaakin, että teknisessä mielessä ”radiotoiminta” on paljon laajempi käsite kuin konventionaalisesti ymmärretty ”radiotoiminta” eli ”ääniradio”. Hän

arvioi teknisten muutosten luovan tilanteen, jossa ääniradion perinteinen tekninen määritelmä ei enää riitä kattamaan edes kaikkia yleisradiotoiminnan muotoja. Hänen mukaansa ”*ääniradio yhteiskunnallisena ja kulttuurisena instituutiona*²⁰ erottuu yhä selkeämmin lähetysverkkojen perustana olevasta tekniikasta.”

1.3.2. Radio taustalla ja etualalla

Television kehittymisen myötä kiinnostus radioon alkoi siis hiipua. Televisioon verrattaessa radio näyttäytyi ”puutteellisena” (ks. esim. Åberg 1999, 11 ja 19; Shingler & Wieringa 1998, 21-22) yhden aistin välineenä – ”sokeana” tai ”näkymättömänä”²¹. Television yleistyttyä radiosta tuli vähitellen yhä enemmän yksilön käyttämä viihteellinen taustaväline (Ruohomaa 1997, 151-160; Crisell 1994 ja 1998, 114-128), jolla ei katsottu olevan poliittista ja yhteiskunnallista merkitystä. Myöskään median tutkijat eivät ole olleet kiinnostuneita, sillä radiota ei ole pidetty poliittisesti merkittävänä eikä moraalisesti kiistanalaisena ilmiönä (Alasuutari 1999a, 101).

Osaltaan ”merkityksettömyyden myytin” kehittymiseen on saattanut vaikuttaa länsimaiselle kulttuurille tyypillisenä pidetty visuaalinen ja rationaalinen perusvire. Radio Studies Networkin tutkijat (ks. <http://www.radioacademy.org/skills/menu.html>) näyttävät tässä yhtyvän McLuhanin (1964, esim. 304) käsitykseen, että länsimaisen (angloamerikkalaisen) ihmisen on vaikea ymmärtää kuuloaistiin perustuvaa radiota.

Viimeisen vuosikymmenen aikana ja erityisesti aivan viime vuosina tutkijoiden kiinnostus radiota kohtaan on kuitenkin selvästi lisääntynyt (esim. Barnard 2000, 3). Tieteellisissä aikakauslehdissä on julkaistu useita radiolle omistettuja teemanumeroja. Englannissa on 1990-luvun lopulla perustettu radiotutkimuksen verkosto, joka esittelee Internet-sivuillaan (ks. ed.) ohjelmansa: Sen mukaan radion luontaisten vahvuuksien tutkiminen on tarpeen juuri nyt, kun radio on välineiden konvergenssin kynnyksellä. Samaa mieltä on Carin Åberg (1999, 215-216), jonka teoriaa radiosta auditivisena mediana esitellään tässä jaksossa. Sitä ennen käydään läpi muutamia nimenomaan radion kuuntelua eikä niinkään kuuntelijoita (ks. Åberg 1999, 214) käsitteleviä tutkimuksia, joihin sitten luvussa 3 esiteltävää empiiristä aineistoa suhteutetaan.

²⁰ Kursiivi alkuperäinen

²¹ Åbergin (1999, 19) mukaan lehteä voisi kuvata ”mykäksi” samoin perustein kuin radiota ”sokeaksi”.

1.3.2.1. Tiedostamattomasti tärkeä – kulttuurisesti huomaamaton

Pertti Alasuutarin (1993; 1997, 1999a, 2000) Radio suomalaisten arkielämässä – tutkimus on yksi suhteellisen harvinaisista radiota kuuntelijoiden näkökulmasta tarkastelevista tutkimuksista. Yhteensä 48 teemahaastatteluun perustuvan työn lähtökohtana oli selvittää, miksi ruumiillisen työn tekijät kuuntelevat radiota enemmän kuin muut (esim. 1999a, 93).

Alasuutarin mukaan ruumiillisen työn tekijöiden runsas radion kuuntelu selittyy nimenomaan työn luonteella: Rutiiniluontoisesti hoituva fyysinen työ ”jättää tilaa” oheisaktiviteetille eli radionkuuntelulle. Sen sijaan keskittymistä vaativat tehtävät eivät salli ainakaan muuta kuin taustalla soivaa ”helppoa” musiikkia (myös Ruohomaa 1998, 47-58). Kaikkein eniten keskittymistä vaativat kuunnelmat, joita kuunnellaan lähinnä vapaa-aikana.

Teoriaa radiosta audittiivisena välineenä kehitellyt Åberg (1999, 65-66) kuitenkin kritisoi tähän analyysiin sisältyvää implisiittistä ajatusta, että radion sisältöjä voitaisiin kuvata ”vaativan” puheen ja ”helpon” musiikin akselilla. Hän huomauttaa, että sekä puheen että musiikin kuunteluun voidaan yhtä lailla keskittyä. Åberg löytääkin esimerkiksi useita erilaisia tapoja käyttää musiikkia (1999, 66; ks. myös jakso 1.3.2.3.).

Erityisesti myöhemmin julkaistuissa artikkeleissa (1997, 1999a, 2000) Alasuutarin keskeiseksi kysymykseksi nousee radion kulttuurisen näkymättömyyden analyysi. Hänen mukaansa radiolle ominainen oheiskäyttö johtaa siihen, että kuuntelija ei kiinnitä huomiota radioon välineenä vaan kuultuun sisältöön. Radio vaikuttaa ”läpinäkyvältä” kanavalta tai linkiltä, itsestään selvältä oman itsen jatkeelta (Alasuutari 1999a, 92-94) – jopa niin, että kuuntelija ei edes huomaa kuu(nte)levansa. Alasuutarin mukaan radio ei näytäkään olevan erityisen tärkeä kenellekään, vaikka se on osa monien ihmisten jokapäiväistä elämää (esim. 1997, 161; 1999a, 93).

Jo aiemmissa tutkimuksissa havaittua haastateltavien taipumusta vähätellä radionkuuntelua Alasuutari selittää juuri radion huomaamattomuudella. Osaselitys saattaa tosin olla myös se, että haastateltavat ovat olettaneet haastattelijan olevan kiinnostunut nimenomaan keskittyneestä kuuntelusta (emt. 1993, 72). ”Keskittyneen

kuuntelun normi” tuleekin Pertti Tiihosen ilmeisesti samasta aineistosta²² tekemien havaintojen mukaan esille nimenomaan keskiluokkaisten kuuntelijoiden kohdalla: He haluavat puolustella sitä , että eivät muista radiosta kuu(nte)lemaansa ohjelmaa – erityisesti puheohjelmia. Sen sijaan yrittäjien, työläisten, maanviljelijöiden ja eläkeläisten kohdalla vastaavaa ei havaita (Tiihonen 1996, 64-66).

”Radiomoraali” ei kuitenkaan näytä edellyttävän, että radion jatkuvaa soimista jotenkin puolusteltaisiin - sen sijaan radion ja television yhtäaikaista näyttöä näyttää olevan tarpeen puolustella (Alasuutari 1993, 68-69)²³. Alasuutarin analyysin mukaan radio koetaan kuitenkin yleisesti ongelmattomaksi, mikä juontaa juurensa radion käytön luonteesta: Radiota kuunnellaan usein yksin, joten kanava- ja ohjelmavalintoja ei tarvitse selittää toisille. Toisaalta radionkuunteluun käytettyä aikaa ei mielletä moraalisesti kyseenalaiseksi laiskotteluksi, mikäli samalla tehdään jotakin muuta. Oheiskuuntelu on itse asiassa (nykyään²⁴) sosiaalisesti hyväksytty aktiivisuuden osoitus: Kuunnellessa käytetään niitä henkisiä voimavaroja, joita käsillä oleva työ ei vaadi (emt. 1999a; 94, 101).

Kulttuuriset mielikuvat medioista eivät ole kuitenkaan ole ikuisia (Alasuutari 1999a, 101). Alasuutari pitääkin mahdollisena, että kohderyhmille suunnattujen kanavien yleistymisen saattaa kasvattaa radion kulttuurista painoarvoa ja lisätä radion merkitystä kuuntelijoilleen, koska ”oman maun mukaan” valitusta kanavasta voi tulla identiteetin rakentamisen välikappale (Alasuutari 1997, 171). Tähän voidaan lisätä, että silloin radio saatetaan myös kokea ongelmaksi, kuten esimerkiksi Ranskassa nuorison kulttikanavien seksiohjelmista syntynyt kohu tai Yhdysvalloissa puheradioista käytävä keskustelu osoittavat (Dauncey & Hare 1999, 96-97 ; Steinbock 1995; Chorba 1999).

Toisaalta radion huomaamattomuus ei välttämättä kerro radion merkityksettömyydestä. Pertti Alasuutarin mukaan radio ”annettuna otettuna” mutta arkipäivää organisoivana ilmiönä on pikemminkin tiedostamattomasti tärkeä (1997, 169). Radion avulla voidaan säädellä psyykkistä aktiivisuutta ja sen kohdetta: Kun työ vaatii keskittymistä, valitaan helppoa taustamusiikkia tai suljetaan radio, toisaalta rutiinitehtäviä hoitaessaan voi ”säilyttää henkisen vireytensä” kuuntelemalla radiota. Radion avulla voidaan myös

²²48 yht. yo. Marja Räsäsen tekemää haastattelua

²³ Radion tuotannossa keskittyneen kuuntelun ihanteen katsotaan hallinneen ajattelua vanhan radiokulttuurin aikana. (esim. Nukari & Ruohomaa 1997, 87).

²⁴ Ruohomaan (1999, 230-231) mukaan asenteet ovat tässä suhteessa viime vuosikymmeninä muuttuneet

muunnella mielentilaa ja säädellä tunteita: Radio voi olla yksinäisten hetkien ystävä tai se voi luoda haluttua tunnelmaa (1999, 94-95) – muodostaa ”mielen huoneita” (mental rooms), jotka sulkevat pois ulkopuolisen maailman (ks. Åberg 1999, 69-70).

Ruotsalainen radion auditiivista luonnetta tutkinut Åberg puolestaan laajentaa Tortzenia seuraten taustamusiikin tehtävät ”introverteista” myös ”ekstrovertteihin”: Introvertti ”emotionaalinen tapetti” helpottaa yksinäisyyttä, karkottaa tyhjyyden tunnetta tai luo erilaisia kaivattuja tunnelmia. ”Ekstrovertti tapetti” on materiaalista seinäpaperia tai huonekalua vastaava esteettinen ympäristön elementti: Sen avulla voidaan ilmaista kulttuurisia eroja, kapinoida tai yrittää ”tehdä vaikutusta”. Silloin radion sisällön yksityiskohdilla ei ole merkitystä vaan pääasia on, että ”se on siinä”.²⁵

Åberg erittelee myös työn ohella käytettävän radion useita erilaisia tehtäviä: Radio voi toimia äyllisenä viihdykkeenä, esteettisenä elementtinä, rytmin antajana tai ulkopuolisen maailman pois sulkevana ”äänimuurina” (Åberg 1999, 64-66).

1.3.2.2. Radio rituaalina

Radion keskeinen merkitys arkipäivän rutiineissa ja projekteissa on perustana tanskalaisen Bent Steeg Larsenin (1995/2000, 259-274) analyysissä, jossa hän hahmottelee radion rituaalista käyttöä. Steeg Larsenin lähtökohtana on empiirinen tutkimus tanskalaisten lapsiperheiden aamuisesta radionkuuntelusta. Hän kiinnittää Alasuutarin tavoin huomiota radion kulttuuriseen näkymättömyyteen ja kuuntelun tiedostamattomaan merkityksellisyyteen; radiosta ei Steeg Larsenin mukaan yleensä keskustella eikä sitä ajatella ennen kuin radio menee rikki (emt. 2000, 259).

Steeg Larsenin tavoitteena on ymmärtää nimenomaan radion yleisimmän käyttötavan eli taustakuuntelun merkityksellisyyttä. Taustakuuntelussa olennaisinta ei ole sisältö vaan tärkeämpiä ovat säännöllinen rytmi ja kyky luoda tunnelmaa sekä yhteenkuuluvuuden tunnetta (vrt. Alasuutari 1999a, 94-95). Steeg Larsenin tulkinnassa yhteisen mielentilan ja mielialan luova radion kuuntelu on olennainen osa aamun ”pientä rituaalia”, jonka perimmäisenä (tiedostamattomana) tavoitteena on integroituminen sekä koko

²⁵ Åberg yhdistää tämän musiikin funktion ”itsearvostukseen” (emt., 65), mutta jättää vähälle huomiolle ulkoisen erottautumisen yhteyden identiteetin rakentamiseen.

yhteiskuntaan että (hänen analysoimissaan tilanteissa) omaan perheeseen.²⁶ (emt. 2000, 265; 272).

Åberg käyttää oman teoriansa taustana sekä Alasuutarin ja Steeg Larsenin tutkimuksia²⁷. Åbergin mukaan Alasuutari näkee radion enemmän mahdollisuutena luoda yksityistä tilaa siinä kun Steeg Larsen painottaa radion kykyä luoda yhteisyyttä (Åberg 1999, 69-70) - tähän voidaan kuitenkin huomauttaa, että toisaalta Alasuutarin kuvaus radiosta oman itsen jatkeena tai linkkinä sisältää vahvan ajatuksen radiosta ”itsestään selvänä” yhteytenä maailmaan (Alasuutari 1999a, 92-94). Joka tapauksessa Åberg toteaa, että kaikkea radion kuuntelua ei voida kattavasti selittää minkään yhden näkökulman puitteissa. Sen sijaan voidaan hahmotella erilaisia käyttötapoja ja radiosuhteita (emt., 72-73).

1.3.2.3. Kuuntelun kolme tasoa

Omassa väitöskirjassaan Åberg (1999) rakentaa teoriaa radiosta nimenomaan kuuloon perustuvana auditiivisena medianana. Hänen mielestään radioon liittyvä pohdinta on keskittynyt liikaa radiopuheeseen ja ylipäättään kielelliseen ulottuvuuteen laiminlyöden musiikin ja erityisesti muut äänielementit. Tosin Åberg huomioi, että pohjoismaiset julkisen palvelun yhtiöt ovat ottaneet nonverbaalisen ilmaisun käyttöönsä etsiessään paikkaansa markkinakeskeisessä uudessa radiokulttuurissa (emt., 18).

Åbergin lähtökohta radion ymmärtämisessä on kuuntelun kokonaisuus sisällön, kuuntelijan ja tilanteen keskinäissuhteena (emt., 1999, 44-46). Väitöskirjatyönsä kuunteluosan hän rakentaa mm. Alasuutarin ja Bent Steeg Larsenin (ks. edellä) empiiristen havaintojen pohjalle²⁸. Tyypillistä radiolle on hänen mukaansa nimenomaan sen käyttö rinnakkaistoimintana jonkun muun ohella. Näin ollen erilaiset kuuntelutavat määräytyvät sen mukaan, millainen rooli radiolla on arkipäivän projekteissa.

Radio voi olla ajoittain keskittyneen huomion kohteena, mutta radiota voidaan käyttää myös ympäristöön kuuluvana ”akustisena esineenä” tai ajoittain huomiota kiinnittävänä ”huvia tai älyllistä viihdykettä” tarjoavana kohteena. (emt. 1999, 210-211) Niinpä Åberg

²⁶ Radiotoimittaja toimii siis tavallaan yhteisyyttä luovan rituaalin ”pappina” (vrt. naistenlehden (pää)toimittaja ”naiseuden” pappina (Ferguson 1983/1985, 5)

²⁷ Ei tosin Steeg Larsenin tuoreinta (2000) artikkelia

²⁸ Åberg on myös itse tutkinut aiemmin Sveriges Radion kahden ohjelman vakiokuuntelijoita (emt., 67).

päätyy määrittelemään kuuntelun joko ensisijaiseksi toiminnaksi, rinnakkaistoiminnaksi tai toissijaiseksi toiminnaksi (emt., 77-78). Erottelu ei toimi sisältöluokkiin perustuvalla keskittyneen puheen - taustamusiikin akselilla, vaan analyysin ulottuvuuksia voidaan soveltaa sekä puheeseen että musiikkiin: Musiikkia voidaan tarkastella semanttisesta ja puhetta soinnillisesta näkökulmasta (emt. 1999; 56, 66, 71).

Radion kuuntelu ensisijaisena toimintana tarkoittaa Åbergin mukaan ”sisäistä havainnointia” eli keskittyntä pyrkimystä oivaltaa, mitä kuultu merkitsee – äänten oletetaan siis merkitsevän jotakin. Äänimaisemat voivat olla laajoja ja syviä, niitä voidaan rakentaa useilla eri ilmaisukeinoilla (puhe, musiikki, muut äänet) samanaikaisesti. Kuuntelija tarkastelee silloin ohjelmasisältöä Åbergin mukaan ”etäännyttynä, objektivoituna, vieraannutettuna ja rajoitettuna ilmiönä” (emt., 77) kuten yleensä tutkijoiden suorittamassa sisällönanalyysissä. Kommunikaatio on tiedostavaa, ja keskittyneesti kuunnellaan yleensä luultavasti ennalta valittuja selkeärajaisia ohjelmia.

Kuuntelu rinnakkaistoimintana sisältää sekä ”ulkoista” että ”sisäistä havainnointia”. Radion muuttuvat sisällöt luultavasti ohjaavat huomiota ja vaihtelevaa keskittymisen tasoa. Säännöllisesti toistuvat ohjelmat luovat pysyvän käyttäytymiskaavan, auttavat erottamaan ohjelmavirrasta mielekkäitä aikayksiköitä ja parantavat sisällön ennustettavuutta. Tosiasiallisessa kuuntelussa ohjelmat erillisinä yksikköinä ovat kuitenkin todennäköisesti vähemmän tärkeitä. Tällaisessa oheiskuuntelussa on Åbergin (emt., 78) mukaan lähinnä kysymys emotionaalisesta ja käytännöllisesti orientoituneesta kommunikaatiosta.

Toissijaisena toimintana radion kuuntelu (Åberg 1999, 78) on ”ulkoista havainnointia”, eli kuuntelija ei luultavasti koskaan havainnoi yksittäisiä kuunneltuja yksiköitä vaan käyttää radiota yhtenä ympäristöön olennaisesti liittyvänä jatkuvasti soivana akustisena elementtinä. Kommunikaatiotapa on lähinnä esteettinen, mutta voi olla myös emotionaalinen ja jossain määrin käytännöllinen (jolloin musiikki esimerkiksi antaa työlle tai tapahtumiselle rytmin).

1.3.2.4. Vahvuutena liikkuvuus

Historiallisesta perspektiivistä radion kuuntelua ja sen muutoksia on useissa artikkeleissa tarkastellut Ruohomaa (1997, 1999, 2000), joka hahmottelee radion roolia

toisaalta median yleisen kehityksen ja toisaalta arkielämän muutosten näkökulmasta (1997, 151). Hänen mukaansa radion *liikkuvuus* - mahdollisuus kuunnella missä vain, milloin vain ja yhä enemmän myös mitä vain – on muihin medioihin verrattaessa radion ratkaiseva etu (1997, 59-60; vrt. esim. Barnardin ”universaalisuus” 2000, 2).

Ruohomaan (2000, 133) mukaan liikkuvuus on moniulotteinen käsite, joka sisältää niin teknologisen ja maantieteellisen kuin tekstuaalisenkin liikkuvuuden. Teknologisella liikkuvuudella hän viittaa ensinnäkin siihen, että radion kuuntelija käyttää jatkuvasti useita medioita useisiin eri tarkoituksiin. Tässä suhteessa radio on osoittautunut poikkeuksellisen sopeutumiskykyiseksi: Television ottaessa paikkansa vapaa-ajan keskipisteenä radio on löytänyt itselleen roolin arkisena ”ajan tasalla pitäjänä” (vrt. Steeg Larsenin integroiva rituaali 2000, 272) ja viihdyttäjänä aamun ja päivän toimien ohessa.

Teknologisen liikkuvuuden käsitteeseen Ruohomaa sisällyttää myös liikkumisen kanavalta toiselle. Hänen mukaansa kanavalta toiselle liikkuminen oli tavallista silloin, kun kuuntelijat etsivät itselleen sopivaa ohjelmaa täyden palvelun kanavilta. Tässä mielessä radion ”sisäinen” teknologinen liikkuvuus on vähentynyt kanavatarjonnan lisääntyessä ja kanavien profiloituessa - Suomessa erityisesti Yleisradion vuoden 1990 kanavauudistuksen ja paikallisradioiden kilpailun lisääntymisen (Ala-Fossi 1998, 10-11) myötä: Vuonna 1999 kolme neljästä suomalaisesta kuuntelikin päivittäin vain yhtä kanavaa (Kytömäki & Ruohomaa 1999, 19)²⁹.

Ruohomaan mukaan tässä mielessä teknologisen liikkuvuuden väheneminen merkitsee itse asiassa kuuntelijan ja kuuntelun vapautumista ajasta (ei tarvitse odottaa sopivaa ohjelmaa) ja sitä kautta myös kuuntelupaikasta ja ”perheyleisöstä” eli kanssakuuntelijoista (Ruohomaa 2000, 133-137).

Teknologinen kehitys onkin koko radion historian ajan olennaisesti muovannut kuuntelutapoja. Kuuntelun maantieteellisen liikkuvuuden lisääntymisen edellytyksenä oli pienen, kevyen, halvan ja sähkönsaannista riippumattoman transistoriradion leviäminen 1950-luvulta alkaen. Tämä yhdessä television voittokulun ja yhteiskunnan rakenteen muutoksen kanssa (myös mm. Barnard 2000, 16-17) muutti radion kuuntelun luonteen entistä yksilöllisemmäksi ja samalla liikkuvammaksi: Koteihin

²⁹ Tätä kehitystä ei näytä muuttaneen edes kanavan vaihtamisen tekninen helpottuminen ennakko-ohjelmoinnin ja kaukosäätimien myötä.

hankittiin useampia vastaanottimia, autoihin asennettiin radioita ja matkaradioita voitiin myös kuljettaa mukana (Ruohomaa 2000, 132-134).

Nykyään³⁰ suomalaisissa kotitalouksissa on noin 7,5 miljoonaa radiovastaanotinta, ja useimmissa talouksissa on vähintään kolme radiota. Olohuone on edelleen suosituin paikka sekä radiolle että televisiolle, mutta yli puolella talouksista on radio myös keittiössä tai makuuhuoneessa (Sarkkinen 2000, 125). Radion liikkuvuuden lisääntyminen ei kuitenkaan ole merkinnyt radion poistumista kodin piiristä, sillä edelleen radiota kuunnellaan eniten kotona. Autokuuntelu on Suomessa vähäisempää kuin esimerkiksi Englannissa, jossa neljännes kuunteluajasta kuluu autossa (Barnard 2000, 2). Erityisesti nuorehkot miehet kuuntelevat kuitenkin myös Suomessa paljon radiota autossa (Sarkkinen 2000, 123-124).

Kolmannen radion kuuntelun liikkuvuuden ulottuvuuden Ruohomaa (esim. 2000, 135-136) määrittelee tekstuaaliseksi liikkuvuudeksi, mikä merkitsee erilaisten sisältöjen kuuntelemista radiosta. Tekstuaalinen liikkuvuus on kontekstuaalista ja yhteydessä kuuntelijan arkisen radiosuhteen laatuun: Jos suhde radioon on löysä ja etäinen, kuuntelija kuvaa haastattelussa kuuntelevansa lähinnä ”musiikkia” tai ”uutisia”. Mikäli suhde radioon on kiinteä ja läheinen, haastateltava kuvaa ohjelmistoa huomattavasti yksityiskohtaisemmin.

Ruohomaan mukaan maantieteellisen liikkuvuuden lisääntyminen ja kuuntelun yksilöllistyminen on samalla kiinteyttänyt radiosuhteita, jotka voivat nyt toimia myös identiteetin rakentamisen ja ilmentämisen välineinä (myös esim. Åberg 1999, 64-66).

1.3.3. Radio identiteetin rakentajana

Segmentoiduille yleisöille suunnatun ”uuden radion” merkitys identiteetin rakentajana on siis huomattu yleisesti (esim. Hujanen & Jauert 1998, 123-124; Ruohomaa 2000, 136; myös Hendy 2000b, 214), mutta empiirisiä tutkimuksia radiosta identiteettien rakentajana ei kuitenkaan ole juuri tehty – mikä on ymmärrettävää ajatellen sitä, että yleensäkin radion ”vastaanottotutkimuksia” ei ole viime vuosikymmeninä juuri julkaistu.

³⁰ Tieto on vuodelta 1998

Tässä jaksossa radion ja identiteetin kysymyksiä lähestytään ensin yhden vielä julkaisemattoman (painossa) sukupuoli-identiteetin ja radion suhdetta kartoittavan etnografisen tutkimuksen kautta. Tämän jälkeen pohditaan yleisemmällä tasolla kysymystä ”postmodernista heimoutumisesta” jälleen ajankohtaiselta vaikuttavan McLuhanin klassisen teorian ja sitä kohtaan esitetyn kritiikin avulla.

1.3.3.1. Fantasia ja identiteetti

Tacchin (2001)³¹ tutkimus ja artikkeli perustuvat useiden vuosien etnografiselle kenttätöölle lounaisessa Englannissa. Tutkimuksen perustavoitteena on ollut kartoittaa ”kaikkiällä läsnä olevan” radion roolia kotielämässä ja perheen ihmissuhteissa. Aineistoa Tacchi on kerännyt mm. useiden tapaamisten ajan kestäneillä syvähaastatteluilla, kuuntelupäiväkirjoilla ja osallistumalla yli kahden vuoden ajan kahden paikallisen radion kuuntelijatapaamisiin (listener panel) sekä vuoden ajan paikallisen yksinhuoltajien kerhon tapaamisiin.

Lähtökohdaksi Tacchi ottaa ajatuksen, että radion käyttö on sukupuolittunutta - naiset ja miehet kuuntelevat radiota eri tavoin. Hän viittaa musiikkiradion tuotannossa yleisiin ajatuksiin viihteellistä taustamusiikkia kuuntelevasta ”stereotyyppisestä naiskuuntelijasta” ja Hobsonin vuonna 1980 esittelemiin tutkimustuloksiin, jotka kuvaavat eristettyjen kotirouvien kiinnostusta miespuolisia juontajia kohtaan ja radion kuunteluun liittyviä seksuaalisia fantasioita.

Suomessa naisten ja miesten kuuntelun ja katselun eroja selvittänyt Raija Sarkkinen puolestaan (1994, 12-22) kuvaa naisten television ja radion käyttöä ennen kaikkea miesten käyttöä monimuotoisemmaksi. Sekä naiset että miehet hakevat Sarkkinen mukaan radiosta ja televisiosta tietoa, mutta ”naisilla (useammin kuin miehillä) radion ja television avaamiseen liittyy myös mieliala- tai tunnesyitä. Naiset haluavat (miehiä useammin) katsoa televisiota tai kuunnella radiota erityisesti silloin kun ovat väsyneitä, yksin, haluavat hetkeksi unohtaa ikävät asiat ja tapahtumat tai haluavat virittäytyä oikeaan tunnelmaan” (emt., 21; vrt. Alasuutari 1999a, 94-95; Åbergin ”introvertti mielen huone” 1999, 64-66).³²

³¹ Käytössäni on ollut ko. artikkeli erillisenä, joten painetun kirjan sivunumerot eivät ole tiedossa.

³² Suomalaisten naisten ja miesten kuuntelusta myös jaksossa 1.3.4.

Myös Tacchi on havainnut, että naiset kertovat mielellään radion kuuntelustaan suhteessa tunteisiinsa, ”miltä heistä tuntuu tai tuntui”. Naiset käyttävät emotionaalista kieltä myös siinä tapauksessa, että heidän kuuntelutottumuksensa eivät vastaa stereotyyppistä kuvaa naisten emotionaalisesti latautuneesta taustakuuntelusta. Tacchi ottaa esimerkiksi parin, jossa vaimo kuuntelee ”vakavamielistä” BBC 4-kanavaa ja mies käyttää taustaääninä paikallista kaupallista musiikkikanavaa: Silti vaimo puhuu kuuntelustaan emotionaalisesti ja mies toisaalta rationalisoi omaansa esimerkiksi selittämällä, että hän kuuntelee hyödyllisiä liikennetiedotuksia.

Johtopäätöksensä Tacchi esittää, että sekä hänen aineistonsa miehet että naiset käyttävät radiota arkipäiväisessä elämässä tunneulottuvuuden työstämiseen. Molempien sukupuolten käyttäytymiseen ja puhetapaan kuuluu myös fantastinen elementti: Miehet itse asiassa kuvittelevat hallitsevansa elämänsä järjellä – vaikka heille radion läsnäolo saattaa olla emotionaalisesti tärkeämpää kuin naisille. Naiset sen sijaan saattavat käyttää radiota hyvin rationaalisesti ja tarkoitushakuisesti täyttämään tiettyjä tehtäviä heidän elämässään. Tacchi nimittää näitä suhtautumistapoja ”miehiseksi funktionalistiseksi rutiiniksi” ja ”naisten romanttiseksi rutiiniksi”.

Kahden artikkelissa esitellyn parin elämässä radion kuunteluun liittyvät fantasiat näyttävät liittyvän kiinteästi parien rooleihin ja valtasuhteisiin. Eronneen pariskunnan mies käyttää ”asiallisen” radiokanavan kuuntelua pakotienä ahdistavasta kotoisasta tunnetodellisuudesta, jota hän ei osaa käsitellä. Miehen radion kuuntelu taas saa vaimo tuntemaan tullessa torjutuksi. Naimisissa oleva pariskunta sen sijaan korostaa ja liioittelee naisen ja miehen kuuntelun eroja vahvistaakseen kuvitelmaa toisiaan täydentävästä parista, jossa mies on ”järkevä” ja nainen ”tunteellinen”. Tacchin mukaan ”me käytämme mediaan liittyvä fantasioita tutkiessamme ja ylläpitäessämme itseämme sukupuoliolentoina”. (emt., 2001)

1.3.3.2. ”Heimorummun” uudet tulkinnat

Teknologinen kehitys on tehnyt uudelleen ajankohtaiseksi McLuhanin (1964, 7-21) ajatuksen, että kommunikaation välineet muovaavat toimintaympäristöään enemmän kuin kommunikaation sisällöt. Taustalla on näkemys, jonka mukaan ratkaisevia yhteiskunnan kannalta ovat vaikutukset eivätkä merkitykset: Rakenteet muodostuvat siitä, miten ihmisten välinen kommunikaatio hoidetaan. Medioiden ominaislaatu taas

perustuu McLuhanin mukaan niiden kykyyn toimia ihmisen aistien jatkeina (emt., 3-6)³³

Radio on McLuhanin osin varsin vaikeaselkoisen ja myös ristiriitaiselta vaikuttavan teorian mukaan ”kuuma” väline, kun sen sijaan televisio on ”viileä”. Radion ”kuumuus” perustuu hänen mukaansa siihen, että radio laajentaa yhden aistin intensiteetin äärimmilleen vaatien täten vain vähän osallistumista kuuntelijalta (emt. 1964, 22-23). Tämän vuoksi radio sopii McLuhanin mielestä nimenomaan helpoksi taustavälineeksi; radion ja keskittymistä vaativan television työnjako perustuu siis hänen mukaansa kummankin välineen luontaisiin vahvuuksiin (emt., 311-312).

McLuhanin teoria vähäistä osallistumista vaativasta radiosta on myös kyseenalaistettu. Arvostellessaan radion nimittämistä ”sokeaksi” mm. Martin Shingler ja Cindy Wieringa (1998) esittävät useisiin lähteisiin vedoten, että vain yhteen aistiin perustuvia virikkeitä tarjoava radio vaatii itse asiassa kuuntelijaltaan enemmän osallistumista kuin monet muut mediat. Juuri tähän perustuu heidän mukaansa radion – ja kirjallisuuden - kyky saada mielikuvitus liikkeelle, niin että radio voi itse asiassa toimia tehokkaana ”mielen silmänä” (emt., 73-93).

Erityisen mielenkiintoista McLuhanin teoriassa on se, että hänen mielestään ”taustalla soiva” radio omaa potentiaalista intensiivistä ja arkaaista voimaa: Hänelle radio on ei-rationaalinen ”heimorumpu”, joka kykenee ilmentämään tiedostamatonta ja primitiivistä yhteisyyttä – ja joka kykenee esimerkiksi rytmittämään yhteistä aikaa uutisten, aikamerkkien, liikennetiedotusten ja erityisesti säätiedotusten avulla (1964, 298-299; vrt. Steeg Larsenin näkemys radiosta integroivana rituaalina; 2000, 265-272).

Radion luoma yhteisyys perustuu McLuhanin mukaan siihen, että useimmat kuuntelijat kokevat radion hyvin intiiminä ja välittömänä yhteytenä auditiiviseen avaruuteen (emt. 1964, 299). Näin radio kykenee luomaan kuuntelijalleen ”oman tilan” minne tahansa (vrt. ”mielen huoneet”, Alasuutari 1999a, 94-95; Åberg 1999, 69-70).

Kuitenkaan radio ei ole McLuhanin ajattelussa individualistinen vaan kollektivistinen väline³⁴. Radion viesti on hänen mukaansa tässä yksiselitteinen ja ehdoton: Se toisaalta

³³ Tosin hänen hahmottelemansa yhteydet saattavat olla varsin vaikeasti ymmärrettäviä (myös esim. Hendy 2000b, 1-2).

yhdistää ”saman heimon” jäsenet ja toisaalta erottaa heidät muista. McLuhan huomautti jo 1960-luvulla, että teini-ikäiset kuuntelevat radiota juuri tällä periaatteella (emt. 1964, 302-303). Tällä hetkellä McLuhanin kuvaus näyttäisikin kohtuullisen osuvasti kuvaavan postmoderneja ”heimorumpuja” eli ”uuden radion” elämäntavan ja makutottumusten perusteella rajatuille yleisösegmenteille suunnattuja kanavia (vrt. Hujanen & Jauert 1998, 123-124; myös Hendy 2000b, esim. 3-4 ja 238-239) ja radiomarkkinoiden muutoksen herättämää pelkoa ”yhteisen kansallisen sfäärin” katoamisesta.

McLuhania uudelleen tulkinnut David Hendy huomauttaa kuitenkin, että yksi ja sama henkilö voi kuulua useampaan kuin yhteen ”heimoon” aina tilanteen mukaan (emt. 2000b, 121). Hänen mukaansa radion ei tarvitse siis myöskään olla vääjäämättömästi separatistinen vaan radio voi toimia myös välittävänä tekijänä esimerkiksi alueen ja kansallisvaltion välillä³⁵, etnisten identiteettien välillä tai esimerkiksi puheradioiden³⁶ muodossa erilaisten poliittisten mielipiteiden välillä.

Radion toimiminen välittäjänä erilaisen kulttuurien välillä edellyttää Hendyn mukaan tietoista tasapainottelua, joka hänen mielestään onnistuu parhaiten julkisen palvelun järjestelmän puitteissa (myös Curran 1998a, 190-191). Hän arvioi, että ”huolimatta myös julkisen palvelun puolella esiintyvistä paineista maksimoida yleisömäärät, monet ovat silti suhteellisen vapaita ottamaan riskejä yleisömäärän suhteen kulttuuristen päämäärien vuoksi” (emt., 239) – tämä ajatus näyttää siis sisältävän näkemyksen julkisesta palvelusta ”interventionistisena” (vrt. Ang 1991; 102, 119-120). Sen sijaan kaupallisille yrityksille on Hendyn mukaan luonteenomaista riskin minimoiminen ja vallitsevan näkemyksen myötäily.

1.3.3. Konvergenssi ja digitaalinen tulevaisuus

Radion digitaalisesta tulevaisuudesta puhuttaessa viitataan useisiin toisiinsa kytkeytyviin kehityskulkuihin. Kysymys on toisaalta digitalisoidusta sisällöntuotannosta ja toisaalta uusista jakelujärjestelmistä. Digitalisoidulla jakelulla viitataan tämän hetken eurooppalaisessa keskustelussa ennen muuta ns. maanpäälliseen digitaaliseen jakeluverkkoon ja nettiradioon (esim. Hendy 2000a, 213).

³⁴ McLuhanin rotumystiikalle vivahtavan tulkinnan mukaan saksalaiset, afrikkalaiset, intialaiset, kiinalaiset ja myös venäläiset ovat alttiita radion ”heimorummun” vaikutuksille.

³⁵ Esimerkiksi Radio Suomi

Radiossa jakelun digitalisoinnin katsotaan tavallisesti tuovan mukanaan kolme asiaa: lisää kanavia, CD-tason äänentoiston ja mahdollisuuden saada lisäpalveluna tekstiä ja kuvia digitaaliradion ruudulle (esim. Barnard 2000, 249-250). Digitalisointiin liittyy myös keskustelu välineiden mahdollisesta konvergenssista ja vuorovaikutuksellisuuden mahdollisuuksista (Hendy 2000a, 213).

Digitaalinen radio nettiradion muodossa on itse asiassa jo levinnyt laajalle – yksin USA:ssa oli jo vuonna 1997 tuhansia asemia (Hendy 2000a, 218). Euroopassa ja mm. Kanadassa myös maanpäälliseen verkkoon perustuva digitaalinen radio on periaatteessa pitkälle kehitetty; ratkaisevassa asemassa ovat olleet julkisen palvelun yleisradioyhtiöt. Saksassa digitaalisten lähetysten pitäisi periaatteessa tavoittaa koko väestö vuoteen 2008 mennessä (emt., 221), Englannissa digitaalisten palvelujen pitäisi olla jo nyt tarjolla yli 60 prosentille väestöstä (Barnard 2000, 250) ja Suomessakin yli kahdelle miljoonalle (Hannula-Stenqvist 17.11.1999).

Käytännössä kuitenkin vain harvat kuulevat digitaalisia lähetyksiä, sillä kuuntelu edellyttää uuden vastaanottimen hankkimista: Syksyllä 2000 Suomessa on arvioitu olevan vasta vajaat 200 vastaanotinta. Kuuntelijoiden vähäisyyden vuoksi kaupalliset toimijat ovat DAB-teknologian edelläkävijämaassa Englannissakin vain hitaasti innostuneet digitaalisesta radiosta (Hendy 2000a, 215, 221-222).

1.3.3.1. Auditivinen väline ruudulla

Radiotutkijoiden keskuudessa näkemykset digitalisoinnin merkityksestä vaihtelevat – toiset näkevät suuria mahdollisuuksia, toiset merkittäviä uhkia.

Teoriaa radiosta auditivisena välineenä kehittänyt Åberg ei ymmärrä, miten ”näyttörüutuun sidottu” kuuntelu sopii yhteen ”visuaalisesta vapautetun” radion ”kaikkiällä läsnä olevan” ominaislaadun kanssa. Hän toivoisi digitalisoinnista käytävän laajaa kansalaiskeskustelua, jossa voitaisiin punnita kehityksen tarpeellisuus (toistaiseksi vähäisen) empiirisen tiedon pohjalta. Jo tuotannon digitalisointi on hänen mielestään tuonut visuaalisen elementin radioon: Juttua koostettaessa seurataan enemmän äänen profiilia näyttörüudulla kuin itse ääntä. (emt. 1999, 215-216).

³⁶ Tai suomalaisen radion puhelinkontaktiohjelmien

Ruohomaan (2000, 127) mukaan sisältöjen ja DAB-radioon liittyvän käytännön tiedon vähäisyydestä ei tarvitse olla huolissaan: Myös radion alkuaikoina tuli ensin teknologia, jolle sitten myöhemmin keksittiin käyttöä. Ruohomaa näkee digitaalisuuden ”radiolle ja sen ohjelmatarjonnan mahdollisuuksille uutena, suurena tulevaisuutena” (emt., 140). Taustalla on ajatus, että tarjonnan laajentuminen parantaa kuuntelijan yksilöllisiä valinnan mahdollisuuksia ja uusi teknologia palvelujen laatua – digitaalinen radio tarjoaa CD-tasoisesta äänen ja yksityiskohtaista lisätietoa kuultavista ohjelmista tai mainostettavista tuotteista.

Ruohomaan mukaan digitalisointi ei myöskään heikennä ”kaikkiällä läsnä olevan” radion arkipäiväisen ja liikkuvan käytön mahdollisuuksia vaan päinvastoin parantaa niitä. Konvergenssi merkitsee Ruohomaan mukaan ennen kaikkea sitä, että ”radiotarjontaa voi vastaanottaa useista eri medioista” (emt. 2000, 138). Viime kädessä uuden teknologian käyttöönotto ja sovellutusten leviäminen on hänen mielestään kuitenkin kuluttajan valinta. Tällöin ratkaisevia ovat uusien palvelujen helppokäyttöisyys ja saavutettavuus, luonteva liittyminen tuttuihin entisiin palveluihin ja yksilöllisistä ominaisuuksista saatava etu. (emt., 139). Digitaalisen radion käyttäjille tulisikin Ruohomaan mukaan tarjota samantapaisia käyttöohjeita kuin ensimmäisten radiovastaanottimien käyttäjille. Erityisesti tulisi opastaa käyttäjiä löytämään haluamansa palvelut laajenevasta mediatarjonnasta (Ruohomaa 2000, 140; myös Barnard 2000, 250).

Ruohomaan kanssa monessa suhteessa samaa mieltä näyttää olevan Stephen Barnard (2000, 256), jonka mukaan ”teknologisen kehityksen historia ei kerro meille, hyväksytäänkö uudet investoinnit, keksinnöt tai jakelutiet.” Hän muistuttaa, että suuret investoinnit eivät taanneet tulevaisuutta stereofonisen äänen jälkeen kehitellylle kvadrofoniselle tekniikalle; FM-teknologia kehitettiin 1930-luvulla, mutta siitä tuli radiolähetysten pääasiallinen tekniikka vasta 40 vuotta myöhemmin. Barnard toteaa, että ratkaisevaa uuden tekniikan leviämisen kannalta on kuluttajien kokeman hyödyllisyyden ohella tekniikan pääsy teollisuuden standardiksi.

Median ”konvergenssiin lupauksiin” ”analyttisen skeptisesti” suhtautuva Hannu Nieminen puolestaan toteaa konvergenssia kuluttajan kannalta eritellessään. ”On muistettava, että uusi tekniikka omaksutaan käyttöön vain, jos sen avulla voidaan edullisesti ja helposti korvata aiemmin käytetty” (emt., 1999a, 17). Hän muistuttaa nyt käytössä oleviin tekniikoihin liittyvistä vakiintuneista kulttuurisista muodoista ja ennakoii esimerkiksi television, kotitietokoneen ja puhelimen säilyttävän erilliset

käyttötarkoituksensa vielä pitkään – tähän luetteloon voisi epäilemättä liittää myös perinteisen ”ääniradion”.

Barnard näyttää kuitenkin olevan jossain määrin huolissaan radion tulevaisuudesta ja ”eetterin perinteistä yleisradiotoiminnasta” (emt. 2000, 257). Hänen mukaansa Yhdysvalloissa käyttöön otettava IBOC-järjestelmä näyttää takaavan analogisten AM- ja FM-lähetysten tulevaisuuden, mutta eurooppalainen DAB-järjestelmä jättää analogisten lähetysten tulevaisuuden avoimeksi. Englannissa on ennakoitu analogisten lähetysten lopettamista jo vuoteen 2010 mennessä; Suomessa on Ruohomaan mukaan ajateltu analogisen verkon toimivan ainakin 15 vuotta eteenpäin (2000, 139). Barnard kuitenkin ennakoii, että AM- ja FM-lähetysten lopettamisesta on sovittava kansainvälisesti. Myös vapautuvien analogisten taajuuksien käytöstä on erilaisia näkemyksiä: Ne voidaan esimerkiksi joko antaa pienimuotoisten yhteisöradioiden tai matkapuhelinverkkojen käyttöön. (emt. 2000, 256-257; Ruohomaa 2000, 139).

1.3.3.2. Digitaalisen vapauden rajat

Digitalisoinnin edelläkävijämaan Englannin perspektiivistä kirjoittavan Hendyn (2000a) mukaan digitaalista radiota(kin) on markkinoitu Euroopassa vuorovaikutuksellisenä, demokraattisen osallistumisen mahdollistavana ja valinnanmahdollisuuksia lisäävänä teknologiana. Hänen mukaansa näyttää kuitenkin siltä, että digitalisointi ei välttämättä lisää ratkaisevasti valinnan mahdollisuuksia eikä osallistumista. Todennäköistä sen sijaan on suurten kansainvälisten multimediaritusten vaikutusvallan kasvu, joka saattaa johtaa radion ”rakenteelliseen alistamiseen” muille medioille (emt., 213). Käytännössä lopputulokseen vaikuttaa kuitenkin paljolti digitaalisen teknologian poliittinen säätely (emt., 232; myös Barnard 2000, 245-252).

Medioiden digitaalinen konvergenssi perustuu mahdollisuuteen vapaasti yhdistellä samaan muotoon saatettuja eli binaariseen digitaalkoodiin perustuvia ääniä, kuvia ja tekstejä. Digitaalinen jakelujärjestelmä taas mahdollistaa eri elementtien jakelun samoja kanavia pitkin. Kaapeliteknologia edustaa jo toteutunutta konvergenssia (Barnard 2000, 248), samoin nopeasti laajenevassa nettiradiossa välineiden konvergenssi on jo tapahtunut tosiasia. (Hendy 2000a, 215)

Perinteisen radion asemaa ja valinnan mahdollisuuksien toteutumista saattaa David Hendyn mukaan heikentää se, että erilaiset mediapalvelut pyritään jatkossa entistä

enemmän tarjoamaan laajojen multimediatportaalien kautta. Tällöin portaalia ylläpitävä yritys pystyy säätelemään tuotteiden saatavuutta. Kun samaan aikaan maksullisten palvelujen määrä kasvaa, perinteisen ilmaisen radion merkitys saattaa vähentyä (emt. 2000a, 222-226).

Valinnan mahdollisuuksien lisääntymisessä ei ole kuitenkaan Hendyn mukaan olennaista määrää sinänsä vaan *erilaisten* kanavien lisääntyminen. Tässä mielessä voidaan pitää myös etuna sitä, että digitalisointi suosii korkeiden investointi- ja tuotantokustannusten vuoksi suuria monialaisia mediayrityksiä. Useita tuotteita kontrolloivien konglomeraattien uskotaan tuottavan monipuolista tuotevalikoimaa, jotta saman omistajan tuotteet eivät kilpailisi keskenään.

Hendyn mukaan uuden tuotannon korkeat kustannukset yhdessä versioinnin halpuuden ja vaivattomuuden kanssa houkuttelevat kuitenkin käyttämään yksiä ja samoja sisältöjä mahdollisimman monessa muodossa enemmän kuin luomaan kokonaan uusia. (emt. 2000a, 222-229)

Samana tuotteen versiointi eri jakelukanaville ja tuotannon omistuksen keskittyminen uhkaavat Hendyn arvion mukaan viedä radiolta sen itsenäisen aseman: Digitaalisessa tulevaisuudessa radiosta tulee yhä enemmän laajan mediateollisuuden kokonaisuuden tarpeille alistettu tuotannon sektori. (emt. 2000a, 232; myös Barnard 2000, 249)

Erityisen hankalaksi saattaa muodostua julkisen palvelun radion asema, mikäli yleisöt entisestään pirstoutuvat ja lupamaksujärjestelmän legitimitetti sen vuoksi horjuu.

Hendy viittaa arvioon, jonka mukaan julkisen palvelun tulisi pitää vähintään kolmannes kokonaisuuntelusta säilyttääkseen lupamaksun oikeutuksen. (emt., 231).

Digitalisoinnin valinnan vapautta lisäävästä vaikutuksesta ei siis ole Hendyn mukaan mitään takeita. Pahimmassa tapauksessa hän näkee digitalisoinnin ”pirstovan massayleisöä juuri sen verran, että se uhkaa Englannin perinteisen korkeatasoisen tuotannon³⁷ rahoitusta kykenemättä kuitenkaan kompensoimaan tätä lisäämällä ratkaisevasti valinnan mahdollisuuksia”. (emt. 2000a, 230).

Vuorovaikutuksellisuuden mahdollisuuksien Hendy myöntää lisääntyneen erityisesti nettiradion myötä. Nettiradion perustamis- ja ylläpitokustannukset saattavat ovat varsin vähäisiä, mutta asema saattaa siitä huolimatta saavuttaa todella globaalin yleisön.

Monet Internetissä toimivat asemat rohkaisevat kuulijoitaan aktiiviseen vuorovaikutukseen mm. pyytämällä kommentteja lähetyksistä, perustamalla keskusteluryhmiä ja järjestämällä erilaisia palaute – ja mielipidekyselyjä. (emt. 2000a, 218-219).

Hendy suhtautuu kuitenkin kriittisesti ”aktiivisen kuuntelijan” malliin, joka hänen mukaansa heijastuu jopa radioiden muotoilussa: Digitaalisen vastaanottimen valmiiksi ohjelmoidut kanavat houkuttelevat kuuntelijaa kanavasurffailuun.³⁸ Viime kädessä Hendy ei kuitenkaan usko radion kuuntelun olevan pääsääntöisesti luonteeltaan aktiivista vaan passiivista. Juuri tätä passiivisuutta myös multipleksioperaattorit pyrkivät hänen mukaansa hyödyntämään: Tavoitteena on sitouttaa kuluttaja ”asiakassuhteeseen” eli saman omistajan tuotteiden käyttämiseen. (emt. 2000a, 232).

1.3.4. Julkisen palvelun radio yleisömarkkinoilla

Jaksossa kartoitetaan valtakunnallisten kuuntelutietojen avulla julkisen palvelun radion asemaa Suomen radiomarkkinoiden kokonaisuudessa. Tämän tutkimuksen haastateltavien asuinalueen Kainuun tilanteeseen viitataan erikseen silloin, jos olosuhteet poikkeavat koko maan tilanteesta – Kainuun radionkuuntelu vastaa kuitenkin pääpiirteissään hyvin valtakunnallista keskitasoa (esim. Kytömäki & Ruohomaa, Yleisökertomus 1999, 20).

1.3.4.1. Kotimainen radiotarjonta

Suomalainen radiotarjonta on laajentunut viimeisten viidentoista vuoden aikana niin, että analogisella puolella toimii tällä hetkellä³⁹ 73 yksityistä radioasemaa, joista osa on ”puolivaltakunnallisia” (esimerkiksi Kiss FM, Energy NRJ, Classic FM, Groove FM ja Suomen Sävelradio) ja yksi valtakunnallinen (Radio Nova). Yleisradiolla on kolme suomenkielistä (Radio Ylen Ykkönen, Radiomafia ja Radio Suomi) ja kaksi ruotsinkielistä (Radio Vega ja Radio Extrem) analogista kanavaa Radio Suomen ”verkossa” toimii yhteensä 21 alueradiota, mikäli Lapissa toimiva Saamen Radio lasketaan mukaan. Radio

³⁷ Viitaten mitä ilmeisimmin BBC:n tuotantoon

³⁸ Suomen tilanne herättää kuitenkin kysymyksiä tässä suhteessa: Valmiiksi ohjelmoidut radiot ja kaukosäätimet ovat todennäköisesti levinneet jo varsin laajalle, mutta kanavauskollisuus on silti selvästi kasvanut (esim. Ruohomaa 1999, 229-230).

³⁹ 19.9.2001; <http://www.radioliitto.fi/paikallisradioliitto/historia.htm>

Vegan kanavalla kuuluu viisi ruotsinkielistä alueradiota (mm. Sarkkinen 2000, 115-117).

Alueellisesti tarjonta vaihtelee huomattavasti: Suurimmissa Etelä-Suomen kaupungeissa kuuluu toistakymmentä kanavaa, kun taas esimerkiksi tämän tutkimuksen kainuulaiset haastateltavat valitsevat viidestä kanavasta: Kainuussa kuuluu kolme Yleisradion kanavaa, paikallinen kaupallinen Radio Kajaus ja valtakunnallinen kaupallinen Radio Nova.

Digitaalisia palveluja ”eetterissä” lähettää toistaiseksi vain Yleisradio, joka tarjoaa digitaalisena analogisten kanaviensa lisäksi digitaalista ympäristöä varten suunnitellut puheohjelmien Radio Peilin, klassista musiikkia soittavan Ylen Klassisen ja ennen kaikkea nuorehkoille naisille suunnatun Radio Ainon lähetykset.⁴⁰

Internetin kautta voi kuunnella Yleisradion kanavista Radio Ainoa, Radio Peiliä, Radiomafiaa ja ruotsinkielistä Radio Extremiä sekä kansainvälistä palvelua tarjoavaa Radio Finlandia ja Saamen Radiota. Kaupallisista Suomessa toimivista asemista Internetissä tarjoavat online -palvelua Kiss FM ja Radio Nova sekä NRJ⁴¹. Lisäksi Yleisradion uutistoimitus tarjoaa kuunneltavaksi ympärivuorokautista ”uutismyllyä” ja tamperelainen kaupallinen Radio 957 useamman kerran päivässä päivitettäviä uutisia myös paikallisella murteella. Internetistä löytyy myös joukko kotimaisia nettiradioita, jotka eivät välttämättä kuitenkaan tuota online -ohjelmistoa.

1.3.4.2. Julkisen palvelun radion kuuntelu

Vuoden 1999 Kansallisen Radiotutkimuksen (KRT)⁴² mukaan lähes kaikki suomalaiset kuuntelevat radiota keskimääräisen viikon aikana, päivittäin kuuntelee neljä viidestä yli 9-vuotiaasta suomalaisesta. Keskimääräinen päivittäinen kuuntelu-aika on 3 tuntia 10 minuuttia; se kasvaa iän mukana 9-14-vuotiaiden noin tunnista eniten kuuntelevien 55-64-vuotiaiden yli neljään tuntiin päivässä. Keskimääräisellä kuunteluajalla mitattuna naisten ja miesten kuuntelussa ei ole juuri eroa (myös Sarkkinen 1994, 17).

⁴⁰ YLEn lehdistötiedote 29.11.2000; 8.12.2000,

<http://www.mintc.fi/www/sivut/suomi/tele/joukkoviestintä/index.html>

⁴¹ Classic FM:n sivulla on linkki englanninkieliseen lähetykseen

⁴² Internet-kuuntelua ei Suomessa systemaattisesti tutkita (Sarkkinen 2000, 125)

Radion kuuntelu on ollut viime vuosina vähenemään päin tarjonnan lisääntymisestä huolimatta, kun taas television katselu on yleisen länsimaisen suuntauksen mukaisesti hitaasti kasvanut ollen vuonna 1999 2 tuntia 41 minuuttia (Kytömäki & Ruohomaa 1999, 13-14). Radion kuuntelun vähentymisen oletetaan johtuvan medioiden keskinäisestä kilpailusta, erityisesti television päiväaikaisen tarjonnan lisääntymisestä.

Yleisradion legitimitietin yhtenä mittarina voidaan pitää yhtiön tarjonnan tavoitavuutta ja käytön määrää (Hellman 1988; myös mm. Mytton 1999, 133-135). Kaiken kaikkiaan *radion kuunteluun käytetystä ajasta* vietetään Yleisradion kanavien parissa 61 prosenttia – yhtä paljon kuin toukokuussa 1990 ennen kanavauudistusta. Vuosikymmenen puolivälissä Yleisradion osuus kuuntelusta oli kuitenkin suurempi (Kytömäki & Ruohomaa, Yleisökertomus 1999, 14; Sarkkinen 2000, 118).

Yleisradion osuus koko väestön kuuntelusta näyttää kertovan julkisen palvelun radion edelleen suhteellisen vahvasta asemasta Suomessa – esimerkiksi Englannissa BBC:n kuunteluosuus on noin 50 prosenttia⁴³. Alle 45-vuotiaat kuuntelevat kuitenkin enemmän kaupallisia kuin Yleisradion kanavia, aivan samoin 1980-luvun loppupuolella ennen Radiomafian liikkeellelähtöä. Yli 45-vuotiaat suurkuluttajat taas suosivat Radio Suomea (Sarkkinen 2000, 119-122).

Naiset ja miehet suosivat myös jossain määrin eri kanavia – naiset kuuntelevat Radio Ylen Ykköstä selvästi enemmän kuin miehet, jotka taas suosivat selvästi enemmän Radiomafiaa. Radio Suomen, Radio Novan ja paikallisten kaupallisten kuuntelu jakautuu tasaisemmin; Radio Suomi tavoittaa enemmän miehiä mutta naiset kuuntelevat kanavaa pitempään (Kytömäki & Ruohomaa 1999, 43-44). Tätä saattaa selittää se, että Raija Sarkkisen (1994, 20-21; 2000, 123-125) mukaan naiset kuuntelevat radiota enemmän kotona ja miehet autossa tai työpaikalla: Kotona kuuntelujaksojen voi ajatella olevan pitempiä.

Vuodesta 1994 Yleisradion radiokanavien yhteinen *tavoittavuus* on laskenut kaikkiaan 15 prosenttiyksikköä. Viime vuonna YLEn kanavia kuunteli päivittäin joka toinen (52 %) ja kaupallisia 43 prosenttia väestöstä (Kytömäki & Ruohomaa 1999, 19). Nuorista 9-14-vuotiaista YLE tavoittaa vain joka neljännen ja 15-34-vuotiaista joka kolmannen, kun

⁴³ Vuonna 1999 (Hendy 2000b, 229)

taas 55-64-vuotiaista 61 prosenttia ja yli 65-vuotiaista neljä viidestä päivittäin. Ikä onkin tärkein yksittäinen radion kuuntelua määrittävä tekijä Suomessa (Ruohomaa 1993, 54).

1.4. YLEISÖSTÄ KUUNTELIJOIHIN

Tämän tutkimuksen kolmantena lähtökohtana julkisen palvelun ja radion ohella on ollut ”yleisö”. ”Esitutkimusvaihe” eli Kainuun Radion yleisösuhteiprojekti sisäisine ristiriitoinen auttoi kuitenkin hyvin konkreettisella tavalla ymmärtämään, että mediainstituutioiden ”yleisöt” tulee nähdä diskursiivisina konstruktioina; sen sijaan yleisö-käsite ei monikkomuodossakaan mielestäni erityisen hyvin kuvaa yksittäisten median käyttäjien arkista kokemuksta (Mäntymäki 2000). Käytännössä median tarve ”tuntea yleisönsä” (Ang 1991) ei siis tarkoita sitä, että median käyttäjien tarpeet ja toiveet haluttaisiin sellaisinaan tyydyttää.

Järjestäytyneet ”yleisöt” voivat ymmärtääkseni olla ongelmallisia nimenomaan ”suuren yleisön” medioille. Sen sijaan selkeästi kohderyhmäajatteluun sitoutuneet välineet saattavat rohkaista ”yleisöjään” rakentamaan kollektiivista identiteettiä, jossa ”me” alkaa hahmottua eräänlaiseksi keskustelevalksi ”julkisoksi” (Mäntymäki 2000; vrt. Ridell 1998, 295-298).

Tässä työssä olen joka tapauksessa (haastateltavista puhuessani) irrottanut kokonaan yleisö-käsitteestä, sillä ”yleisöä” voidaan mielestäni pitää paitsi lähtökohtaisesti (yleensä rajattuun – esim. jonkun kanavan yleisöl) instituutionaaliseen näkökulmaan sidottuna käsitteenä myös luonteenomaisimmillaan kvantitatiivisena käsitteenä. Tämän työn keskeisenä tavoitteena on taas ollut nimenomaan radiosuhteen merkitysrakenteiden ymmärtäminen kvalitatiivisen analyysin avulla.

”Yleisön” sijaan tutkimuksessa puhutaan siis järjestelmällisesti ”kuuntelijoista”. ”Kuuntelijoilla” ei kuitenkaan viitata esimerkiksi Yleisradion radiokanavien aktiivisiin kuuntelijoihin, mikäli tällaista rajausta ei ole erikseen tehty. Lähtökohtana kuuntelijoista puhuttaessa on sen sijaan oletus, että ihmisten elämässä radion kuuntelijan rooli on vain yksi rooli monien muiden joukossa. Kuten Ien Ang (1996, 15) toteaa, kaikki ovat joskus mutta kukaan ei ole aina ”yleisöä”. Tässä mielessä voidaan sanoa, että tämän tutkimuksen näkökulma on arkielämäänsä elävien *mahdollisten kuuntelijoiden* näkökulma. Tarkastelun kohteena on tällöin julkisen palvelun radio ja sen

merkitys kuuntelijoille arkielämän kontekstissa osana median ja radiomarkkinoiden kokonaisuutta.

1.4.1. Radion merkitys arkielämässä

Ihmisten arkielämästä käsin median merkitys yleensä ja radion merkitys erityisesti voidaan hahmottaa joko hyvin suureksi tai kohtuullisen vähäiseksi. Alasuutari (mm. 1999a) kuvaa monen muun radiotutkijan tavoin *erityisesti ”kaikkialla läsnä olevan” radion yleensä huomaamatta jäävää ”tiedostamatonta merkitystä”* mm. mielentilojen muovaajana ja ”linkkinä maailmaan” . Hän arvioi, että televisiolla on tulevaisuudessa – ja ainakin jossain määrin jo nykyisyydessä – tässä mielessä samankaltainen rooli ihmisten arkielämässä (emt. 1999b, 101-102). Steeg Larsen (2000, 259-274) taas puhuu radion kuuntelusta ilmeisesti pitkälti *tiedostamattomana rituaalina, joka kuitenkin näyttää integroivan kuuntelijansa sekä omaan perheeseen että yhteiskuntaan.*

Åberg (1999) puolestaan kiinnittää huomiota siihen, että radion kuuntelulle on ominaista *huomion kohteen ja keskittyneisyyden asteen vaihtelu* kuunneltavien sisältöjen ja tilanteen mukaan (emt., esim. 77-78; myös Alasuutari 1999a, 94-95). Hänen mielestään nykyisin käytössä olevat yleisömittausmenetelmät eivät tämän vuoksi sovi radion kuuntelun tutkimiseen (emt., 216).⁴⁴ Myös radiosta kuullun muistamista tarkastellut Tiihonen toteaa, että vaikka taustakuuntelu on yleistä radion kuuntelu ei ole aina ja koko ajan ”taustahälyä” (1996,66).

Ruohomaa puolestaan nostaa esille kuuntelijoiden väliset *yksilölliset erot*: kuuntelijalla voi olla joko löysä tai kiinteä radiosuhde (esim. 2000, 231-232). Todennäköisesti radio ”merkitsee” enemmän sille, jolla on kiinteä radiosuhde ja vähemmän sille, jonka radiosuhde on löysä. Itse olen hahmotellut pro gradu-työssäni naistenlehden lukijatyyppejä eritellen mm. intensiivistä, viileää ja teknistä suhtautumistapaa (Mäntymäki 1992). Vastaavia lukijatyyppejä on Sana-lehden lukijoista löytänyt Elina Korkee (emt., 1996).

1.4.2. Median valloittama käyttäjä

Pitkälti television näkökulmasta kirjoittavan Angin (1996) mukaan ratkaisevaa median merkityksen kannalta ei ole se, miten median käyttäjä suhtautuu johonkin tiettyyn tekstiin tai ohjelmistogenreen (emt., 20-21). Hänen mukaansa olennaista on se, että postmodernissa *maailmassa media eri muodoissaan on yhä enemmän läsnä ihmisten elämässä*; on siis meneillään postmodernin kapitalismin tuottama ”ihmisten arkisen ajan ja tilan kolonisaatio median yleisöyden kautta” (emt., 15).

Hegemonisen kuluttajan valintaa korostavan ideologian perimmäisenä tarkoituksena on Angin mukaan legitimoida nykyisten kulttuuristen teknologioiden ekspansio. Tässä yhteydessä tarkasteltuna ”yleisön aktiivisuudella” (vrt. esim. Hendy 2000a, 232) ei näytä hänen mielestään olevan mitään tekemistä kulttuurisen vastarinnan kanssa (emt., 12); päinvastoin kuluttajan valinnan vapaus – ja valinnan velvollisuus (ks. myös Eide & Knight 1999, 538) – houkuttelee median käyttäjän instituutioiden yhteistyökumppaniksi.

Television (tai radion – EM) ”luonnolliselta näyttävä” olemassaolo sinänsä on Angin mukaan diskursiivinen käytäntö, joka muovaa ihmiset potentiaalisiksi katsojiksi (emt. 1996, 22). Tältä osin Ang näyttää olevan varsin lähellä McLuhanin (1964) väline on viesti -ajattelua, jossa mediat nähdään koko elämänmuodon peruselementteinä.

Houkutellakseen ”yleisön” yhteistyökumppaniksi (”median käyttäjiksi”) ja osallistumaan vapaaehtoisesti institutionaalisiin käytäntöihin näiden käytäntöjen tulee Angin mukaan olla paitsi järkeviä ja hyväksyttäviä myös puoleensavetäviä ja mielihyvää tuottavia. Juuri ristiriitainen suhde mielihyvään (emt., 31-33) on hänen mukaansa julkisen palvelun yleisradioiden keskeinen ongelma median läpitunkemassa postmodernissa yhteiskunnassa – ja juuri mielihyvän vakavasti ottaminen on Angin mukaan nostanut kaupallisuuden vallitsevaksi ajatustavaksi.

Ang ei kuitenkaan väitä ainoastaan ”viihteen” voivan tuottaa mielihyvää median käyttäjille vaan toteaa myös ”informaation” voivan tuottaa mielihyvää. Ongelmana on hänen mielestään kuitenkin vastakkainasettelu ”vakavan ja tärkeän” ja ”helpon mielihyvän” välillä: Ilmiasultaan liian ”arvokkaina” näyttäytyvät ohjelmat torjutaan Angin mukaan helposti eräänlaisina ohjaus- ja manipulaatioyrityksinä. (emt. 1996, 31) Tämä

⁴⁴ On kuitenkin muistettava, että yleisömittausta voidaan (ja tulisi) tarkastella enemmän

näkemyks voidaan kuitenkin kyseenalaistaa; ainakin uutisilta näytetetään Suomessa vaadittavan juuri tiettyä ”arvokkuutta” (Ridell 1998, 181-198).

Angin pohdinnoissa lähtökohtana näyttääkin olevan median käyttäjä ymmärrettynä nimenomaan ja ainoastaan kuluttajaksi; tältä osin hän mielestäni itse lankeaa kritisoimaansa dikotomiseen ajatteluun. Hedelmällisempänä lähtökohtana voidaan pitää esimerkiksi Siunen ja Hulténin (1998, 140-141) näkemystä, jossa hyväksytään erilaisten diskursiivisten käytäntöjen (esimerkiksi kuluttajuuden ja kansalaisuuden) yhteispeli ja vuorovaikutus ”kerroksellisessa” identiteetissä. Kuten Hendy (2000b, 215) kirjoittaa: ”Meidät esimerkiksi määritellään eri aikoina *ja*⁴⁵ samanaikaisesti kansallisvaltion kansalaisiksi, paikallisiksi asukkaiksi, etnisen ryhmän jäseniksi ja musiikkimakumme perusteella”.

Erityisesti kuuntelijoiden suhdetta julkisen palvelun Yleisradioon pohdittaessa tämä identiteetin ”kerroksellisuus” näyttäytyy olennaisen tärkeänä: Kysymys ei ole tällöin ainoastaan kulutusvalinnoista sinänsä, vaan myös arvostuksista: Britanniassa jopa ”kuluttajan suvereniteetin” ylimmäksi arvoksi asettaneen ns. Peacockin komitean puheenjohtaja on myöntänyt (Tracey 1998, 114; myös Crisell 1998, 115; vrt. Rushton 1993, xii) kuluttajien olevan joskus valmiita maksamaan veronmaksajina ja äänestäjinä myös sellaisesta, mitä he eivät kuluttajina ostaisi.

Myös kuuntelijan aktiivisuus ymmärrettynä pyrkimyksenä oman elämän hallintaan (vrt. ”asiakkuus”; Eide & Knight 1999, 538-542; ks. ed. s. 14) on otettava huomioon. Mielestäni Eiden ja Knightin erittelemä (enemmän tai vähemmän tietoinen) ”asiakkaan” pyrkimys hakea tukea ”minän teknologioiden” soveltamisessa voidaan nähdä Angin mielihyvän politiikan ohella selityksenä sille, *miksi* median käyttäjät lopulta vapaaehtoisesti ryhtyvät ”postmodernin kapitalismin” yhteistyökumppaneiksi eli ”median käyttäjiksi”.

1.4.3. Kohdennettua mediaetnografiaa

Tämän työn keskeisiä kiinnostuksen kohteita eli ”mahdollisia kuuntelijoita” ja julkisen palvelun radion merkitystä heidän elämässään ei voida lähestyä yleisömittauksen menetelmillä, sillä ne eivät pysty rekisteröimään median käyttäjän kokemuksia eivätkä

sopimusperäisenä koodina kuin asettumisena suhteeseen ”objektiivisen todellisuuden” kanssa

toiveita (esim. Ettema & Whitney 1994, 12-15; Curran 1998a, 189-190, Garnham 1998, 216, Mytton 1999, 79). Sen sijaan etnografisesti orientoitunut kulttuurinen mediatutkimus antaa mahdollisuuden lähestyä kuuntelijoiden arkipäivää enemmän ”kuuntelijoiden omilla ehdoilla”.

Alun perin tämän työn metodologisina esikuvina olivat Alasuutarin Radio suomalaisten arkielämässä-tutkimuksen ohella 1980-luvun ja 1990-luvun alun populaarikulttuurin reseptiotutkimukset (esim. Radway 1987, Ang 1985), joissa huomio kiinnitettiin arkielämäänsä elävien median käyttäjien ja mediasisältöjen suhteeseen tietyssä tulkintayhteisössä.

Tätä ”uutta mediaetnografiaa” on 1980- ja 1990-lukujen taitteesta lähtien arvosteltu mm. median yhteiskunnallisten vaikutusten unohtamisesta, rajoitumisesta mikrotason analyysiin ja ”yleisön aktiivisuuden” merkkien tulkitsemisesta yksioikoisesti merkeiksi median käyttäjien (kuluttajien) vallasta (keskustelua aiheesta esim. Ang 1996, 11-13; Morley 1997, 121-137; Corner 1998, 108-134; Gray 1999, 22-37 ja Alasuutari 1999b, 1-21). On myös epäilty, että äärimmilleen vietyinä arkielämästä kiinnostunut ”radikaali” mediaetnografia ”syrjäyttää median mediatutkimuksen keskiöstä” (Schrøder/Alasuutari 1999b, 7).

John Cornerin (esim. 1998, 108-134) jäsenyyksen mukaan reseptiotutkimus jakaantuu periaatteessa kahteen erilaiseen ”linjaan”. Uutisten ja faktaohjelmien tulkintoja kartoittavat tutkimukset (ks. esim. Jensenin artikkeli 1991, 135-148) kuuluvat Cornerin mukaan ”public knowledge” (julkisen tiedon – EM) projektiin, kun taas tyypillisimmillään saippuaopperoiden vastaanottoa tarkastelevat tutkimukset edustavat Cornerin mukaan ”popular pleasure” (suosion ja mielihyvän)-projektia, jonka keskeisenä syntinä Curran pitää kokonaisyhteiskunnallisen perspektiivin unohtamista .

Ann Gray (1999, 22-37) puolestaan katsoo Cornerin jaottelun myötäilevän selvästi jakoa naisten ja miesten tutkimusten välillä ja heijastelevan tieteen sukupuolijakoa, jossa naisten ”mielihyväprojekti” hahmotetaan edelleen miesten ”tietoprojektia” vähämerkityksellisemmäksi. Hänen mukaansa kulutuksen ja mielihyvän tutkiminen ei ole suinkaan yhteiskunnan kannalta triviaalien sivuseikkojen tutkimusta.

⁴⁵ Kursiivi alkuperäisessä tekstissä

Tämän keskustelun yhteydessä mm. David Morley on peräänkuuluttanut tutkimusta, jossa yhteiskunnallisen makrotason kysymysten pohdinta yhdistetään arkipäiväisen median käytön analyysiin (emt. 1997, 127). Vastaavasti esimerkiksi Alasuutari hahmottelee ”kolmannen sukupolven” vastaanottotutkimusta, joka kartoittaa ”median kulttuurista paikkaa tämän päivän maailmassa” (1999b, 7) hylkäämättä kuitenkaan etnografisesti orientoitunutta vastaanottotutkimusta.

Myös käsillä olevassa työssä pyritään yhdistämään kuuntelijoiden radiosuhteen ja Yleisradio-suhteen laaja-alaisen empiirisen kartoituksen merkeissä ”public knowledge”- ja ”popular pleasure”-projektien näkökulmia (ks. Corner 1998, 108-134 [1991]; vrt. Gray 1999, 22-37; myös esim. van Zoonen & Hermes & Brants 1998, 1).

”Uuden etnografian” vaikutus näkyy ennen muuta siinä, että tutkimuksessa kiinnitetään päähuomio kuuntelijoiden arkipäiväistä kokemusta ilmentävään radiota käsittelevään puheeseen. Kuuntelijoiden kulutusvalinnat ja niille annetut merkitykset nähdään kuitenkin *vain yhtenä näkökulmana* radiosuhteeseen: Mielihyvän ja tunteiden ohella tarkastellaan mielipiteitä ja arvostuksia, mielenkiinnon kohteena on identiteettipolitiikan ohella yhteiskuntapolitiikka ja viime kädessä identiteettipolitiikan suhde yhteiskuntapolitiikkaan.

Tutkimuksen kohteena ei siis ole kuuntelijoiden *arkipäivä sinänsä*, vaan nimenomaan kuuntelijoiden ja välineen/siihen sisältöjä tuottavan instituution ja viime kädessä tietyn julkisuuden säätelyn periaatteen *suhde* – eli, Alasuutaria (1999b, 7; ks. edellä) mukailleen – (julkisen palvelun) radion paikka kuuntelijoiden arkipäivän elämässä.

Tutkimusasetelmaa muovaa toisaalta hyvin keskeisesti se konstruktivistisesta teoriaperinteestä vaikutteita saanut lähtöoletus, että yksilökohtaisesti tarkasteltunakaan ”kuuntelijan näkökulma” ei välttämättä ole yksi koherentti kokonaisuus vaan diskursiivisesti rakentunut ”monikerroksinen” ja mahdollisesti myös sisäisesti ristiriitaiselta vaikuttava entiteetti (vrt. Hall 1999, 248-253). Näin ollen ei ole mielekäästä kysyä esimerkiksi, onko kuuntelija suhteessaan julkisen palvelun radioon ”kansalainen” vai ”kuluttaja” (vrt. Hagen 1992), sillä mitä todennäköisimmin hän voi arvioida yhtä ja samaa ilmiötä sekä kansalaisena että kuluttajana (ks. esim. Crisell 1998, 115, Brants 1998, 174).

Tässä työssä kysymys kuuntelijan ”aktiivisuudesta” tai ”passiivisuudesta” näyttäytyy myös eri näkökulmista eriluontoisena. Radion kuuntelutottumuksia ja –kokemuksia kartoitettaessa kysymyksenasettelu lähestyy käyttötarkoitustutkimuksen (uses and gratifications research) mitä kuuntelijat tekevät radiolla-kysymyksenasettelua kuitenkin niin, että tässä työssä radion käyttöä tarkastellaan mahdollisuuksien mukaan sosiaalisessa kontekstissaan ja myös suhteessa radiotarjontaan⁴⁶. Radion kuuntelua koskevassa puheessa kuuntelijan/kuluttajan ”aktiivisuus” näyttäytyy itse asiassa eräänä postmodernin yhteiskunnan sosiaalisena normina.

Sen sijaan Yleisradio-suhteissa huomiota kiinnitetään ennen muuta siihen, miten haastateltavat ”tulkitsevat” Yleisradiota ja millaisia diskursseja keskustelu Yleisradiosta haastateltavan ”diskursiivisesta repertuaarista” aktivoi. Tässä suhteessa voidaan siis ymmärtää kuuntelija ikään kuin ”vastaanottajana”, joka tavalla tai toisella reagoi ”annettuihin” yhteiskunnallisiin rakenteisiin. Juuri tämän vuoksi on mielestäni perusteltua käyttää empiirisen aineiston analyysissä teoreettisena työvälineenä esimerkiksi Yleisradioyhtiöiden(kin) suosimaa asiakas-käsitettä.

1.5. TUTKIMUSKYSYMYSTEN TARKEMPI MÄÄRITTELY

Tässä tutkimuksessa radiota, Yleisradiota ja siitä analyttisesti erotettua käsitettä ”julkinen palvelu” tarkastellaan siis kuuntelijoiden näkökulmasta. Pää tavoitteena on *tuottaa teemahaastattelujen avulla perustietoa radionkuuntelusta sekä Yleisradio Oy:n, julkisen palvelun periaatteen ja radion kuuntelijoiden suhteista*. Kuuntelijoiden ja julkisen palvelun Yleisradion suhteeseen liittyvät kysymykset voidaan tässä luvussa esiteltäjä ”teoreettisia työkaluja” käyttäen muotoilla seuraavasti:

- 1) Missä määrin ja millä tavoin kuuntelijoiden julkisen palvelun radiota koskevat odotukset kytkeytyvät toisaalta klassiseen yleisradioajatteluun, toisaalta markkinakeskeiseen uuteen radioajatteluun?
- 2) Miten kuuntelijoiden näkemykset (kansalaisina) julkisen palvelun periaatteesta, mielipiteet (asiakkaina) Yleisradio Oy:n toiminnasta ja käyttäytyminen (kuluttajina) suhteutuvat toisiinsa?
- 3) Miten kuuntelijat ymmärtävät ”yleisradiolaadun”?

⁴⁶ Toisin sanoen kysymyksenasettelu on itse asiassa kaukana U+G-suuntauksen ”paradigmaattisesta muodosta”; mediaetnografian ja uses and gratifications-perinteen metodologisesta vertailusta ks. Schröder 1999, 31-48.

- 4) Mitä kuuntelijat tietävät Yleisradiosta ja minkälaisia mielikuvia heillä yhtiöstä on?
- 5) Onko kuuntelijoiden mielestä Yleisradion olemassaololle edelleen perusteita ja jos on, niin minkälaisia?
- 6) Miten kuuntelijat mieltävät julkisen palvelun periaatteen?

Työn painopisteenä on kahdesta perinteisestä julkisen palvelun välineestä vähemmän tutkittu eli radio. Aikaisemmissa tutkimuksissa on kiinnitetty huomiota toisaalta ”annettuna otetun” radion arkipäiväisyyteen ja kulttuuriseen huomaamattomuuteen, toisaalta radion tiedostamattomaan tärkeyteen (Alasuutari esim. 1999a, 86-104, Steeg Larsen 2000, 259-274). On oltu kiinnostuneita ennen kaikkea siitä, mitä merkityksiä liittyy yleiseen tapaan käyttää radiota nimenomaan taustalla.

Viimeisten vuosien aikana radiotutkimus on lisääntynyt. On myös tuotu esille näkemys, että radion yhteiskunnallista ja kulttuurista merkitystä on yleisesti vähätelty (esim. Hendy 2000b; Barnard 2000). Entistä enemmän on kiinnitetty huomiota myös siihen, että eri ihmisillä saattaa olla erilaisia tapoja suhtautua radioon (Ruohomaa esim. 2000, 231-232) ja että radion kuuntelua on monenlaista, vaikka kuuntelulle tyypillistä näyttäisi olevan intensiteetin jatkuva vaihtelu ja aaltoilu (Åberg 1999).

Samaan aikaan teknologisen kehityksen kuitenkin arvioidaan toisaalta uhkaavan koko välineen olemassaoloa, toisaalta tarjoavan aivan uudenlaisia mahdollisuuksia (Åberg 1999, 215-216; Nieminen 1999a, 4-21; Ruohomaa 2000, 127-140; Hendy 2000a, 213-234).

Tässä työssä radionkuuntelun tutkiminen on yhtä kaikki enemmän keino kuin päämäärä sinänsä. Teoriat radiokulttuurin murroksesta (Hujanen & Jauert 1998) ja toisaalta teknologisesta murroksesta haastavat kuitenkin kysymään, miten radion kuuntelu on mahdollisesti muuttunut ja muuttumassa. Toisena näkökulmana on nimenomaan julkisen palvelun radion hahmottaminen kuuntelijoiden näkökulmasta osana radiomarkkinoiden kokonaisuutta. Näin ollen tutkimuksessa pyritään etsimään vastauksia seuraaviin kuuntelijoiden radiosuhteeseen liittyviin kysymyksiin:

- 1) Mitä radio kuuntelijoille merkitsee ja merkitseekö se eri kuuntelijoille eri asioita?
- 2) Onko naisten suhde radioon erilainen kuin miesten suhde radioon?
- 3) Kuunnellaanko radiosta (enää) perinteisen ihanteen mukaisesti keskittyneesti tiettyjä ohjelmia?

4) Miten kuuntelijat suhtautuvat edessä olevaan teknologiseen murrokseen?

Julkisen palvelun radion mahdollista erityisyyttä pohdittaessa haetaan taas vastausta seuraaviin kysymyksiin:

- 1) Erottavatko kuuntelijat julkisen palvelun radion kanavat muista ja jos, niin millä perusteella?
- 2) Pitäisikö julkisen palvelun radion kuuntelijoiden mielestä erottua jotenkin muista tarjolla olevista vaihtoehdoista - ja jos, niin miten?

2. TUTKIMUKSEN AINEISTO JA MENETELMÄT

Ensisijaisena aineistona tässä työssä on 32 Kainuussa keväällä 2000 tehtyä teemahaastattelua, joista suurinta osaa (20 haastattelua) täydentää myös viikon ajan pidetty kuuntelupäiväkirja. Taustatietoja (joita ei tässä yhteydessä erikseen analysoida) saadaan myös Yleisradion Kainuun alueradion talven 1998-99 ns. yleisösuhdetietojen yhteydessä kerätyistä palautelomakkeista (1004 kpl).

Litteroitua haastattelutekstiä on yhteensä 6,42 Mt sisältävän Word-kansion verran. Havaintojen pelkistämisessä tästä litteroidusta tekstistä (Alasuutari 1994, 30) on käytetty apuna mm. teoreettisesti perusteltujen tutkimuskysymysten pohjalta muokattua ns. analyysirunkoa. Havaintojen yhdistämisessä ja ”arvoituksen ratkaisemisessa” on haettu tekstin itsensä sisältämiä kulttuurisia jäsennyksiä ja toisaalta rakennettu typologioita, jotka sitten esitellään aiempaa tutkimusta soveltavien mallien avulla.

Tässä luvussa esitellään suhteellisen yksityiskohtaisesti empiirisen tutkimuksen toteutusta, eli pyritään kertomaan ”mitä on tehty ja miksi, ja erittelemään kunkin tutkimusvaiheen taustalla olevia oletuksia” (Höijer 1990a, 16). Jaksossa 2.1. esitellään yksityiskohtaisemmin tutkimusasetelman rakentamista eli haastateltavien valintaa ja teemarungon laatimista. Jaksossa 2.2. kuvataan itse haastattelutilanteita ja käydään läpi aineiston luokittelun ja analyysin periaatteita. Lopuksi jaksossa 2.3. pohditaan ennen kaikkea tekijän leipätyöstä Yleisradion toimittajana nousevia erityiskysymyksiä.

2.1. TUTKIMUSASETELMAN RAKENTAMINEN

Empiirisen tutkimuksen toteuttamisen lähtökohtana oli jo aiemmin useaan kertaan mainittu YLEn Kainuun Radion talven 1998-1999 ns. yleisösuhdetietojen projekti. Jo tätä projektia suunniteltaessa ilmaisina tavoitteenani olevan lisensiaattityön tekeminen ”yleisöön” liittyvistä kysymyksistä; tämä lähtökohta siis satoi empiirisen tutkimuksen alun perin Kainuun alueeseen.

Muun muassa Tampereen yliopiston tutkijankoulutuksen peruskurssin (1998) aikana saamani palautteen perusteella päädyin suunnittelemaan pitkällä tähtäyksellä kaksivaiheista tutkimushanketta, jossa lisensiaattityön osuutena olisi Kainuun tutkimus ja mahdollisessa seuraavassa vaiheessa hankittaisiin ”vertailuaineistoa” Etelä-Suomesta.

Tämän alkuperäisen suunnitelman taustalta löytyy ainakin Etelä-Suomen kaupungeissa asuvien opiskelijoiden ja tutkijoiden keskuudessa ilmeisesti varsin laajalle levinnyt käsitys, että Kainuun kaltaisen ”perifeerisen” alueen ”alueellinen alakulttuuri” olisi olennaisesti erilaista ja selvästi vanhakantaisempaa kuin esimerkiksi Varsinais-Suomen, Pirkanmaan tai Uudenmaan ”alakulttuurit”.

Kysymys alueellisten alakulttuurien eroavuuksista Suomen sisällä on moniulotteinen ja mielenkiintoinen. Tässä liseniaattityössä en kuitenkaan ota kantaa alueellisten kulttuurien eroihin, sillä tutkimuksen tavoitteena ei ole piirtää kuvaa edes Kainuun ”alueellisesta kulttuurista”. Sen sijaan pyrkimyksenä on ymmärtää, miten arkielämäänsä elävät ihmiset julkisen palvelun radion kokevat ja ymmärtävät – tosin nimenomaan Kainuun kontekstissa.

Tästä huolimatta lienee paikallaan huomioida nuorten median käyttöä selvittäneen kansainvälisen projektin yhtenä osana Kajaanin opettajankoulutuslaitoksella valmistunut kasvatustieteen pro gradu-työ, jossa vertailtiin kainuulaisten ja pääkaupunkiseudun varhaisnuorten median käyttöä: Vertailussa havaittiin sukupuolten välisiä mutta ei odotettuja alueellisia eroja (Timonen & Tolonen-Huovinen 1999, 143). Myös Kansallisen Radiotutkimuksen Kainuuta koskevat luvut antavat kuvan radion kuuntelun suhteen melko ”keskiverrosta” maakunnasta (Yleisökertomus 1999, 20).

Monista Etelä-Suomen seutukunnista Kainuu eroaa kuitenkin radiomarkkinoidensa eli tarjonnan suhteen. Useimmilla alueilla Kainuussa kuuntelijoiden valittavana on viisi radiokanavaa: Yleisradion Radio Ylen Ykkönen, Radiomafia ja Radio Suomi/Kainuun Radio sekä valtakunnallinen kaupallinen Radio Nova ja paikallinen kaupallinen Radio Kajaus. Radio Suomi on myös Kainuussa markkinajohtaja, toiseksi suosituin on Radio Kajaus ja kolmanneksi kuunnelluin Radio Nova. Radiomafia tavoittaa noin joka kahdeksannen kainuulaisen päivittäin ja Radio Ylen Ykkönen noin joka kymmenennen. (Kuuntelijatytyväisyys Kainuu/ 1999).

2.1.1. Haastateltavien valinta

Ennen haastateltavien valintaa oli lopullisesti ratkaistava, hankkiako tutkimusmateriaali yksilö- vai ryhmähaastattelujen avulla. Ryhmähaastattelujen puolesta tuntui puhuvan yksi keskeinen teema – julkiseen palveluun ja Yleisradioon liittyvät kulttuuriset mielikuvat ja odotukset, joita ryhmähaastattelun osallistujat olisivat oletettavasti voineet

kollektiivisesti työstää (Höijer 1990b, 33-34). Yksilöhaastattelujen tässä tutkimusasetelmassa korvaamaton etu oli kuitenkin mahdollisuus tarkastella julkisen palvelun radion legitimitetin eri tasojen (käyttö – suhde Yleisradioon eli toteuttavaan instituutioon – suhtautuminen julkisen palvelun periaatteeseen) keskinäistä suhdetta kunkin haastateltavan kohdalla erikseen. Jossakin vaiheessa toivoin kuitenkin jopa voivani sisällyttää tutkimukseen sekä yksilö- että ryhmähaastatteluja, mutta ajatus pysähtyi nopeasti taloudellisten resurssien puutteeseen.

2.1.1.1. Kainuun Radion yleisösuhteiprojekti

Tämän liseniaattityön eräänlainen esitutkimus on Kainuun alueradiossa talvella 1998-1999 toteutettu yleisösuhteiprojekti. Projektin tavoitteena oli BBC:n esikuvaa mukaillen (ks. *Extending Choice* 1992, *People and Programmes* 1995) sekä tarkentaa kuvaa alueradion kuuntelijoista että lisätä vuorovaikutusta mm. järjestämällä yleisötilaisuuksia. Hankkeen keskeinen osa oli yleisötilaisuuksien osanottajille suunnattu lomakekysely, johon vastasi yhteensä tuhat (1004) kainuulaista.

Kyselyn tulokset pohjustivat joiltakin osin liseniaattityön kysymyksenasetteluja. Esille nousivat mm. erilaisten kuuntelijaryhmien (radion näkökulmasta ”osayleisöjen”) osittain ristiriitaiset odotukset alueradion suhteen. Samoin huomio kiinnittyi arvostusten ja kulutusvalintojen osittaiseen eriytymiseen; vastausten perusteella voitiin hahmotella kolme (tai oikeastaan neljä) tapaa suhtautua alueradioon. Alueradiota voitiin pitää tärkeänä joko 1) henkilökohtaisista syistä kuuntelijana (miellyttävä radiokanava) tai 2) yhteiskunnallisista syistä kansalaisena (tärkeä alueelliselle identiteetille tms.) Osa vastaajista arvosti Kainuun Radiota 3) sekä aluepoliittisista että henkilökohtaisista syistä, osa taas 4) ei tuonut esille näkemyksiään, minkä oletettiin kertovan lähinnä välinpitämättömästä asenteesta. (Mäntymäki 1999)⁴⁷.

Myös tämän työn käytännön toteutus pohjautuu yleisösuhteiprojektiin sikäli, että tutkimuksen haastateltavat on valittu yleisösuhteiprojektin yhteydessä ilmoittautuneista vapaaehtoisista. Yhteensä 262 vapaaehtoisen joukkoon mahtui hyvin monenlaisia ihmisiä: Ikähaitari ulottui alle kymmenvuotiaista yli seitsemänkymmenvuotiaisiin – mukana oli sekä aamusta iltaan Kainuun Radiota kuuntelevia että lähinnä vain

⁴⁷ Projektin tuloksia ei tässä tarkemmin eritellä. Kysymyslomake ja tiedote ovat kuitenkin liitteenä (liitteet 1 ja 2).

kaupallisia kanavia seuraavia naisia, miehiä ja lapsia lähes kaikista Kainuun kymmenestä kunnasta.

On kuitenkin syytä kysyä, millä tavalla haastateltavien valinnan akateemisesti ajatellen ehkä jopa epäilyttävä lähtökohta – yhteistyö tutkimuksen kohteeksi epäsuorasti asettuvan Yleisradio Oy:n kanssa - mahdollisesti vaikuttaa tutkimuksen tuloksiin. Huomiota täytyy kiinnittää ensinnäkin siihen, *ketkä* ja *miksi* osallistuivat tällaisiin yleisötilaisuuksiin ja toisekseen siihen, *ketkä* ja *miksi* ilmoittautuivat vapaaehtoisiksi.

Palautelomakkeiden perusteella näyttää siltä, että suurin osa tilaisuuksiin osallistuneista oli suuriin ikäluokkiin kuuluvia alueradion vakiokuuntelijoita; ikänsä kertoneista palautteen antajista yksi kolmesta oli alle 45-vuotias ja kaksi kolmesta yli 45-vuotiaita. Neljä viidestä ilmoitti kuuntelevansa alueradiota päivittäin. Vastaajia oli Kainuun kaikista kymmenestä kunnasta, vaikka suurin osa asuikin maakunnan pääkaupungissa Kajaanissa – suurin osa palautteesta kun annettiin Kajaanin uusien tilojen avajaisten yhteydessä.

Yleisötilaisuuksiin osallistumisen *motiiveista* ei saada kuvaa palautelomakkeiden perusteella. Teemahaastattelujen yhteydessä käydyissä keskusteluissa sen sijaan tulee esiin monenlaisia osallistumisen syitä alkaen tutun kanavan tuttuja ”ääniä” kohtaan tunnetusta uteliaisuudesta ja päättyen itsenäisyyspäivän (1998) kahvitarjoilusta kaupungille kiirineen huhun houkutukseen.

M39: Olimme liikenteessä sillo itsenäisyyspäivän aikaa huomattii että mennee paljon ihmisiä tuoho pantiin auto parkkii ja lähettiin meki - käytiin kahvit juomassa käytiin tarkastamassa talo.

M35: Kiinnostaa kaikki tuommonen uus. Harmi vaemo paperitehtaalle mennöö minä en pääse menemää kiinnostas lähtee - kaikki tämmönen kiinnostaa ja sitte toenen asia – siellä Kainuun Radiossa on töessä vaimon entine koulukaveri seki oli yks syy sitte.

N53: No tietysti kahtomaa että mistä se tulee se (naurua) ja minkänäkösiä ihmisiä siellä on ja...

N45: Joo miehen mukana ja hän houkutteli mut että lähetäänkö (naurua)...

Yllättävää oli kuitenkin, että vapaaehtoisiksi haastateltaviksi ilmoittautuivat suhteessa innokkaimmin kaupallisia kanavia enemmän suosivat nuorehkot vastaajat. Vanhemmat miehet taas olivat naisia kiinnostuneempia tutkimuksesta, mitä saattaa selittää sukupuolten roolijako. Nuorempien suhteellisesti suurempaa valmiutta osallistua on sen sijaan vaikea selittää. Taustalla voisi kuitenkin ajatella vaikuttavan ”gallupdemokratian” ihanteen, jolloin tutkimukseen osallistuminen saatettaisiin kokea vaikuttamisen mahdollisuudeksi ja jopa kansalaisvelvollisuudeksi. Myös vanhemmista ikäluokista

löytyy kuitenkin niitä, jotka kertovat osallistuvansa periaatteessa kaikkiin vastaan tuleviin tutkimuksiin ja kyselyihin.

N45: (...) mää aina sit koen niinku vastuuksi että josse kerran tulee minu osotteeseen ni minä niinku täytän sen että - koska niinku aattelee sen taas että ei sitä niinku prosentuaalisesti saa sitä tulosta jos ei ne niinku kaikki oo aktiivisia että...

M56: No yleensä jos mulle jotai kyselykaavakkeita on tullu ni kyllä mä yleensä oon kaikkii vastannu käsittelee se mitä aluetta tahansa.

Kaikilla haastateltavilla ei tällaista velvollisuudentuntoista asennetta ollut. Jotkut itse asiassa kiistivät vastanneensa myöntävästi palautelomakkeen kysymykseen, jossa tiedusteltiin valmiutta osallistua jatkotutkimukseen⁴⁸. Jotkut taas sanoivat vastanneensa vahingossa myöntävästi. Suostuttelun jälkeen kaikki pyydytyt kuitenkin antoivat haastattelun, ja näitä ”vastahakoisia” haastatteluja voidaan mielestäni pitää tutkimuksessa tavoitellun diversiteetin arvokkaana lisänä. Toisessa ääripäässä ovat sitten ne, jotka sanoivat odottaneensa yhteydenottoa ja ”luulleensa jo, ettei siitä tulekaan mitään”⁴⁹.

Kaiken kaikkiaan Kainuun Radion yleisösuuhdeprojektin yhteydessä ilmoittautuneet vapaaehtoiset haastateltavat ovat siis osoittautuneet – toisin kuin aluksi pelkäsin – monessa suhteessa varsin heterogeeniseksi ryhmäksi, jota ei näytä yhdistävän kiinteä suhde maakuntaradiioon eikä siis edes voimakas tarve ”saada sanoa mielipiteensä”.

2.1.1.2. Valintakriteerit ja niiden soveltaminen

Perustavoitteena haastateltavien valinnassa oli mahdollisimman monipuolisen haastatteluaineiston kerääminen eräänlaisen ”teoreettisen otannan” pohjalta (vrt. Alasuutari 1993, 13). Ensisijaisia valintakriteereitä olivat: 1) radion kuuntelua yleensä parhaiten erotteleva tekijä eli ikä (esim. Ruohomaa 1993, 54), 2) mahdollisesti radiosuhteeseen vaikuttava sukupuoli (esim. Sarkkinen 1994, 17-22) ja 3) suhde julkisen palvelun Yleisradioon – eli pyrin löytämään haastateltaviksi sekä molempien Kainuussa kuuluvien kaupallisten radioiden että Yleisradion *eri kanavien* kuuntelijoita (Hellman 1988, 116; Lowe 1999, 15-26).

⁴⁸ Lomakkeet olivat minulla esillä, kun soitin ja sovin haastatteluista. Näin ollen saatoin vakuuttaa, että kysymykseen oli yhtä kaikki vastattu myöntävästi.

⁴⁹ Palautekyselyn ja tutkimuksen välillä oli lähes puolitoista vuotta.

Perustiedot potentiaalisista haastateltavista sain palautekyselyn lomakkeista. Niiden perusteella pystyin ottamaan huomioon myös valinnassa toissijaisia kriteereitä eli vastaajan asuinpaikan ja radiosuhteen etäisyyden tai läheisyyden (Ruohomaa 1999, 231-232): Oletin, että näkemyksensä huolella ja vuolaasti perustelleiden vastaajien radiosuhde olisi kiinteämpi kuin muutamalla rastilla koko lomakkeesta selvinneiden⁵⁰.

Halusin tutkimukseen myös mukaan sekä maaseudulla että kaupungissa asuvia haastateltavia, sillä asuinpaikan voi ajatella vaikuttavan radiosuhteeseen: Kainuun maaseudulla monet saavat lehtensä vasta iltapäivällä, joten radion aamulähetyksillä voi olla heille huomattava merkitys.

Käytännössä valitsin haastateltavat niin, että jaoin vapaaehtoiset ensin sukupuolen perusteella ja sitten kymmenen vuoden välein muodostettuihin ikäryhmiin (alle 15, 15-24, 25-34 jne.). Jokaisesta ryhmästä pyysin kolme haastateltavaa pitäen silmällä heidän kuuntelutottumuksiaan siten, että mukaan tuli sekä julkisen palvelun eri kanavia että molempia kaupallisia kanavia kuuntelevia. Toteutuneiden haastattelujen perusteella voidaan nyt sanoa, että täten saatu aineisto on kohtuullisen monipuolista: Mukana on paljon Radio Suomea ja toisaalta Radio Novaa suosivia, mutta kaikkien muidenkin kanavien kuuntelijoita.

Toissijaisia valintakriteerejä sovelsin haastateltavien seulonnassa tilanteen sen salliessa – ja teoreettisesti perusteltujen kriteerien lisäksi valintaan vaikuttivat Kainuun pitkät välimatkat. Kotikaupungistani Kuhmosta maakunnan toiselle laidalle suuntautuneet haastattelumatkat merkitsivät parhaimmillaan yli 400 kilometrin ajoa päivässä, joten pyrin sopimaan samalle päivälle samalle suunnalle mahdollisimman monta tapaamista.

Haastateltavien määrän ylärajaksi olin alun perin ajatellut noin viittäkymmentä, mutta käytännössä päädyin noin kolmeenkymmeneen. Tähän vaikuttivat saamani asiantunteva palaute, vaikutelma ”kyllästymispisteen” saavuttamisesta tietyissä kohtuuden rajoissa, haastattelujen aikana esiin tulleet seikat ja myös ajalliset rajoitukset – hakiessani rahoitusta opintovapaata varten en ollut osannut arvioida oikein kaikkia ajan käyttöön vaikuttaneita tekijöitä.

⁵⁰ Periaatteessa tämä kriteeri tietysti mittaa ennen kaikkea sitä, miten tiivis suhde vastaajalla on Radio Suomi/Kainuun Radioon.

Haastateltavien määrän supistaminen merkitsi käytännössä sitä, että rajasin pois nuorimmat ja vanhimmat ikäryhmät (alle 15-vuotiaat, 64-75-vuotiaat ja yli 75-vuotiaat). Nuorimpien kohdalla rajausta vaikutti mielekkäältä jo sen vuoksi, että teemarunkoon sisältyvien ”kansalaisuuteen kutsuvien” aihepiirien käsittely tuntui tuottavan tuskaa vähän vanhemmillekin nuorille. Vanhimmissa ikäryhmissä taas haastattelut tuntuivat jo peruspiirteissään ”toistavan itseään” - vaikutti siltä, että oltiin päästy ikään kuin teoreettisen jäsenyyksen ääripäähän eli ”puhtaisiin vanhan radiokulttuurin arvoihin”.

Näin ollen nuorin tämän tutkimuksen yhteydessä haastateltu oli 17-vuotias ja vanhin 64-vuotias. Haastatteluja tein kaikkiaan 32 henkilön kanssa, sillä alun perin sovittuja täydennettiin nauhoittamalla keskustelu myös kahden asiasta erityisen kiinnostuneen perheenjäsenen kanssa: Toinen ”ylimääräinen” haastateltava oli nuoren miehen tyttöystävä, toinen keski-ikäisen naisen aviomies. Myös muissa perheissä olisi ollut mahdollista tehdä täydentäviä haastatteluja, mutta luovuin ajatuksesta ennen kaikkea tutkimukseen käytettävissä olevan ajan rajallisuuden vuoksi.

Myös haastateltavien valintakriteereitä tulkitsin lähinnä suuntaa-antavasti: Kuuntelutottumukset olivat saattaneet lähes puolentoista vuoden aikana muuttua, vaikka Kainuun radiotarjonta ei ollutkaan muuttunut. Kaikki olivat luonnollisesti puolitoista vuotta vanhempia kuin kyselyyn vastatessaan, ja osa kuului haastatteluhetkellä jo ”toiseen ikäryhmään”. Jotkut olivat muuttaneet reilun vuoden aikana maakunnan sisällä⁵¹ – yksi haastateltavista oli muuttanut kokonaan pois Kainuusta, ja toinen aiemmin vain osan ajasta Kainuussa asunut oli asettautunut entistä kiinteämmin maakuntaan. Nämä muutokset eivät kuitenkaan olleet tämän tutkimuksen kannalta ratkaisevia, koska tavoitteena ei ollut missään suhteessa ”edustava otanta”.

2.1.2. Teemarunko ja vuorovaikutuksen lajit

Teemahaastatteluisissa kuuntelijoiden suhdetta (julkisen palvelun) radioon on pyritty tarkastelemaan useista eri näkökulmista. Haastatteluihin on sisällytetty sekä henkilökohtaiseen radion/Internetin käyttöön liittyviä osia että mediapoliittisiin kannanottoihin ja ”kansalaisen diskurssiin” kutsuvia teemoja – haastateltavalle on tosin sanoen pyritty tarjoamaan sekä ”julkinen” että ”yksityinen” rooli (vrt. Ridell 1998, 125-

⁵¹ Useat haastateltavat olivat elämänsä aikana asuneet eri puolilla Kainuuta, ja esimerkiksi monilla kajaanilaisilla oli tiiviitä yhteyksiä entiseen kotikuntaansa (vanhemmat, mökki jne.).

126). Tämän lisäksi haastateltavan kanssa on pyritty keskustelemaan ”Yleisradion asiakkuudesta” kysymällä esimerkiksi tietoja Yleisradion radiotarjonnasta ja yhtiön rahoituksesta.

Haastattelujen keskinäisen vertailtavuuden takaamiseksi laadin haastatteluille teemarungon (liite 3), jonka avulla pyrin varmistamaan paitsi kaikkien olennaisten näkökulmien käsittelyn myös haastattelun etenemisen sopivassa järjestyksessä. Teemarunkoa ei kuitenkaan tarkoitettu sitovaksi ja lukitsevaksi, vaan se sisälsi esimerkiksi haastattelun etenemisen suhteen vaihtoehtoisia mahdollisuuksia. Peruseriaatteena oli edetä ”kuluttajan” kuuntelutottumuksista ja kanavavalinnoista ”asiakkaan” mielikuvia ja tietoja kartoittavan keskustelun kautta kohti ”kansalaisen” mielipiteitä (ks. s. 16) – ja palata lopuksi henkilökohtaiseen.

Tämän teemojen ideaalisen käsittelyjärjestyksen taustalla oli oletus, että haastateltavan olisi helpointa puhua omista henkilökohtaisista mieltymyksistään. Tietoja kartoittaviin kysymyksiin vastaaminen sen sijaan saattaisi tuntua kiusalliselta, joten ne pyrittäisiin esittämään luontevasti mielikuviin liittyvän keskustelun ohessa. ”Kansalaisen mielipiteisiin” liittyvä keskustelu käytäisiin haastattelun loppupuolella, jolloin haastateltava voisi halutessaan suhteuttaa kulutusvalintoja arvomaailmaansa. Lopettaminen oman tulevan kuuntelun ”visiointiin” antaisi haastateltavalle mahdollisuuden valita, haluaako hän katsoa tulevaisuuteen yhteiskunnallisella vai henkilökohtaisella tasolla vai yhdistää molemmat näkökulmat.

2.1.2.1. Kuluttajan omat merkitykset

Teemahaastattelun ensimmäisen osan eli haastateltavan omien radion käyttötottumusten kuvailun keskeisenä tavoitteena oli antaa haastateltavalle tilaisuus *määritellä mahdollisimman pitkälle itse* keskeiset kuunteluun liittyvät teemat. Avauskysymyksen pyrin muotoilemaan niin, että se ei sisältänyt oletusta ylipäättään edes radion kuuntelusta – kuten: ”Kuunteletsä yleensä koskaan radiota?” tai ”Onko radiolla mitään roolia sun arkisessa elämässä?”

Keskustelun aikana oli kuitenkin tarkoitus saada – haastateltavan ajatuskulkuja mahdollisimman pitkälle seuraten - suhteellisen monipuolinen kuva radion merkityksestä puhelemalla radion käyttötilanteista, kanavavalinnoista ja niiden perusteista ja mahdollisista mielihjelmista, perheen ja ystävien radion kuuntelusta,

mahdollisista radion tavalla tai toisella inspiroimista keskusteluista ja myös muiden medioiden käytöstä. Tämän jälkeen voitaisiin luontevasti jatkaa keskustelua joko Kainuun radiotarjonnan vaihtoehtoista tai osallistumisesta ja vuorovaikutuksen mahdollisuuksista – joista olisi luontevaa päätyä uuden teknologian sovellutuksiin.

Keskustelussa Kainuussa kuuluvista kanavista tavoitteena oli jälleen edetä niin avoimilla kysymyksillä kuin mahdollista, jotta haastateltava saisi tilaisuuden määritellä eri kanavia *itselleen merkityksellisellä tavalla* – mikä taas antaisi tutkijalle mahdollisuuden tarkastella haastateltavan kanavia luokitellessaan ja kuvaillessaan käyttämiä kategorioita. Sen sijaan ”tietojen mittaamista” sisältävät kysymykset oli tarkoitus ”piilottaa”, jotta haastateltavan ei tarvitsisi tuntea itseään epäonnistuneeksi. Esimerkiksi haastateltavan omien kanavavalintojen jälkeen voisi luontevasti kysyä, mitä muita kanavia paitsi itse kuuntelemansa haastateltava *muistaa* Kainuussa kuuluvan.

Kainuun radiotarjontaan liittyvässä keskustelussa oli ajatuksena soveltaa jonkin verran myös imagotutkimuksissa usein käytettyjä lähestymistapoja: Pyytää esimerkiksi haastateltavia kertomaan, keiden he ajattelevat puheena olevaa kanavaa kuuntelevan⁵².

Radion merkitystä käsittelevän teeman ajan haastattelijan ja haastateltavan vuorovaikutus perustui etnografisten haastattelujen peruskaavaan (ks. esim. Höijer 1990b, 35-36): Haastattelijan roolini oli aktiivinen kuuntelu, myötäily ja rohkaisu. Esitin tarkentavia kysymyksiä ja tarvittaessa nostin esiin uusia näkökulmia – eli itse asiassa esitin kysymyksiä, joihin halusin saada vastauksen. Pyrin välttämään kaikkia mahdollisesti arvosteleviksi mielletävissä olevia ilmeitä ja ilmaisuja. En kuitenkaan edes pyrkinyt esittämään ”kulttuurista tietämättömyyttä” (Höijer 1990b, 35) – mikä olisi ollutkin melkoisen outoa ainakin tilanteissa, joissa haastateltava tunnisti minut kainuulaiseksi toimittajaksi.

2.1.2.2. Asiakasnäkökulma

Yleisestä radiomarkkinoita koskevasta keskustelusta oli tarkoitus siirtyä Yleisradion ”asiakassuhteeseen” (ks. esim. jakso 1.2.2.2.) liittyviin kysymyksiin, jotka edelleen pyrittiin pitämään mahdollisimman avoimina: Näin haettiin nimenomaan haastateltavan

⁵² Aluksi (ja satunnaisesti myöhemminkin) kysyin jokaisen kanavan kohdalla, pitivätkö haastateltavat kanavaa tarpeellisena. Haastateltavat vastasivat poikkeuksetta kertomalla, *kenelle* kanava on heidän mielestään tarpeellinen – eikä mitään kanavaa pidetty tarpeettomana.

omia merkityksiä – aihe oli kuitenkin nyt selkeämmin rajattu. ”Asiakkuutta” pyrittiin kartoittamaan kolmesta eri näkökulmasta: 1) selvittämällä, mitä haastateltavat tietävät Yleisradio Oy:n radiopalveluista ja miten he ne mieltävät, 2) kartoittamalla Yleisradio-yhtiöön liittyviä mielikuvia ja (epäsuorasti) tarkastelemalla, miten haastateltavat käyttävät laatu-käsitettä spontaanissa puheessa sekä 3) kysymällä haastateltavien tietoja Yleisradio Oy:n rahoituksesta ja suhtautumisesta lupamaksuun.

Tarvittaessa teema oli siis avattava esimerkiksi kysymällä, tietääkö haastateltava mitkä aiemmin puheena olleista Kainuussa kuuluvista radiokanavista ovat Yleisradion kanavia. Toinen vaihtoehto oli kysyä, mitä haastateltavalle tulee mieleen sanasta Yleisradio.

Tähän teemaan sisältyi myös haastateltavan kannalta potentiaalisesti kiusallisia tietopuolisia kysymyksiä esimerkiksi Yleisradion rahoituksesta ja tv-maksun markkamäärästä. Halusin ottaa nämä aiheet esille tutkiakseni ”Yleisradion asiakkaan” näkökulmaa. Mielekäs keskustelu tällaisista asioista edellyttää kuitenkin sitä, että jossain vaiheessa haastattelija tarjoaa haastateltavien kommentoitavaksi myös faktanäkökulmasta oikeat vastaukset.

Yleisradiota käsittelevä keskustelu poikkesikin lähestymistavaltaan selvästi haastattelun alun tyylistä: Mahdollinen jossain mielessä ”tasaveroisen juttelun” (esim. Alasuutari 1994, 123-124) vaikutelma häveni ja roolit muuttuivat ikään kuin ”asiakkaan” ja asiantuntijan” rooleiksi, kun haastattelija ryhtyi mittaamaan haastateltavan tietoja ja antamaan oikeita vastauksia. Tämä lähestymistapa oli kuitenkin sopusoinnussa teeman perusajatuksen eli ”asiakkuuden diskurssin” (ks. s. 14) tarkastelun kanssa – vuorovaikutuksen pelisääntöjä muutettiin siis tietoisesti.

Samantapainen ”asiantuntijan” ja ”asiakkaan” vuorovaikutus jatkui osittain myös uutta teknologiaa käsittelevän keskustelun aikana. Haastateltavat (mielestäni varsin ymmärrettävästi) näyttivät oletavan, että esimerkiksi digitaalisesta radiosta tai radion kuuntelusta Internetin kautta kyselevä henkilö *itse tietää* ainakin jotakin näistä aiheista. Myös joidenkin haastateltavien tietoisuus ”siviiliroolistani” Yleisradion toimittajana tosin oletettavasti vahvisti ”asiantuntijakeskustelun” sävyä.

On kuitenkin selvää, että tällainen roolitus tuo haastattelutilanteeseen eittämättä ongelmallisia varsin avoimen vallan käytön elementtejä: Haastattelijalla ”oli tieto” ja sen

myötä valta arvioida haastateltavan suoritusta oikein/väärin-akselilla. Jotkut haastateltavat myös reagoivat selvästi tähän asetelmaan sekä tietopuolisten kysymysten yhteydessä että myös jossain määrin julkisesta palvelusta keskusteltaessa. Kaikkein voimakkaimmin reagoi muuan nuori tyttö, joka hermostui kovin julkisen palvelun määrittelyyn liittyvästä kysymyksestäni – huolimatta siitä, että vakuutin haluavani vain kuulla, ”mitä niistä sanoista juuri sinulle sattuu tulemaan mieleen”. Ilmiselvää ahdistumistaan hän selitti sillä, että ”nääh jutut on just koulussa opetettu ja mun pitäis ne tietää.”

Yleisradioon liittyvää tietämystä ”mittaaviin” kysymyksiin vastaaminen näyttikin olevan omiaan aktivoimaan sellaista puhetta, jota kunnon kansalaisen/ahkeran koululaisen ”pitää” tuottaa; tämä ”kansalaisdiskurssin” käyttö näkyy todennäköisesti esimerkiksi tv-maksuihin liittyvässä puheessa: Monet korostivat täyttävänsä kansalaisvelvollisuutensa – vaikka saattoivatkin huomauttaa, että eivät aina kovin alttiilla mielellä.

Velvollisuudentuntoisen ”kansalaisdiskurssin” aktivoituminen ei kuitenkaan mielestäni ole sinänsä ongelma eikä tuota mitenkään ”vääristynyttä” tietoa;⁵³ tässä tutkimusasetelmassa on päinvastoin tietoisesti tarjottu haastateltaville mahdollisuuksia ottaa käyttöön diskursiivisten repertuaariensa eri ulottuvuuksia (vrt. Ridell 1998, 125). Yksi avainkysymys tässä suhteessa onkin, *miten tietoisesti* kyetään ”kutsumaan peliin” joitakin (joka tapauksessa olemassa olevia) diskursiivisia rakenteita; toisaalta voidaan tietenkin todeta, ettei vallankäytön tiedostaminen itse vallankäyttöä neutraloi tai poista (vrt. Morley 1997, 129).

Tässä nimenomaisessa yhteydessä oli kuitenkin lähtöoletuksiin nähden yllättävää se, että keskustelu Yleisradiosta yhtiönä nosti pintaan yhdenlaisen ”kansalaisuuden diskurssin” eikä niinkään ”asiakkuuden diskurssia” – mikä kertoo toisaalta haastattelijan rajallisista mahdollisuuksista aktivoida erilaisia puhetapoja, toisaalta ”Yleisradio Oy:n asiakkuuden diskurssin” puuttumisesta monien haastateltavien diskursiivisesta repertuaarista.

⁵³ Jos näin ajatellaan, oletetaan ilmeisesti jonkinlaisen yksilön/ryhmän ”aidon” ja ”oman” ajattelun olevan havainnoitavissa jossakin diskursiivisten rakenteiden ulkopuolella.

2.1.2.3. Kansalaisen mielipiteet

Varsinainen ”kansalaisuuteen houkutteleva” keskustelu julkisen palvelun periaatteista ja sen toteuttamisen ”suomalaisesta mallista” eli Yleisradiosta oli määrä käydä aina vasta kaikkien muiden teemojen tultua käsitellyksi. Teeman ottaminen esille aikaisemmin olisi mitä ilmeisimmin muuttanut haastattelun luonnetta, sillä esimerkiksi haastateltavan tietoja kartoittavat kysymykset olisivat menettäneet merkityksensä.

Keskustelu oli tarkoitus pohjustaa kysymällä ensin, mitä haastateltavalle tulee mieleen sanayhdistelmästä ”julkinen palvelu” ja mitä hän ajattelisi ”julkisen palvelun” mahdollisesti olevan radion yhteydessä. Sen jälkeen tarkoituksena oli esitellä haastateltavalle Yleisradiolain 7. pykälän julkisen palvelun tehtävät ja antaa pykälä hänelle myös kirjallisena (liite 4). Samalla kertoisin, että Suomessa (ja monissa muissa Euroopan maissa) tämälantapaiset tehtävät on määrätty Yleisradiolle tai vastaavalle organisaatiolle – mutta että toisaalta kaikkialla maailmassa vastaavaa järjestelmää ei suinkaan ole, vaan esimerkiksi Yhdysvalloissa kaupalliset yritykset hoitavat sähköisen viestinnän lähes kokonaan.

Tavoitteena oli keskustella tämän esittelyn jälkeen haastateltavien kanssa julkisen palvelun nykyisestä lakisääteisestä Yleisradion Osakeyhtiöön sidotusta toteutuksesta (erittelemättä radion ja television osuutta): Pitääkö haastateltava suomalaista mallia mielekkäänä vai voiko julkisen palvelun tehtäviä tai tehtävät jakaa kaupallisille toimijoille. Tässä yhteydessä oli mahdollisuus kertoa, että esimerkiksi Norjassa julkisen palvelun tehtäviä on lakisääteisesti määrätty myös mainosrahoitteisille yhtiöille (ks. esim. Syvertsen 1999, 5-12; Ala-Fossi 1998, 34-37; ks. myös s. 24-25)⁵⁴.

Oli kuitenkin etukäteen oletettavissa, että tämänkaltaisen ”mediapoliittisen keskustelun” teemat saattaisivat olla arkielämän näkökulmasta etäisiä. Tämän vuoksi ajatuksena oli alun perin tehdä haastateltaville tässä yhteydessä selväksi, että en pidä tällä tavoin herätellyssä keskustelussa ilmaistuja näkemyksiä välttämättä vakaina mielipiteinä vaan nimenomaan ensimmäisinä mieleen tulleina ajatuksina ja mielikuvina. Keskustelun tutkimuksellisenä tavoitteena ei ollutkaan niinkään mielipiteiden kartoittaminen kuin haastateltavien käyttämien perustelujen ja merkitysrakenteiden tarkastelu.

⁵⁴ Lähdin liikkeelle lain kirjaimesta ja suomalaisessa keskustelussa tavanomaisesta julkisen palvelun määritelmästä, joka ei ota huomioon MTV:n ”osittaisia julkisen palvelun sitoumuksia” (Hellman 1999a, 426-427). Yksi haastateltava kuitenkin kyseenalaisti tässä mielessä kysymykseni.

Aiheen oletetun ”vaikeuden” vuoksi valitsin myös pitäytymisen lähinnä vain yhteen julkisen palvelun käsitteeseen liittyvään mahdolliseen peruserotteluun – eli voisiko julkisen palvelun tehtäviä hoitaa joku muu taho kuin Yleisradio Oy. En siis ajatellut ottaa esille poliittisessa keskustelussa ajankohtaisia kysymyksiä kaupallisten televisioyhtiöiden toimilupamaksusta tai julkisen palvelun ”kapeasta” tai ”laajasta” määrittelystä⁵⁵ - sisältyihän keskustelun aikana läpikäytyyn 7. pykälään jo itsessään laajan ”täyden palvelun” määritelmä. Tätä rajausta olen myöhemmässä vaiheessa katunut, vaikka kysymys ei olekaan tutkimuksen keskeisten tavoitteiden kannalta ratkaiseva.

Haastattelijan ja haastateltavan vuorovaikutuksen kannalta ”mediapoliittinen keskustelu” toi mukaan taas uusia ulottuvuuksia. Teeman käsittelyn aikana tutkijan rooli liukui asiantuntijan roolista kohti gallup-tyyppisen mielipidetutkimuksen haastattelijan roolia, ja haastateltava kansalainen asetettiin vuorostaan eräällä tavalla ”itseoikeutetun asiantuntijan” rooliin. Haastattelun lopuksi kysytyt oman kuuntelun tulevaisuuden visiot taas antoivat haastateltavalle mahdollisuuden itse valita, puhuako kuluttajana, asiakkaana vai kansalaisena, jolloin useimmat haastateltavat valitsivat selvästi ”yksityisen” kuluttajan roolin.

2.1.2.4. Roolipeli haastattelussa

Käytettäessä roolipeliä tietoisena tutkimuksen strategiana lähtökohtana on näkemys ihmisten välisestä sosiaalisesta kanssakäymisestä aina ja kaikkialla jossain mielessä roolipelinä (Alasuutari 1994; 125-131, 134) – jolloin roolien ulkopuolista ”aitoa” ja paljasta olemista ei edes voida havainnoida.

Vastaanottotutkimuksissa on kokeiltu erilaisia haastattelijan rooleja (Montonen 1990, 198), mutta etnografisen tutkimuksen ihanteeksi on feministisesti orientoituneiden töiden myötä asetettu tasaveroinen keskustelu (Silverman 1993, 94-95). Naisten keskinäisessä naisenelämää sivuavassa keskustelussa ”sisaruus” onkin eräällä tavalla todellinen tasaveroisuuden pohja. Voidaan kuitenkin kysyä, missä mielessä toisaalta laadullisessa tutkimuksessa tavoiteltavana pidetty (vrt. Ridell 1998, 125) ”psykoterapeuttisesti orientoituneen” aktiivisesti kuuntelevan ja rohkaisevasti

⁵⁵ Osassa haastatteluja otin tosin ”kapean” ja ”laajan” määritelmän kokeiluluontoisesti esille, jos haastateltava vaikutti julkisen palvelun teemasta kiinnostuneelta.

myötäilevän tutkijan rooli (Höijer 1990b, 35-36) luo pohjaa tasaveroiselle keskustelulle. Todella tasaveroista keskustelua voisi luonnehtia pikemminkin juuri vastavuoroisuus (Ronkainen/Alasuutari 1994, 126).

Kuten esimerkiksi Pertti Alasuutari (1994, 126) toteaa, valtasuhteet ovatkin väistämättä osa vuorovaikutustilannetta. Niiden ei kuitenkaan tarvitse katsoa ”vääristävän” tilannetta, silloin kuin myös ne ovat tietoisien huomion kohteena (emt., 127-128; Silverman 1993, 97) tai jopa tavallaan osa tutkimuksen menetelmää (myös Ridell 1998, 125-126). Tässä tutkimusasetelmassa eriluonteisten vuorovaikutustilanteiden rakentaminen oli mielestäni teoreettisesti perustelua, sillä erityyppisten puhetilanteiden kautta voitiin pyrkiä lähestymään kuuntelijan ja julkisen palvelun radion suhteen eri aspekteja (vrt. Alasuutari 1994, 135). Toimittajataustan etuna oli taas valmius tietoisesti käyttää hyväksi erilaisia haastattelustrategioita (vrt. emt., 123).

2.2. KÄYTÄNNÖN TOTEUTUS

Tätä tutkimusta varten tein siis keväällä 2000 yhteensä 32 teemahaastattelua parin kuukauden aikana siten, että ensimmäinen haastattelupäivä oli tiistai 4. huhtikuuta ja viimeinen torstai 8. kesäkuuta. Haastateltavien valintaa ja temaarunkoa on kuvattu aiemmissa jaksoissa. Tässä jaksossa kuvataan yleisellä tasolla näiden haastattelujen fyysisiä puitteita ja ilmapiiriä ja otetaan esille haastattelujen aikana heränneitä menetelmällisiä kysymyksiä. Jakson loppuosassa keskustellaan haastattelujen litteroinnista sekä tutkimusmateriaalin erittelystä ja tulkinnasta.

2.2.1. Teemahaastattelut

Aloitin haastattelut huhtikuun 2000 alussa maakunnan toiselle laidalle suuntautuneilla haastattelumatkoilla. Pitkän matkan ja kustannusten vuoksi sovin yhdelle päivälle niin monta tapaamista kuin välimatkat huomioon ottaen suinkin mahdollista: Yhtenä päivänä tein jopa viisi haastattelua. Huomasin kuitenkin liian tiukan tahdin vaikeuttavan keskittymistä, joten hidastin vauhtia: Touko-kesäkuussa saatoin tehdä joskus vain yhden haastattelun päivässä.

Pyrin ajoittamaan haastattelut arkipäiviin siten, että ensimmäisen tapaamisen sovin aamupäivällä kymmeneksi. Illalla viimeinen mahdollinen tapaamisaika oli seitsemältä, sillä varasin kullekin haastattelulle lähtökohtaisesti kaksi tuntia aikaa. Nauhoitetut

varsinaiset tutkimushaastattelut olivat keskimäärin noin tunnin mittaisia – lyhyimmät haastattelut mahtuivat puoleen tuntiin, mutta pisimmät kestivät puolitoista tuntia.

Suurin osa haastatteluista tehtiin varsin arkisissa puitteissa eli kotien keittiöiden pöytien ääressä, mutta muutama myös ravintolassa ja kolme työpaikalla. Vaikka useimmiten olin suurimman osan ajasta haastateltavan kanssa kahden, muut perheenjäsenet saattoivat pistäytyä aika ajoin paikalla.

Molemmat ”ylimääräiset” haastattelut (nuori nainen ja keski-ikäinen mies) saivat alkunsa siitä, että ”ylimääräiset” haastateltavat kuuntelivat kumppaninsa etukäteen sovittua haastattelua ja osoittivat tavanomaista suurempaa mielenkiintoa haastattelun aihetta kohtaan. Toisessa tapauksessa ”alkuperäinen” haastateltava eli vaimo oli jo haastattelua kysyessäni varsin vastahakoinen ja ilmoitti miehensä olevan perheen ”varsinainen radioihminen”. Toisessa tapauksessa taas poikaystävänsä haastattelua kuunnellut nuori nainen kertoi pitäneensä kysymyksiä kovasti mielenkiintoisina, jolloin ehdotin hänellekin haastattelua.

2.2.1.1. Haastateltavien rekrytointi

Haastateltavien rekrytoinnista ja siihen liittyvästä mahdollisesta suostuttelusta ei kovin paljoa tutkimusraporteissa keskustella. Kuitenkin voidaan ajatella yhteydenoton ratkaisevan pitkälti sen, miten haastateltava varsinaisen haastattelutilanteen mieltää. Kuten esimerkiksi Pertti Alasuutari (1994) toteaa, ihmisillä on tarve ymmärtää ”mistä on kysymys” (emt., 128). Juuri tältä kannalta tutkijan ensimmäinen esittäytyminen saattaa olla ratkaisevaa.

Tässä tutkimuksessa yhteydenotot teki erityisen ongelmallisiksi se, että haastateltavat oli valittu Kainuun Radion yleisösuhteprojektin yhteydessä. Kysyessäni haastattelua jouduin ristiriitaiseen tilanteeseen: Oli tarpeen muistuttaa projektista, josta piti kuitenkin samalla irrottautua. Ratkaisin asian selostamalla tilanteen pääpiirteissään niin kuin se oli: Esittelin itseni ja kerroin tekeväni tutkimusta ”radion kuuntelusta yleensä”. Kysyin, muistiko keskustelukumppani täyttäneensä Kainuun Radion tiloissa lomakkeen, jossa kysyttiin vapaaehtoisia jatkotutkimukseen - ja tarvittaessa vakuutin hänen joka tapauksessa näin tehneen. Kerroin, että kyseessä on keskustelunomainen noin tunnin kestävä haastattelu ja kysyin, liikenisikö häneltä mahdollisesti tämä tunti.

Yllätyksekseni suurin osa pyytämistäni haastateltavista suostui antamaan aikaansa jona näin kursorisen pyynnön perusteella. Vain muutamat tarkistivat, minkälaisesta tutkimuksesta oikeastaan on kysymys. Heille kerroin tekeväni ”normaalia akateemista opinnäytetyötä”, jolla ei ole mitään tekemistä Yleisradion Kainuun Radion tai muiden mediarytysten intressien kanssa. Haastateltavien valinta tapahtuisi vain käytännön syistä mm. alueradion avoimien ovien tilaisuuksissa kerättyjen listojen pohjalta⁵⁶.

Loppujen lopuksi kukaan alun perin valitsemistani haastateltavista ei kieltäytynyt - kaksi alustavasti sovittua haastattelua jäi kuitenkin tekemättä käytännön järjestelyjen hankaluuden vuoksi. Yksi haastateltavista kysyi aluksi palkkiota, mutta suostui lopulta ilmaiseen haastatteluun ”tieteen edun vuoksi”. Muutamat olivat varsin vastahakoisia ja sanoivat antaneensa suostumuksensa vahingossa – joku jopa ”muisti varmasti”, että ei ollut kyllä-ruutuun rastia laittanut. Osa esteli vedoten siihen, että he kuuntelevat niin vähän radiota - vakuutettuani haluavani haastatella myös vähän radiota kuuntelevia hekin kuitenkin suostuivat.

Toisaalta jotkut haastateltavat kertoivat muistavansa oikein hyvin täyttämänsä palautelomakkeen ja sen, että he olivat olleet kiinnostuneita jatkotutkimuksesta⁵⁷. Joku oli suorastaan kärsimättömästi odottanut, eikö häneen otetakaan yhteyttä. Nämä haastateltavat olivat yleensä Kainuun Radion vakiokuuntelijoita, jotka olettivat ilmeisesti voivansa haastattelun antamalla myös vaikuttaa kuuntelemansa kanavan toimintaan.

Näissä tapauksissa siis haastateltavien odotukset eivät lähtökohtaisesti olleet sopusoinnussa minun tutkimuksellisten intressieni kanssa, eivätkä haastattelun alussa antamani selvitykset välttämättä mielikuvaa täysin muuttaneet. Tällöin voidaan kysyä, missä määrin nämä haastateltavat esimerkiksi ”ylikorostivat” kanavasuhteensa intensiteettiä ”tullakseen paremmin kuulluksi”. Toisaalta kohtuullisen pitkien ja radiota useista eri näkökulmista tarkastelevien keskustelujen aikana (ja myös kuuntelupäiväkirjojen avulla) syntyi mielestäni yleensä varsin selvä kuva haastateltavan arkipäiväisistä mieltymyksistä. Näin eri tilanteissa esiin tulleita ilmaisullisia vivahteita oli kunkin haastateltavan kohdalla mahdollista analysoida ja ”ymmärtää” koko haastattelutilanteen kontekstissa.

⁵⁶ Aivan kaikki haastateltavat eivät tulleet mukaan yleisötilaisuuksien kautta vaan vastattuaan muissa yhteyksissä palautekyselyyn.

⁵⁷ Lomakkeessa kysyttiin kiinnostusta ”Kainuun Radiota koskevaan” jatkotutkimukseen.

2.2.1.2. Haastattelutilanne

Haastattelutilanteiden ilmapiiriä voidaan yleisesti ottaen kuvata kohtuullisen vapaaksi ja miellyttäväksi. Erityisesti naisten haastattelujen perustunnelma muotoutui teemarunkoon sisäänrakennetusta ”roolipelistä” (s. 65-70) huolimatta helposti tuttavalliseksi rupatteluksi kahvimukin äärellä (vrt. Willner-Rönholm/Alasuutari 1994, 125). Varsinkin keski-ikäisten naisten ja monissa tapauksissa myös miesten tapaamisissa perussävy oli tuttavallisen tasavertainen – tosin jotkut miehet ehkä juuri tämän vuoksi näyttivät arvelevan, että kerään aineistoani jonkun toisen ”varsinaisen tutkijan” työstettäväksi.

Sen sijaan joidenkin nuorten kohdalla jo ikäni ja kohtuullisen ”rouvamainen” olemukseni asettivat minut auktoriteettiasemaan, josta yritin mm. tietoisien rennon puhetyylin avulla hieman irrottautua. Myös joidenkin vanhempien henkilöiden asennoitumisesta näytti heijastuvan periaatteellista kunnioitusta ”tutkimusta” ja ”tutkijaa” kohtaan.

Haastattelijana ja tutkijana roolini oli joka tapauksessa eittämättä erikoislaatuinen ja jossain määrin myös hankala sikäli, että muutamat haastateltavat tunnistivat minut YLE/Radio Suomen Kainuun Radiossa työskenneeksi toimittajaksi⁵⁸. Ei ole aivan helppoa arvioida, miten se lopulta vaikutti – jos vaikutti – haastatteluihin; todennäköisesti ainakin eri tilanteissa eri tavalla.

Oma lähtökohtani tässä suhteessa oli, että en itse ottanut opintovapaan aikana passiivisena voimassa olevaa työsuhdettani puheeksi haastatteluissa. Haastattelun alussa kerroin vain tekeväni jatko-opintoja ”Tampereen yliopistossa Suomen Kulttuurirahaston rahoituksella” ja korostin, että tutkimushaastattelun ainoa yhteys Kainuun Radion yleisösuohdeprojektiin oli haastateltavien rekrytointi. Tämä merkitsi käytännössä mm. sitä, että useimmissa tapauksissa en millään tavoin viitannut haastateltavien aiempiin lomakevastauksiin. Joiltakin kysyin kuitenkin yleisötilaisuuksiin osallistumisesta ja osallistumisen motiiveista tarkentaakseni kuvaa haastateltavaksi valikoituneiden taustoista.

⁵⁸ Voi tietenkin olla, että kaikki eivät tuoneet ”tunnistamista” mitenkään esiin. Esimerkiksi pronominiinien käyttö on kuitenkin tässä suhteessa melko paljastavaa (vrt. ”siellä teillä” tai ”ne siellä”).

Mitä toimittajataustaani liittyviin periaatteellisiin kysymyksiin tulee, lähtökohtaisesti voidaan tietenkin olettaa minut Yleisradiossa työskennelleeksi toimittajaksi tunnistaneiden esittäneen jonkinlaisen ”vieraskoreuden” vuoksi ”todellisia mielipiteitään” myönteisempiä arvioita Yleisradiosta ja erityisesti Kainuun alueradiosta. Erityisen hankalalta tilanne näyttää, jos oletetaan Yleisradion (ja Yleisradiossa työskennelleen toimittajan) yhteiskunnallisen statuksen olevan kovin korkea.

Toisaalta voidaan kysyä, miksi haastateltavat eivät haluaisi tuoda Yleisradio-taustaiseksi tunnistetun haastattelijan tekemässä tutkimushaastattelussa esiin ”negatiivisia asioita” julkisen palvelun Yleisradiosta? Yhtä hyvin voidaan mielestäni olettaa, että Yleisradio-kriittisiä ajatuksia tuodaan tällöin esiin tavallista hanakammin: Yleisradion palvelujen aktiiviset käyttäjät saattavat olla iloisia mahdollisuudesta esittää näkemyksensä havaitsemistaan epäkohdista, kun taas lähtökohtaisesti Yleisradio-kriittiset saattavat mielellään perustella kriittisyyttään.

Vahvat mielipiteet omaavien haastateltavien suhteen haastattelijan tausta ei mielestäni olekaan mikään ongelma. Sen sijaan haastattelijan taustan vuoksi tässä työssä on vaadittu sekä haastattelu- että analyysivaiheessa aivan erityistä tarkkuutta niissä tapauksissa, jolloin haastateltavalla ei ole ollut selkeää ”mielipidettä” tai näkemystä julkisen palvelun Yleisradiosta. Näissä haastatteluissa olen ikään kuin varmuuden vuoksi pyrkinyt kiinnittämään huomiota esimerkiksi kysymysten aseteluun: Olen siis tietenkin tahtoen nostanut jo kysymyksissä esiin potentiaalisesti nykyisen järjestelmän suhteen kriittisiä näkemyksiä, samoin olen huolellisesti pyrkinyt tarkkailemaan jo haastattelutilanteessa sekä omia että haastateltavan reaktioita.

Mielestäni olennaisinta on kuitenkin se, että keskeisin tutkimuskysymys ei ole ollut *mitä* vaan *miten* ja *miksi*. Tavoitteena ei siis ole alun perinkään ollut ”laskea mielipiteitä” tai sitä, kuinka moni haastateltavista kuuntelee mitään kanavaa. Sen sijaan on pyritty kartoittamaan haastateltavien käyttämiä diskursiivisia repertuaareja ja argumentaatiostruktuureita. Kärjistetyksi sanoen: Tästä tutkimuksellisesta näkökulmasta ”kyllä” ilman perusteluja on ”melkein ei”. Tässä suhteessa mahdolliset reaktiot haastattelijan taustan mahdolliseen tunnistamiseen näyttäytyvät nimenomaan analyysin kohteina: Analyysivaiheessa periaatteena on ollut, että kaikki haastatteluihin sisältyvä (sekä litteroitu teksti että haastattelun tunnelmasta ja tuntemuksista tehdyt muistiinpanot) on ymmärretty tutkimuksen kohteena olevaksi ”tekstiksi”.

Millä tavoin toimittajataustani tunnistaminen sitten on käytännössä havaittavissa haastatteluissa? Lyhyesti voidaan sanoa, että selviä ”vaikutuksia” oli nähtävissä vain muutaman haastateltavan kohdalla. Kaikkein voimakkaimmin toimittajuuteni näytti vaikuttavan eläkeläismieheen, joka ei selvästikään halunnut kertoa kuuntelevansa enimmäkseen Radio Kajausta (jota hän kuuntelupäiväkirjankin mukaan enimmäkseen kuuntelee):

H: Kotimaista kuitenkin – just. No ootsä pannu merkille mitä kanavaa sä kuuntelet ooksä sitä – kiinnitäksä huomiota yleensä siihen vai onko sillä väliä?

M56: No sanotaanko se on saattanu olla toi paikallisradioki kyllä tossa päällä mutta – silloin ku - jos haluvaa vähä asiapitosempaa ohjelmaa nii silloin silloin mää käännän kyllä Yleisradion puolelle.

Toinen eläkeläismies puolestaan otti vakavasti puheeni puolueettomuudesta. Hän kertoi mielikuviaan Radio Kajauksesta tähän tapaan:

M64: Se tässä on huono puoli sinä luulet että minun täytyy nyt jotenki mielistellä mutta - mä sanon Kajauksen että mä oon nähny sen yhen piirteen johonka mä oon kiinnittäny huomiota että siellä se toimittajakunta...

Ylipäätään vaikutti käytännössä siltä, että useimmat minut toimittajana tunnustaneet haastateltavat pyrkivät aivan erityisen huolellisesti ja kriittisesti ilmaisemaan myös kielteiset mielipiteensä Yleisradiosta – jotkut haastateltavat mielsivät toisaalta ”akateemisen tutkimuksen” aluksi jopa niin ehdottoman ”neutraaliksi”, että epäilivät radiokanavien nimien mainitsemisen sopivuutta ylipäätään.

Mielestäni haastateltavien suhtautumista haastattelijaan ja haastattelutilanteeseen kuvaa myös se, että jotkut katsoivat tarpeelliseksi puolustella ja selitellä markkinakriittisyyttään ja YLE-myönteisyyttään (ks. esim. jakso 6.2.2.2.); ilmeisesti hegemonisen ideologian vastaisiksi koetut näkemyksensä he ilmaisivat muodossa ”henkilökohtaisesti olen kuitenkin sitä mieltä, että...”. Yleisradio Oy:n ”itsestään selvän” olemassaolon kyseenalaistavilla ja nykyisen järjestelmän vaihtoehtoja esiin tuovilla kysymyksillä toki myös pyrittiin suorastaan kannustamaan kriittisyyden suhteessa julkisen palvelun ideologiaan ja Yleisradioon.

Sen sijaan joissakin haastatteluissa ongelmia aiheutti se, että olin kertonut haastattelua pyytäessäni tutkivani vain ”radion kuuntelua”. Useat haastateltavat olivat sitten etukäteen pohtineet mahdollisia radion kuunteluun liittyviä kysymyksiä ja omia vastauksiaan. Tällöin kuitenkin tiedolliset ja ”kansalaisen mielipiteitä” kartoittavat kysymykset saatettiin kokea hermostuttavina osittain myös sen vuoksi, että niihin ei oltu osattu varautua (vrt. Alasuutari 1994, 129; myös Mytton 1999, 63).

Samoin kysymysten avoimuus kiusasi joitakin haastateltavia – he yrittivät vastatessaan jatkuvasti ääneen arvailla, mitä minä ”oikeastaan ajan takaa” (vrt. Silverman 1993, 96). Voidaankin sanoa, että tutkimuksen aikana tuli monessa yhteydessä hyvin vahvasti esille haastateltavien tarve tulkita tilannetta ja ”ymmärtää mistä on kysymys” (vrt. Alasuutari 1994, 128-129, 131). Jotkut näyttivät kykenevän orientoitumaan hyvin nopeasti uudentyyppisiin kysymyksiin - ja samalla uuteen vuorovaikutustilanteeseen - ryhtyen esimerkiksi haastattelun edetessä esittämään minulle vastakysymyksiä.

Läheskään kaikki haastateltavat eivät kuitenkaan näyttäneet havaitsevan eri näkökulmista (kuluttaja, asiakas, kansalainen) tuottamansa puheen mahdollista ristiriitaisuutta. He eivät yrityksistäni huolimatta suostuneet selittelemään tai ”suhteuttamaan” eri ulottuvuuksia toisiinsa. Tämä liittyy todennäköisesti sekä radion kulttuuriseen näkymättömyyteen (Alasuutari esim. 1999a, 92-95; myös 1993, 6-7), jäsentymättömään suhtautumiseen Yleisradioon (Yleisökertomus 1999, 31) ja ylipäänsä koko keskustelunaiheeseen (myös Mytton 1999, 100): Haastateltavat eivät olleet ehkä koskaan aiemmin pohtineet haastatteluissa esiin nousseita seikkoja. Niinpä monet sanoivatkin haastattelun jälkeen ”kuuntelevansa radiota tästä lähtien aivan eri tavalla”.

2.2.2. Aineiston analyysi

Yhteensä 32 litteroidusta teemahaastattelusta on muotoutunut muhkea, kaiken kaikkiaan 6,42 Mt tutkimusmateriaalia sisältävä tiedostokansio. Tässä jaksossa 2.2. esittelen suhteellisen lyhyesti tämän laajan aineiston käsittelyn ja analyysin periaatteita ja käyttämiäni teoreettisia työkaluja. Yksityiskohtiin palataan jossain määrin vielä myöhemmin tulosten raportoinnin yhteydessä.

2.2.2.1. Litterointi

Viime aikoina on alettu kiinnittää entistä enemmän huomiota haastattelujen litterointivaiheen merkitykseen (esim. Ridell 1998, 124-125; Myers 2000). Usein pahoitellaan sitä, että litterointivaihe jää problematisoimattomaksi rutiiniksi. Tämän kehityksen taustalla on ilmeisesti keskusteluntutkimuksen menetelmien ja diskurssianalyysin lähestymistapojen yleistymisen yhteiskuntatieteellisessä kulttuuritutkimuksessa.

Onkin sinällään selvää, että haastattelujen tekstiksi purkamisen yhteydessä tehdyt valinnat ovat yksi osa teoreettis-metodologista kokonaisuutta. Valintojen pohtiminen esimerkiksi sellaisten yksityiskohtien kuin välimerkkien käytön suhteen on myös paikallaan (kuten Ridell 1998, 124). Omassa työssäni kokeilin välimerkkien suhteen tavallisuudesta poikkeavaa käytäntöä sikäli, että pyrin merkitsemään kirjoitetun kielen lauserakenteesta eroavat puheen rytmitykset (lyhyet hengitystauot ym.) – ajatusviivalla. Tämä parantaa mielestäni jossain määrin kirjoitukseksi muunnetun puhutun kielen ymmärrettävyyttä.

Mielestäni kysymys litteroinnin tarkkuudesta tulisi kuitenkin edelleen ratkaista perinteisen ohjeen mukaan suhteessa kysymyksenasetteluun ja käytettäviin analyysimenetelmiin (esim. Alasuutari 1994, 76). Tässä työssä esimerkiksi tutkimuksen kohteena ovat ennen kaikkea haastattelujen teemojen keskinäiset suhteet ja toisaalta haastateltavien väliset erot ja yhtäläisyydet - vuorovaikutuksen yksityiskohdat ovat vain välillisesti merkityksellisiä. Myöskään käytettävät analyysimenetelmät eivät edellytä hyvin tarkkaa litterointia. Niinpä en katsonut tarpeelliseksi kirjata litteraatioon äänenpainoja, päällekkäin puhumisia tai taukojen kestoa. Änkytykset ja muminat merkitsin vain suurin piirtein. Huomioin kuitenkin selvästi erottuvat tauot, naurut ja kuuluvat huokaukset – sekä edellisessä kappaleessa mainitun puherytmin.

Raskaan ja puuduttavan litterointivaiheen vieminen läpi omakätisesti maksoi kuitenkin sinänsä vaivan. Itse tehtyjen haastattelujen omakätinen litteroiminen antoi jo kirjaimellisesti vahvan ”sormituntuman” tutkimusmateriaaliin, mikä säästi aikaa ja vaivaa myöhemmin analyysivaiheessa. Itse asiassa tässä työssä on juuri tässä mielessä vaikea sanoa, milloin litterointi loppuu ja analyysi alkaa.

2.2.2.2. ”Havaintojen pelkistäminen”

Aineiston analyysi voidaan Alasuutarin (1994) mukaan jakaa laadullisessa tutkimuksessa kahteen vaiheeseen, jotka eivät kuitenkaan käytännössä ole erotettavissa toisistaan: Havaintojen pelkistämiseen ja arvoituksen ratkaisemiseen (emt., 30). Jensen taas puhuu Ridellin mukaan tutkimusaineiston tuottamisesta, sen erittelystä ja tulkinnasta (Jensen/Ridell 1998, 110). Havaintojen pelkistäminen voidaan Alasuutarin mukaan jaotella ensin olennaisen etsimiseen lähtökohtana olevan teoreettisen viitekehyksen valossa ja sitten havaintojen yhdistämiseen (emt., 30-31).

Ennen ”havaintojen pelkistämistä” oli syytä vielä tarkentaa kuvaa siitä, *mitä* itse asiassa pyrkisin havainnoimaan (Höijer 1990a, 17). Tutkimuskysymyksiä ajatellen oli olennaista kiinnittää huomiota a) kunkin haastateltavan radion kuunteluun sinänsä, b) julkisen palvelun radion legitimitetin eri ulottuvuuksiin (kuluttajuus – asiakkuus – kansalaisuus) ja näiden ulottuvuuksien keskinäisiin suhteisiin kunkin haastateltavan kohdalla erikseen ja c) haastateltavien mahdollisiin eroihin ja yhtäläisyyksiin.

Eri näkökulmiin liittyvät havainnot oli mahdollista yhdistää laatimalla alkuperäisten tutkimuskysymysten, käytössä olleen temarungon, haastattelujen aikana tehtyjen havaintojen ja litteroinnin aikana saadun yleiskuvan pohjalta ”analyysirunko” (liite 5). Käydessäni litteroitua aineistoa toista kertaa läpi kirjasin kunkin haastateltavan henkilökohtaiseen ”analyysirunkoon” tutkimuksen tavoitteiden kannalta relevanteilta vaikuttaneet havainnot ja myös niihin liittyvät sitaatit. Kirjaamisen tavoitteena oli ennen kaikkea tuoda analyysiin systemaattisuutta (ks. esim. Höijer 1990a, 16) ja välttää (osittain myös yksinkertaisen laskemisen avulla) vaikutelmien ja mielikuvien mielivaltaa.

Teorialähtöisistä havainnoista esimerkkinä olivat radion erilaiset kuuntelijatyypit. Ne olivat jo alustavasti hahmottuneet litteroinnin aikana sillä perusteella, *mitä* haastateltavat itse asiassa kertoivat radiosta kuuntelevansa. Taustana olivat toisaalta vanhan ja uuden radiokulttuurin ideaalimallit (Hujanen & Jauert 1998, 103-131), jotka antoivat virikkeen pitää silmällä kuuntelijoiden suhdetta toisaalta radiokanavaan ja toisaalta perinteisiin radio-ohjelmiin. Radion kuuntelun tutkijoiden havainnot taas viittasivat siihen, että radiolla ei yleensä ole juuri minkäänlaista tiedostettua merkitystä (Alasuutari esim. 1999a, 92-95; Steeg Larsen 2000, 259-274) – mutta myös siihen, että radion merkitys voisi olla yksille aivan toisenlainen kuin toisille (Ruohomaa esim. 1999, 231-232).

Joidenkin kuuntelijoiden puheesta löydetty aktiivisuuden normi on taas esimerkki havainnosta, jota en ollut alun perin ymmärtänyt etsiä - olin varautunut pitämään silmällä toisentyypisiä kulttuurisia normeja (Tiihonen 1996, 64-66; Alasuutari 1991, 232-285). Kiinnitin kuitenkin litterointivaiheessa huomiota ”hassun kuuloiisiin” sanakäänteisiin, joita jotkut haastateltavat käyttivät tulevaisuuden radion kuuntelua kuvatessaan. Kirjallisuudesta löysin taustaa tälle tavalla tai toisella aktiivisuuden osoittamiseen liittyvälle puheelle, johon liittyvät huomiot kirjasin myöhempää tarkempaa pohdintaa varten henkilökohtaisiin ”analyysirunkoihin”.

2.2.2.3. ”Havaintojen yhdistäminen”

Tässä tutkimushankkeessa ”arvoituksen ratkaisemisen” vaiheen tavoitteeksi voidaan kunnianhimoisesti määritellä kuuntelijoiden ja julkisen palvelun radion suhteen ominaispiirteiden ymmärtäminen osana suomalaista yhteiskuntaa. Tällöin on kuitenkin selvää, että tavoitetta ei tässä työssä saavuteta – vaikka jotakin pyrin asiasta sanomaan.

Pyrkiessäni ”sanomaan jotakin” irrottaudun siis samalla esimerkiksi Ien Angin edustamasta radikaalietnografiseksi (Schrøder 1999, esim. 47-48) luonnehditusta näkemyksestä, jonka mukaan huomio tulee etnografisesti orientoituneessa tutkimuksessa kiinnittää jokapäiväisen elämän kirjon monimuotoisuuden kuvaamiseen – eikä havainnoille ”väkivaltaa” tekevien kategorioiden rakentamiseen. Sen sijaan Kim Christian Schrøder (1999) toteaa laadullisen tutkimuksen havaintojen esittämisestä: ”Missä tahansa median vastaanottotutkimuksessa pitäisi valmistautua vastaamaan yksinkertaisiin löydöksiä koskeviin kysymyksiin suhteellisen yksinkertaisella tavalla, olkoonkin että sellaiset vastaukset ovat väistämättä loputtomien hajanaisten käytäntöjen ’puutteellisia’ esityksiä” (emt., 48).

Schrøder vertaa laadullisessa tutkimuksessa muodostettuja kategorioita karttoihin, joiden avulla voidaan paikantaa keskeisiä tutkitun alueen ilmiöitä (emt., 53-54). Hänen mukaansa muodollisten kategorioiden rakentaminen antaa pohjaa tutkimuksen reliabiliteetille sikäli, että kategorioita voidaan vertailla ja niiden pätevyyttä punnita myös yksittäisen tapaustutkimuksen ”paikallisen selittämisen” ulkopuolella (1999, 52).

Brittiläisten mielikuvamainosten vastaanottoa tutkinut Schrøder itse on esimerkiksi sijoittanut eri lukijatyypit kolmesta osittain päällekkäisestä ympyrästä koostuvaan graafiseen kuvioon. Tällöin hän pystyy kuvaamaan laadullisessa tutkimuksessa myös haastateltavien asemaa suhteessa ideaalityyppeihin - eli haastateltavien jakautumisen ”puhtaisiin” ja ”välimuotoihin”. Haastateltavien paikantaminen olennaisia tuloksia kuvaaviin kaavioihin mahdollistaa siis myös yksinkertaisen laskemisen (*kuinka moni* haastateltava kuuluu mihinkin kategoriaan), jota yhä useammat tutkijat pitävät nykyään suotavana myös laadullisen tutkimuksen yhteydessä (myös esim. Seale 1999, 465-477).

Omassa työssäni olen luonnollisesti etsinyt tutkimusaineiston tulkinnessa ja tulosten esittämisessä tukea aiemmista tutkimuksista ja myös aiemmin käytetyistä malleista: Esimerkiksi ”Schrøderin mallia” olen käyttänyt esitellessäni kolmea radion

kuuntelijatyyppejä, kun taas esimerkiksi kuuntelijoiden ja julkisen palvelun suhdetta kuvaan soveltamalla Heikki Hellmanin (1988, 119) käyttämää alun perin Dag Anckarin esittelemää mallia. Näiden mallien etu on, että niiden avulla voidaan mielestäni liittää yhden näkökulman osalta yhteen yksittäisten kuuntelijoiden kokemusten mikrotaso ja osana yhteiskunnan murrosta muuttuvan radiokulttuurin makrotaso.

2.3. TOTEUTUKSEN ARVIOINTIA: LÄHTÖKOHTA ONGELMANA?

Oman työn itsekriittistä arviointia voitaisiin ainakin periaatteessa pitää olennaisena osana ”refleksiivistä” laadullista menetelmää. Tässä työssä olen pyrkinyt kuljettamaan itsekriittistä säiettä mukana koko empiirisen tutkimusasetelman muotoutumista kuvaavan jakson ajan, enkä aio hylätä itsekritiikkiä jatkossakaan.

Työn eri vaiheiden myötä olen pyrkinyt kaiken aikaa huomioimaan myös tutkimuksen ”reliabiliteettiin” ja ”validiteettiin” liittyviä kysymyksiä (kuten teoreettisten lähtökohtien yksilöinti, haastateltavien valinta, haastattelutilanteen luonne, analyysin etenemisen kuvailu – ks. esim. Höijer 1990a, 15-20). En kuitenkaan käy enää uudelleen erikseen läpi näitä kysymyksiä, sillä ratkaisujen toimivuus ja perusteltavuus käy parhaiten ilmi kussakin asiayhteydessä. Laadullisen tutkimuksen laatua pohtinut Clive Seale (1999, 466-467) sanookin, että kvantitatiivisessa tutkimuksessa ei tulisi pyrkiä yksiselitteisiin laatukriteereihin vaan tulkitsemaan metodologiset säännöt ohjenuoriksi, joita tulee seurata tutkimuksen konteksti huomioon ottaen - Sealen mukaan tutkimus on itse asiassa käsityöläistaito (craft skill).

Tässä arvioivassa jaksossa otan kuitenkin lyhyesti erillisenä kysymyksenä esille leipätyöni Yleisradiossa ja sen mahdollisesti aiheuttaman tutkimuseettiset ongelmat. Olen tosin sivunnut myös tätä aihetta työn eri vaiheissa, mutta tiivistän vielä mielestäni olennaiset näkökohdat.

Koko työn lähtökohtana on siis ollut – kuten olen jo useampaan kertaan tuonut esille - Yleisradion alueradion toimittajan omakohtainen kokemus radion tuotantokulttuurin murroksesta ja julkisen palvelun radion kriisistä. Empiirisen työn taustalla taas on ollut eräänlaisena ”esitutkimusvaiheena” toteutettu Yleisradion Kainuun Radion yleisösuhteiprojekti.

Tunnustan kuitenkin, että en tutkimusta aloittaessani ymmärtänyt ryhtyväni mahdollisesti eettisiä ongelmia tuottavaan hankkeeseen: En ole rakentanut identiteettiäni sen varaan, että työskentelen Yleisradion toimittajana. Jäädessäni opintovapaalle Suomen Kulttuurirahaston apurahan turvin koin siis ryhtyväni ”vapaaksi tutkijaksi”.

Mitä tulee käytännön toteutukseen, olen pyrkinyt tutkimuksen kaikissa vaiheissa yhtä kaikki refleктоimaan opintovapaan aikana passiivisena voimassa olevaa työsuhdettani – olen ottanut sen eräänlaisena olosuhdetekijänä, jonka mahdollisia vaikutuksia pyrin pitämään silmällä ja pohtimaan. Omalla kohdallani pidän ratkaisevana Kainuun Radion yleisösuohdeprojektin aikana ilmenneiden ongelmien ruokkimaa näkökulman vaihdosta ja ”institutionaalisen lähestymistavan” rajoitusten tiedostamista, sekä siitä seurannutta pyrkimystä tarkastella julkisen palvelun radiota kuuntelijoiden näkökulmasta eikä päinvastoin.

Ymmärtääkseni tämä työ näyttäytyykin potentiaalisesti eettisesti ongelmallisena ennen kaikkea kohtuullisen kuumen mediapoliittisen tilanteen taustaa vasten. Haluan kuitenkin muistuttaa, että tämän tutkimuksen tavoitteena ei ole vetää mediapoliittisia johtopäätöksiä vaan tuottaa perustietoa kuuntelijoiden ja julkisen palvelun radion suhteesta - ja sitä kautta tietenkin myös lakisääteisesti Suomessa julkisesta palvelusta huolehtivan Yleisradio Oy:n legitimitetin rakentumisesta.

On kuitenkin myönnettävä, että ”kuuman aiheen” vuoksi työhöni on kohdistunut moninaisia paineita ja sille on asetettu odotuksia, joihin en pysty vastaamaan: Minua on vaadittu määrittelemään ”se oikea” julkisen palvelun käsite, kehittämään ”yleisölähtöiset julkisen palvelun kriteerit” tai kertomaan, ”kannattavatko suomalaiset vai eivätkö kannata Yleisradion säilyttämistä” – tässä yhteydessä lienee kuitenkin paikallaan huomauttaa, että mitkään näistä paineista eivät ole tulleet leipätyöni työnantajan taholta.

Tältä pohjalta olen yhtä kaikki työni tehnyt – työn edistyessä yhä tietoisempänä lähtökohdasta aiheutuneista paineista. On muiden asia arvioida kykyäni ja haluani oppia ymmärtämään ”ilman sarvia ja hampaita” entistä paremmin kuuntelijoiden suhdetta julkisen palvelun radioon.

3. RADION KUUNTELU JA RADIONKUUNTELUN MERKITYS

Tässä luvussa kuvataan radion kuuntelua Kainuusta keväällä ja kevätkesällä 2000 kerätyn haastatteluaineiston valossa, pyrkien suhteuttamaan havainnot aiempaan radionkuuntelua koskettelemaan teoreettiseen keskusteluun. Huomiota kiinnitetään ennen kaikkea haastateltavien kertomuksiin henkilökohtaisesta radiosuhteestaan – painopiste on kuuntelijoissa yksilöinä ja kuuntelijoiden välisissä eroissa. Tarkoituksena on etsiä vastauksia seuraaviin tutkimuskysymyksiin: Mitä radio kuuntelijoille merkitsee ja merkitseekö se eri kuuntelijoille eri asioita? Onko naisten suhde radioon erilainen kuin miesten suhde radioon? Kuunnellaanko radiosta vielä perinteisesti tiettyjä ohjelmia?

Luvun alussa pohditaan kuuntelijoiden puheessa havaittavissa olevaa implisiittistä erontekoa kuulemisen ja kuuntelun välillä – missä tilanteissa ja millä ehdoilla puhutaan radion *kuuntelusta*. Sen jälkeen tarkastellaan haastattelujen antamaa kuvaa radion roolista suhteessa muihin medioihin.

Kolmannessa jaksossa esitellään aineiston pohjalta muotoillut kolme ideaalista kuuntelijatyyppeä: 1) kanavakeskeinen, 2) ohjelmakeskeinen ja 3) tilannekeskeinen kuuntelija. Luvun lopussa käsitellään vielä alustavasti radioon kuunteluun liittyviä kulttuurisia normeja ja radion roolia identiteettien rakentamisessa. Tähän aiheeseen on tarkoitus syventyä tarkemmin jatkotyöskentelyn aikana.

3.1. KUUNTELU JA KUULEMINEN

Useissa tutkimuksissa on havaittu haastateltavien vähättelevän radion kuunteluaan (esim. Alasuutari 1999a, 93). Alasuutarin mukaan tämä johtuu muun työn ohella kuunnellun radion ”kulttuurisesta näkymättömyydestä” (myös esim. Steeg Larsen 2000, 259), radion ”itsestään selvästä” ja huomaamattomasta roolista ihmisten jokapäiväisessä elämässä. Toisaalta kuuntelun vähättely saattaa Alasuutarin arvion mukaan johtua myös siitä, että haastateltavat ovat omaksuneet keskittyneen kuuntelun normin (emt. 1993, 72).

Tässä työssä huomiota ei ole kiinnitetty niinkään ”tosiasiallisen” kuuntelun määrään kuin siihen, minkälaisissa tilanteissa ja millä ehdoilla haastateltavat *itse sanovat kuuntelevansa* radiota. Kainuun aineistossa kuuntelijat näyttävät esimerkiksi tekevän

eron puhuessaan omasta radion kuuntelustaan ja toisaalta tahattomasta radion kuulemisesta, ”radiolle altistumisesta”. Kuuntelijoiden välillä näyttää tässä suhteessa olevan myös eroja, jotka saattavat liittyä paitsi omiin arvostuksiin myös kuuntelutilanteeseen ja kuunteluun liittyviin sosiaalisiin suhteisiin.

3.1.1. Kuuntelu ja kuuleminen perheessä

Tämän aineiston valossa kuuntelun ja kuulemisen rajanvetoa käydään ennen kaikkea suhteessa muiden saman perheen jäsenten radion käyttöön. Erotteluperusteena ei tällöin näytä olevan niinkään kuuntelun keskittyneisyyden taso kuin se, *kenen valitsemaa* kanavaa kuu(nne)llaan. Tämän voi ajatella kertovan siitä, että radion kuuntelu mielletään pohjimmiltaan nimenomaan yksilölliseksi toiminnaksi (Ruohomaa 2000, 233): Toisen valitseman kanavan kuulemista ei välttämättä mielletä kuunteluksi lainkaan – ei ainakaan, mikäli makutottumukset eivät käy yksiin tai kanavan valinnasta ei ole yhteisesti neuvoteltu.

Kuuntelun ja kuulemisen erotteluun saattavat kytkeytyä myös perheen sisäinen dynamiikka ja valtasuhteet. Esimerkiksi nuoret ”joutuvat kuulemaan” usein yhteisissä tiloissa vanhempien valitsemaa kanavaa: Poika tekee selvän eron omaan huoneeseen rajoittuvan oman radion kuuntelunsa ja äidin valitseman yhteisissä tiloissa ”huutavan” kanavan kuulemisen välille:

H: Just joo. Mites teillä porukat muuten kuunteleeks teijän perhe radiota?

M⁵⁹: No kyllä mejän äiti kuuntelee ihan – (naurahtaen) Kajaus soi ympäri vuorokauven suurinpiirtein aina ku on täällä ni se huutaa täällä.

[...]

H: Just joo. Eli tavallaa sitte sit teillä täällä alakerras soiks täällä sitte joku vai onks se sitte jokaisella omas huoneessaa sitte?

M: No – no se nyt o ylleesä täällä allaala huutaa justii se Kajaus ja - sitte ylhäälläki se joskus kuuntellepi jottai touhuuaa ylhäällä ja - sitten minä omassa huoneessani kuuntelen sen minkä kuuntelen radioo.

Samaan tapaan vanhemmat erottelevat usein selvästi oman kuuntelunsa lastensa suosimien kanavien tahattomasta kuulemisesta. Perheiden välillä näyttää kuitenkin olevan suuria eroja siinä, kenen sallitaan päättää juuri yhteisissä tiloissa soivan kanavan valinnasta – joissakin perheissä myös nuorilla voi olla tässä suhteessa sananvaltaa:

⁵⁹ Perheiden kuuntelua koskevissa sitaateissa haastateltavasta käytetään vain sukupuolen ilmaisevaa tunnusta. Ikä on karsittu pois, jotta haastateltavat säilyttäisivät anonymiteettinsä.

H: Onks teil kotona muuten koskaan niinkun keskustelua radionkuuntelusta tai sillai edes edes mitään..?

N: No on meillä tietysti. Mies tykkää kuunnella tätä Yleisradio (naurua), lapset kuuntelee Mafiaa ja mä Novaa. Mut minä kyllä aina tyydyn sihe toiste osaa sitte että minä en kyllä ite mee nappaamaa sitä että...

H: Et kotona et valkkaa..?

N: Een minä, se sillon saa avata - avata mitää haluupi ku tulee kotia - minä en kyllä ite mutta työtöt meillä yllesä panee aina Mafialle.

Myöskään naisten ja miesten välisten valtasuhteiden ilmenemisestä radion kuuntelussa ei voi tämän aineiston perusteella vetää mitään yksiselitteisiä johtopäätöksiä – eri perheet näyttävät toimivan hyvin eri tavoin. Voidaan kuitenkin sanoa, että vaimojen ja tyttärien kertomuksissa naiset usein sopeutuvat miehen valintoihin:

N: [...] ja autossa meillä on ihan älytön tappelu ku mä en haluu isä haluu kuunnella Kajausta tai jotaki vaikka Radio Suomee tai tämmöstä ja mä en koskaan - mä sanon että laita Nova tai Mafia että minä en kuuntele sitä - se on aina että ku hän ajjaa tätä ja nii hän kuuntelee mitä haluaa (kertoo naureskellen).

Sopeutuvaiset naiset saattavat antaa ymmärtää, että radion kuuntelu ei merkitse heille yhtä paljon kuin heidän miehelleen (vrt. Tacchi 2001). Tämä perheenäiti haluaa erikseen korostaa, että miehen kanavavalintaan mukautuminen ei ole hänelle tasa-arvokysymys:

N: Nii et en – minä en o ikinä sitä kokenu sillee et mä – mua sorsittas jos mä en saa ite valita kanavaa mä oon aatellu et mulle se on ihan hailee että...

Aikuiset (so. lapsuudenkodistaan pois muuttaneet) ”täysivaltaiset” miehet erittelevät tämän aineiston haastatteluissa perheensä radion kuuntelua huomattavasti vähemmän kuin naiset. Esimerkiksi tässä perheessä kuunnellaan kuitenkin ilmeisesti miehen valitsemaa kanavaa:

H: No ossaaksä sanoo että miks sä oot valinnu just tämän että minkä takia se on pysähtyny se viisari sille kohtaa (naurahdus)?

M: Se on tuota - se kun on minun mieleine että sieltä tulee - tulee ne parraat - parraat ohjelmat. [...]

H: Joo. No mites teillä kotona onko teillä koskaan keskustelua tästä tai onko teillä ristiriitoja tään radionkuuntelun suhtee että onko onko..?

M: Eeipä oikeestaan että kyllä se molemmille käy - käy se.

Aineisto ei anna mahdollisuuksia päätellä, miten puoliso itse tämän tilanteen kokee – sopeutumisenä vai todella yhteisenä valintana. On nimittäin joka tapauksessa ilmeistä, että radion kuuntelu ja kanavan valinta voidaan kokea myös todella pariskunnan tai jopa koko perheen yhteiseksi – ainakin mikäli makumielitymykset ovat samansuuntaisia, kuten tässä Radio Suomea kuuntelevassa perheessä:

N: Ymm... jos mä kärjistäsin ni mä sanosin et se on niinku yhdistelmä et sitä voi kuunnella niinko perheet - ihan niinko meilläki se menee meillä kuuntelee isukista lapsukaisiin - kaikki.

Jos kuitenkin perheen tai pariskunnan makumieltymykset ovat radion suhteen kovin erilaisia ja eikä kenelläkään ole ”oikeutta” määrätä yhteisessä tilassa kuunneltavan kanavan valinnasta, asiasta joudutaan käymään neuvotteluja:

N: No se onki aina hirvee - väittely ku se tykkää kuunnella Mafiaa ja sitte ku minä en aina jaksa ja ”aina sinä tuota Novvaa kuuntelet” ja (nauretaan yhdessä)... Ei ollenkaa niinku siinä mee yksii. [...]

H: (Nauraen) Kumpi päättää sitte lopulta?

N: Vaihtelee. Se on tosiaa oli kanava mikä tahasa nii on joskus aina jottai nii huonoo että sitte toinen että no joo vaihettaa vaa - että ku ei kuitenkaa aina tuu sitä hyvää.

Radion yksityiseksi mielletystä luonteesta huolimatta yhdessä eläminen näyttää siis edellyttävän enemmän tai vähemmän julkilausuttuja sopimuksia radion käytöstä (vrt. Steeg Larsen 2000, 261); useissa haastatteluissa kuvataan radion kuunteluun liittyviä neuvotteluja ainakin perheen yhteisten automatkojen aikana. Kuvaukset valintatilanteista kertovat myös erilaisten perheiden erilaisista valta- ja vuorovaikutussuhteista – joskus perheen isäkin joutuu tinkimään toiveistaan:

H: (Naurahtaan) No - tuota niin teillä ei varmaan tuu riitaakaan sitte tästä asiasta eikä oo mitää semmosta että ninku - joku haluais kuunnella eri - eri vaihtoehtoa?

M: Autossa joskus on että tuota - tykkäisin kuunnella uutissia ja - urheilu-uutissia nin - sitte enemmistö vuatii kuunnella jotaki muuta.

[...]

H: No perhe kun - saa äänestää enemmistöpäätöksellä ni mikä sitte - mikä on sit se lopputulos mikä..?

M: No se on Nova tai Radio Suomi. Se riippuu – ja sitten Mafia tietysti – että mikä on - ohjelmatarjonta. Jos urheiluu on - ja porukalla ollaan liikkeessa ni sitä ei ainakaa kuunnella.

Kuunneltavan kanavan valinnasta käytäviä neuvotteluja voitaisiin epäilemättä tutkia perheiden sisäisen vallankäytön näkökulmasta samaan tapaan kuin television katseluun liittyviä valintoja. Tässä työssä aiheeseen ei kuitenkaan tarkemmin syvennyttä, sillä radion rooli kotoisten valta-asemien indikaattorina ei ole keskeinen tutkimuskohde eikä yksittäisten kuuntelijoiden haastatteluista koostuva tutkimusmateriaali välttämättä anna aiheen tarkastelulle parhaita mahdollisia edellytyksiä.

3.1.2. Radio työpaikalla

Radion kuuntelua työpaikalla on kuvattu perinteistä teollisuustyötä tai esimerkiksi maanviljelijän ruumillista työtä piristävänä *yksilöllisenä kuunteluna* (esim. Alasuutari 1999a, 93-94); työntekijä päättää itse, haluaako hän kuunnella vai ei ja mitä hän milloinkin kuuntelee. Kainuun aineistossa tämäntyyppisiä kuuntelutilanteita kuvaavat paperityöläinen, varastotyöntekijä ja radiota kuulosuojaimissaan kantava metsuri:

M55: Nii ja se on kuuvelta - aamulla ku mennään tuota enne kuutta lähettää - kesäaekkaan siinä - varttia vailla kymmentä vailla kuus lähettää tuossa työtoveri on - se on siitä lähtien sitte ku - mehtään männöö ni se on auki - radio kahteen asti. Kuuvesta kahteen ja - sitten tietysti ku se jatkuvasti o auki aamulla ni - nämä puolen tunnin uutiset aena joskus tympäsee että ku ne samat asiat sieltä tullee sehä on tietysti et joka myöhemmi herrää ni se ei oo niitä kuullu et sen tietennii käsittää että - vaa että jos jatkuvasti kuuntelee nii aina alakaa tietysti aina - tympästä että noita samoja uutisia. Vaa ku siihe on tottunu että se pittää auki olla nii ei sitä - vähintää pitäs kypärä ottaa pois ja sitte panna kiinni ja taas aukasta ja...

Palveluammateissa työskentelevät kuvaavat aivan toisentyypistä *kollektiivista ja tahdosta riippumatonta* työpaikkakuuntelua (vrt. Ruohomaa 1998, 54). Esimerkiksi kaupan työntekijöiden päivään kuuluu olennaisesti koko ajan taustalla soiva keskusradio, jonka kanavanvalintaan yksittäinen työntekijä ei välttämättä voi vaikuttaa. Tällaista ”radiolle altistumista” haastateltava ei välttämättä miellä varsinaiseksi radion kuunteluksi – tässä tapauksessa perusteena on nimenomaan se, että työpaikan radiota ei kuunnella keskittyneesti (vrt. Alasuutari 1993, 72; Tiihonen 1996, 64-66):

H: Just joo. No kuule siis kuunteleksiä radiota? Yleesä?

M35A: En nykyjään kuuntele ollenkaan. Sillon kun olin enemmän tuota – ajon autolla nin nin sillon autossa kuuntelin. Vähemmän. Että se on sillälaila että kun radio on auki ni toisesta korvasta sissää ja toisesta ulos – ja niinku töissäki että siellä on radio päällä mutta hyvin harvon tulee kuunneltua mitä sieltä tulloo.

H: Teillä on – kuitenkin on radio päällä siellä - jatkuvasti?

M35A: Periaatteessa kyllä, mutta joskus on levy mutta - yleesä se on radio.

H: Just joo. Mikäs kanava teillä - teillä on päällä sitte?

M35A: No se vaihtelee siitä että kuka sattuu sen aukasemmaa et se niinku on Nova taikka Kainuun Radio tai Mafia.

Työpaikalla soiva radio saatetaan kuitenkin kokea erottamattomasti ympäristöön kuuluvaksi (vrt. Åberg 1999, 34-35) esteettiseksi ja myös työntekijän viihtyisyyttä lisääväksi tekijäksi:

H: Teillä soi radio kaiuttimista?

M39: Kyllä meillä on Teosto-maksut maksettu. Hoijettu että onnistuu kuunteleminen - onnistuu - työpaikalla radion kuunteleminen tai sitte vaikka levyjennii soittaminen mutta levyjä soipi vähemmän että pääasiassa se on radio auki.

H: Onks se tärkeä asia - niinku liikkeelle – varmaan koetaan ku siitä kerran maksetaanki tärkeeks?

M39: Kyllä minä koen sen omasta mielestäni jotta jos sattuu että ei oo puolleenpäivää auki ollu radio työpaikalla ni se kyllä vaekuttaa sillälaila että se pysähtyy se ajatuksenjuoksu että mikä jotaki puuttuu.

Kollektiivinen kuuntelu voidaan toisaalta kokea häiritseväksi (vrt. Ruohomaa 1998, 53).

Tämä hoitoalalla työskentelevä haastateltava on saanut tarpeekseen Radiomafiasta:

N43: [...] mä oon kerra ollu semmosessa työpaikassa missä aina - väki käänsi sen - ja mejän asiakaskunta oli kuitenkin tämmösiä veteraaneja ja sotainvalideja musta se oli niinku aivan kamala, että tota - et ne oli kuitenkin niitä jotka meille sen rahan toivat must oli hirveetä että siellä Mafia soi - minulla ehkä jo sillo jäi semmone vähä negatiivinen kuva siitä koko – radio.. et se ninku se oli nii väärässä paikassa.

3.2. RADIO JA MUUT MEDIAT

Vaikka Kainuun aineisto ei anna mahdollisuuksia haastateltavien median käytön kokonaisuuden yksityiskohtaiseen tarkasteluun, haastattelut antavat kuitenkin kuvan medioiden tavalla tai toisella valloittamasta arkipäivästä (vrt. Ang 1996, 15). Eroja löytyy siinä, mitä välineitä käytetään – mutta yhtä kaikki media näyttäisi olevan monien haastateltavien arjessa läsnä suuren osan valveillaoloajasta: Päiväsaikaan internet on osa esimerkiksi viranhaltijoiden työtä, kun taas palveluammateissa ja teollisuudessa saatetaan kuunnella radiota työn ohella. Vapaa-aikana ja kotona lehdillä, kirjoilla, levyillä, internetillä, radiolla, televisiolla ja teksti-tv:llä on erilaisina kombinaatioina keskeinen osa useimpien elämässä.

Radiolla ja nykyään myös televisiolla (esim. Alasuutari 1999a, 101) voi olla ”aina läsnä oleva” rooli tässä kokonaisuudessa:

H: Just joo. No tuota niin – mitä jos sä aattelet niinku telkkarii ja sitten lehtiä ja radiota – tätä koko juttua yhdessä niin tuota – mitäs - minkälainen osuus radiolla sun elämässä on verrattuna näihin muihin medioihin?

N29A: Ymm. No oikeestaan se on se – radio on ehkä niinku se mikä on niinku semmosena taustataustana siellä – että sitä ei niinku tosiaa sille kiinnitä hirveesti huomiota et mitä sieltä tulee et käyttää niitä ohjelmia – mutta toisaalta se on sitten ehkä määrällisesti sitten kaikista eniten päällä.

Toisaalta erityisesti keski-ikäiset perheelliset naiset tuovat esille hiljaisuuden tarpeensa ja kaipuunsa – hiljaisuus on heidän mielestään ylellinen olotila äänten kyllästävässä maailmassa:

N45: [...] jos mä oon yksinäni kotona mä hirmu harvon aukasen radion mä itekseni laulelen täällä ja – jotenki tuntuu ku meillä on töissä aina ne koneet kuitenkin on semmonen - sitä runkoääntä tulee nin tuntuu että sitä joskus ihan nauttii siitä hiljasuudesta ettei oo kettään kotona nii saa ihan olla iha iteksee ja kuunnella sitä hiljasuutta.

Osa haastateltavista asettaa yhden median selkeästi muiden edelle – esimerkiksi radiota paljon kuunteleva saattaa itse luokitella itsensä ”audioihmiseksi” (M52A) . Myös perheenjäsenet saattavat luonnehtia jotakuta ”radioihmiseksi” ja jotakuta toista ”lukutoukaksi”; tästä aineistosta näyttäisi löytyvän lisäksi ainakin ”televisioihmisiä” ja ”tietokoneihmisiä”.

Toiset haastateltavat kertovat käyttävänsä monia medioita valikoidusti ja toisiaan täydentävästi eri tarkoituksiin (vrt. Ridell 1998, 181). Esimerkiksi N42 kertoo kuuntelevansa radiota valikoivasti päivällä ja autossa. Illalla hän katsoo televisiota

rentoutuakseen ja lukee lehdistä mm. radiosta edellisenä päivänä kuuntelemiensa uutisten taustoja – internetiä hän taas käyttää työssään.

Useiden välineiden yhtäaikainen käyttökään ei ole harvinaista. Esimerkiksi aineiston miespuoliset tietotekniikan opiskelijat yhdistävät tietokoneella työskentelyyn yleensä joko radion tai levyjen kuuntelun. Television katseluun voidaan yhdistää sekä radion kuuntelu että lukeminen. Muuan eläkeläismies puolestaan kertoo, että hänen kotonaan sekä radio ja että televisio ovat yleensä koko päivän päällä - eri huoneissa olevat radiot eri kanavilla. Tällaisessa tilanteessa ei kuitenkaan ole itsestään selvää, että juuri radio olisi taustavälineen roolissa:

H: Joo joo. No mitenkä sä - sulla tossa soi radio parastaikaa kuunteletsä yleesäki radiota?

M59: Se on jatkuvasti auki.

H: Paatko aamulla heti ku heräät?

M59: Kyllä emäntä pistää tuolla ja - tuota ennen kuutta.

H: Onko teillä kelloradio vai tuota..?

M59: Ei ku se ite. Niitä on kaks kolome ratioo aina auki ja telekkari.

H: Just joo. Mites illalla sitte?

M59: Ni se on illallahäi niin kauan ku nukkumaan mennee ni pittää käyvä – minä kierrän sammuttelemassa nuo ja...

H: Nii et teillä tavallaa illalla sit ei sitte tuohon telkkariin kumminkaan sillätavalla telkkariin keskitytä että ainoastaa se ois päällä?

M59: Ei. Ei ei. Se on valikoimas kaikki nämä ja tota siitten minä aina etin semmosen että mistä tulloo hyvää musiikkia.

H: Joo. Minkälaine se on se hyvä musiikki?

M59: Tanssimusiikki.

Monet haastateltavat kokevat kuitenkin radion ja television vaihtoehtoisiksi välineiksi (vrt. Kytömäki & Ruohomaa 1999, 14). Television aamu- ja päiväohjelmat ovat heidän mukaansa vähentäneet radion kuuntelua ja tulevaisuudessa television kanavatarjonnan lisääntyessä radion kuuntelun arvellaan edelleen vähentyvän:

M35A: Radionkuuntelu on vähentyny koko ajan kyllä niin täytyy sannoo.

H: Just joo. Voitsä sanoo mikä siinä on?

M35A: Todennäkösesti televisiosta tullee enemmä ohjelmaa. Korvaa...

Toisaalta useissa työttömien haastateltavien talouksissa - ja myös joissakin muissa perheissä - radio *korvaa* maakuntalehden paikallisen ja alueellisen tiedon välittäjänä. Tällöin paikalliset radiot saatetaan kokea sosiaalisen kanssakäymisen kannalta tärkeinä ”ajan tasalla pitäjinä”:

H: Just joo. No mites tuota niin – jos aattelee tuota lehden lukua ja telkkarin kattomista nii minkälaine asema tolla radiolla on verrattuna niihin? Sun elämässä?

M41: Kyllä radio aika tärkee on kuitenkin. Meillekkää ei lehtiä tule – tule silleen jatkuvasti mutta – kyllä se radio on aika hyvä ja siitä saa - siinä aika hyvin on niitä paikallisia asioita justii tällä kanavalla että pysyy aika hyvin jyvällä.

3.3. KOLME KUUNTELIJATYYPPIÄ

Edellisessä jaksossa on pyritty antamaan yleiskuvaa toisaalta radion käytöstä yhtenä mediana muiden joukossa ja toisaalta siitä, mihin haastateltavat itse asiassa viittaavat puhuessaan omasta radion kuuntelustaan – eli miten haastateltavat vetävät rajaa radion kuuntelun ja kuulemisen välille. Tässä jaksossa taas huomio kiinnitetään yhteen keskeiseen tutkimuskysymykseen – siihen, mitä haastateltavat itse sanovat radiosta kuuntelevansa ja miten he kuvailevat omaa radiosuhdettaan.

Haastateltavien puhettavat näyttävät antavan pohjaa kolmen erilaisen kuuntelijatyypin hahmottelemiselle. Tyypit erottuvat toisistaan nimenomaan sen perusteella, *miten haastateltavat itse jäsentävät radiosuhteensa*. Tyyppien väliset erot eivät siis perustu määrällisesti mitattavissa olevaan käyttäytymiseen; periaatteessa esimerkiksi mihin tahansa tyyppiin kuuluva haastateltava saattaa kuuntelupäiväkirjan mukaan käyttäytyä kanavauskollisesti.

Idealiset kuuntelijatyypit olen nimennyt 1) *kanavakeskeiseksi*, 2) *ohjelmakeskeiseksi* ja 3) *tilannekeskeiseksi tyypiksi*. Luonnehtimalla tyyppejä ideaalityypeiksi viittaan siihen, että monella haastateltavista näyttää olevan yhtäaikaa kahden tai joskus jopa kaikkien kolmen tyyppin piirteitä. Jotkut ovat kuitenkin varsin ”puhtaita tyyppejä”. Kaikkien 32 haastateltavan sijoittuminen eri tyyppeihin esitellään ”Schröderin mallin” avulla tämän jakson loppupuolella kuuntelijatyyppien esittelyn jälkeen.

3.3.1. Kanavakeskeinen kuuntelija

Kanavakeskeisiksi kuuntelijoiksi on määritelty kaikki ne haastateltavat, jotka a) vastaavat kysymykseen *mitä* he kuuntelevat radiosta kertomalla kuuntelevansa nimenomaan tiettyä kanavaa tai b) kertovat kuuntelevansa käytännössä jatkuvasti vain yhtä kanavaa tai c) ilmaisevat haastattelun aikana selkeästi, että joku kanava on ”paras kaikista”.

Kanavakeskeisillä kuuntelijoilla näyttää siis olevan sitoutunut ja intensiivinen suhde omaan suosikkikanavaansa. Suosikkikanava ei ole vain sillä hetkellä sopivin vaihtoehto vaan *se oikea ja paras* kanava (vrt. Hujanen & Jauert 1998, 124) – jopa ikään kuin elämänkumppani tai ystävä. Suhde saattaa kestää jopa sen, että kaikki ei aina mene niin kuin haluttaisiin. Oman kanavan toimittajat voivat olla kuin henkilökohtaisia

tuttavia, ja kanavakeskeinen kuuntelija saattaa olla myös aktiivisessa vuorovaikutuksessa kanavansa kanssa esimerkiksi puhelimen tai sähköpostin välityksellä.

Usein – mutta ei aina - kanavakeskeiset kuuntelijat ovat kanavauskollisia (vrt. Yleisökertomus 1999, 19⁶⁰) suurkuluttajia, joilla radio soi aamusta iltaan eikä taajuutta vaihdeta. Kanavakeskeisiä kuuntelijoita löytyy tässä aineistossa eniten Radio Suomen vakiokuuntelijoiden joukosta, mutta jotkut suosivat Radiomafiaa tai Radio Novaa. Radio Ylen Ykkösen kuuntelijoiden kanavakeskeisyys ilmenee nimenomaan kanavan paremmuuden korostamisena. Radio Kajaukseen kiintyneitä kainuulaisia ei tässä aineistossa ole – ei kuitenkaan ole mitään syytä olettaa, etteikö heitä olisi löydettävissä.

Käytetyillä kriteereillä voidaan löytää vanhemmista ikäluokista sekä mies- että naispuolisia kanavakeskeisiä kuuntelijoita; nuorimmista haastateltavista ei kuitenkaan löydy yhtään kanavakeskeistä miestä, vaikka useat nuoret naiset ovat kanavakeskeisiä kuuntelijoita. Myös eri sukupuolten *tapa ilmaista mieltymystään* näyttää olevan jossain määrin erilainen: Naiset saattavat käyttää tunnepitoisia ilmaisuja ("Mä tykkään iha älyttömästi Mafiasta"), mutta miehet perustelevat kanavakiintymystään enemmän "järkisyillä" – kanava tarjoaa esimerkiksi sopivan vaihtelevan ohjelmistokokonaisuuden tai "parasta laatua". Tässä suhteessa haastateltavien puhetapoja voidaan ymmärtää Jo Tacchin (2001) kuvaaman miesten "funktionalistisen" ja naisten "romanttisen" diskurssin viitekehysessä.

Naisten kohdalla voidaan juuri emotionaalisemman puhutavan vuoksi havainnoida selvemmin kuin miesten kohdalla sitä, miten radiokanavasta tulee myös identiteetin rakentamisen kannalta tärkeä (esim. Ruohomaa 2000, 136; Hujanen & Jauert 1998, 123-124). Kanavakeskeisyyden voidaan katsoa edustavan ideaalittyyppisesti "uuteen radiokulttuuriin" kuuluvaa kiinteää yleisösuhdetta, johon saattaa sisältyä myös "uuden heimoutumisen" elementtejä eli erottautumista muista: Tämä näkyy aineistossa jossain määrin rajankäyntinä sekä ikä- että makuryhmien välillä.

Kanavakeskeisen kuuntelijan vastine, "omaan" lehteensä henkilökohtaisesti kiintynyt lukija, on löytynyt myös ainakin naistenlehtien vastaanottoa tarkasteltaessa (Mäntymäki

⁶⁰Välttämättä kaikki KRT:n mukaan vain yhtä kanavaa päivittäin kuuntelevat (75%; Yleisökertomus 1999, 19) eivät siis ole tyypiltään "kanavakeskeisiä". Kuten sanottua,

1992) ja uskonnollisen Sana-lehden lukijakunnasta (Korkee 1996). Sitoutunut suhde johonkin median ”merkkituotteeseen” ei siis ilmeisesti ole ominaista ainoastaan radiolle. Voidaan kuitenkin pohtia, missä määrin radiolle luonteenomainen välitön läsnäolon tunne vahvistaa yhteisyyden kokemusta ja oikeuttaa määrittelemään radion McLuhanin tapaan ”heimorummuksi”, joka omaa erityistä yhteisyyttä luovaa voimaa (emt., 1964, 297-307).

3.3.1.1. ”Sitä ei käännetä siitä mihinkään”

Puhtaasti kanavakeskeinen tyyppi on eläkeläisrouva N60, joka asuu kerrostalossa pienessä taajamassa samoin eläkkeellä olevan miehensä kanssa. Hän kuvaa radion kuunteluaan näin:

N60: (...) Niin kun minä tykkään ja oikeestaan isäntäki se on aina siinä Radio Suomessa sitä ei käännetä siitä mihinkään. Jos se tulee sellasta mitä mä en halua kuunnella ja sitä on vaan urheilu nii silloin mä paan sen kiinni. Ja sitte kun se mä kokeilen päivän mittaa et joko se on loppunu se urheilu jos se ei oo loppunu mä paan uudestaan kiinni. Ku se urheilu on loppunu se saa taas olla koko päivän auki.

Kanavakeskeinen kuuntelija ei siis välttämättä vaihda kanavaa edes silloin, kun omalta kanavalta tulee vähemmän mieluista ohjelmaa. Omalla kanavalla voi toisaalta olla erityisiä mielihajelmia - mutta muiden kanavien ohjelmia kanavakeskeinen kuuntelija ei seuraa ainakaan säännöllisesti; hän on tehnyt muut vaihtoehdot poissulkevan valinnan, joka myös rakentaa ja ylläpitää hänen identiteettiään. Niinpä tämä haastateltava pitää tärkeänä erottelua ”oman” Radio Suomensa ja sen vertailukohdaksi ja kilpailijaksi koetun Radio Kajauksen välillä: Kajausta edustaa pitkälti kotipiirissä elävälle kuuntelijalle ”ahdasta” maakunnallisuutta, kun taas Radio Suomi näyttää muodostavan eräänlaisen elämää avartavan ”linkin” (vrt. Alasuutari 1999a, 92) ”kaikkeen maailmaan” (ks. myös Mäntymäki 1999⁶¹):

N60: [...] Minä en Kajausta kuuntele niinku yleensä - ne kuuntelee Kajausta ihmiset - niin siellä ois kyllä parempi musiikki se täytyy myöntää mut minä en muuten tykkää siitä ku se on niin tätä paikallista ohjelmaa vaa. Mä haluan kuunnella ympäri maailmaa.

H: Et mieluummin niinku Suomesta..?

N60: Nii - koko Suomesta ja koko maailmalta.

H: Laajemminki ku... Just joo. Ai et se on ninku - siinä se ero että mikä..?

N60: Siinä on justiaa ja sitte kun siellä on ne mainokset - siellä Kajauksessa - minä en välitä niistä maenoksista.

periaatteessa mihin tyyppiin tahansa lukeutuva kuuntelija voi käyttäytyä määrällisesti mitattuna ”kanavauskollisesti”.

⁶¹ Ks. liite 2.

N60 on myös aktiivisesti yhteydessä kanavansa kanssa. Hän sekä soittelee varsinaiseen kontaktiohjelmaan että jättää muuna aikana yleisöpuhelimien nauhalle viestejä, jotka on tarkoitettu nimenomaan toimittajille – vaikkapa kiitellen mieluisista ohjelmista tai muuten vain kommentoiden radiosta kuultua:

N60: [...] ja sitte joskus ku sieltä aina välillä jotaki sanotaan ni - minä niille naohalle laetan et sitte saavat kuunnella. Ihan noin vaan että toimittajille - tarkotettuna että emmää oo tarkottanu sitä yleisön kuultavaksi. Ku esimerkiksi Nousiaisen Harri sano yks päivä että - mihinkä se aurinko nyt hävis että ku se tuota paisto nii komiasti äske nii minä varsin soitin että se tuli tänne XXXXXXXXXXXX (naurua) - että ihan on semmosia kommentteja ja sitte saatan kiittää jostaki joka on oikein ihana joku ohjelma nii minä paan kiitoksia.

Omalle kanavalle voi antaa myös kriittistä palautetta. N60 arvostelee Radio Suomea siitä, että kanava ei tarjoa riittävän ”vanhanaikaista musiikkia”. Tässä yhteydessä hän tulee samalla muotoilleeksi ajatuksensa siitä, keitä ovat kanavan kuuntelijat⁶² - tämän kanavan kollektiivinen ”yleisö” (”me”). Pohtimisen arvoinen asia on, missä määrin jonkin kanavan sitoutuneista kuuntelijoista tällöin muotoutuu ”julkiso” (Ridell 1998, 296) – vai varataanko käsite vain tavoitteelliseen yhteiskunnalliseen toimintaan:

N60: [...] mistään muusta radio-ohjelmista minä en - purnaa musta mulle menee kaikki – mutta tämä musiikki ku mei - tämmöset iäkkäämmät ihmisethä vaan aamusta ollaan kotona eihän ne nuoriso oo kuuntelemassa - ni musiikki sais olla vähä semmosta vanhemmanaekasta. Eli ku nuorilla on oma kanavaki tuo - Mafiahaaha ne yleensä kuuntelee ja tai sitä mikä se on se toinen – Nova - nii nin ne saa kyllä sieltä sitä musiikkia mitä ne halu.. haluvaa että - musiikissa ois toivomisen varaa kyllä Kainuun Radiossa - Radio Suomessa.

3.3.1.2. ”Mä tykkään iha älyttömästi Mafiasta”

Välttämättä kanavakeskeinen kuuntelija ei siis kuitenkaan kuuntele vain yhtä kanavaa. Esimerkiksi tämä opiskelija haluaa haastattelun alussa korostaa, että hän kuuntelee hyvin monia kanavia jopa päivittäin (vrt. jakso 3.4.2.1. - aktiivisen kuuntelijan identiteetti):

H: Just joo just joo. No mitä tuota sitten – jos aattelet niikun - kuunteleks sä sitten radiota?
N19A: Kuuntelen joo, Mafiaa yleensä ja sitten no - Kajausta kanssa ja sitten noita mitä muita että missä tulee aina jotaki ajankohtasia tietoja että ihan – kaikista kaikkia radiokanavia Novat ja sitte Kainuun Radiot ja - oon Oulussa Kiss Äfämmää näitä muitaki sitten.

Varsin pian käy kuitenkin ilmi, että tunteet ja identiteetti on yhtä kaikki kiinnitetty pitkälti yhteen kanavaan. Radiomafialta löytyy myös mieliohjelma Lista, jota opiskelija seuraa säännöllisesti radiosta ja satunnaisesti myös nettisivuilta. Haastattelun aikana opiskelija mainitsee lisäksi lukuisia Radiomafian jo päättyneitä ohjelmasarjoja, joista

⁶² Kuuntelijan käsityksen kanavan yleisöstä ei välttämättä tarvitse olla faktuaalisesti paikkansa pitävä. Radio Suomea kuitenkin kuuntelevat eniten nimenomaan yli 45-vuotiaat.

hän on pitänyt. Radio Nova näyttäytyy tälle haastateltavalle samantapaisena oman kanavan ”vastapoolina” kuin Radio Kajaus Radio Suomi/Kainuun Radiota suosivalle eläkeläisrouvalle. Hänen identiteettinsä kanavan kuuntelijana perustuu osittain juuri vastakkainasetteluun Novan ”eriheimoisten” (vrt. McLuhan 1964, 302; myös Hall 1999, esim. 251-252) kuuntelijoiden kanssa:

H: No sanohan mimmonen kanava Mafia on? Miks sä tykkäät siitä eniten?

N19A: Mafia on semmonen – et se ei oo semmonen liian niinku – semmonen niinku – minä ku luokittelen niinku Novaa semmoset kolmoset tai semmoset hirveen teinimäinen tai semmonen nuorten semmonen et mä tykkään niinku – tykkään suomirokista ja tämmösestä [...] ne on mahtavat ne juontajat mä tykkään niistä ja ne on niinku - se on se musiikki et se kuuluu vähä vanhempaa jotaki Rauli Badding Somerjokee ja tämmösiä näin kuuluu ja...

H: Joo.

S: Mä tykkään iha älyttömästi Mafiasta. Että se on aina ollu sillee että mä oon pienestä pittäen kuunnellu Mafiaa.

Myös tämän opiskelijan ystävät kuuntelevat yleensä Radiomafiaa. Hänelle onkin muodostunut elämäntapaan ja tyylieroihin perustuva käsitys siitä, millaisia Radiomafian kuuntelijat ovat - ja myös siitä, millaisia Mafian kuuntelijat *eivät ole*:

N19A: No mullon just semmosia – jotku ystävät jotka aikapaljo kuuntelee et ne ei oo semmosia niiku – siis meillä puhutaan kermoista siis semmosia jotka hienot vaatteet tällasta – saa olla ihan semmonen rento et ei tarvi olla semmoset just semmoset oikein muodin päälle just semmoset (epäselvää) tai just semmoset muodi..muodikkaita vaatteita tai semmoset – semmoset erilaiset että just semmoset tummahiuksiset ja pitkät hiukset vähän niinku - semmoset satanistit tai ei kummiskaa satanistit mut semmoset tummahiuksiset ja semmoset ja erilaiset jotku hipit ja tämmöset ja ne on niinku joilla on ja tämä erilainen tyyli ne kuuntelee yleensä Mafi... minusta Mafiaa – kuuntelee tottakai semmoset nuoret joilla on semmosiaki vaatteita mut tulee jotenki semmonen mielee et sitä on hirveen erilaiset ikäluokka...

Edes mieluisan juontajan siirtyminen toiselle kanavalle ei välttämättä vedä kuuntelijaa perässään, kuten seuraava keskustelu Radio Novasta, Radiomafiasta ja Salovaarasta osoittaa:

H: Mites sitte Nova, minkälainen se Nova sitte on?

N19A: Mä – mä en sitä hirveenä kuuntele mut mä en – mua harmitti se kun Salovaara siirty Novalle – se oli iha älyttömä hyvä Mafialla juonta..juontajana – mut Novasta mä en silleen - mä en hirveen...

H: Mikä siin sit on tieksä?

N19A: Mä - se on kait nii uus tai jotaki mä en tiijä mikä siinä on siinä ei oo semmosia - semmosia iskeviä - oon mä joskus kuunnellu sitä sen se Sinine Eläintarha ja ja jotaki semmosia juttuja - mut ennen mää vaa et aina se menee jotenki mulla suoraan - ni Mafialle että en hirveenä Novaa kuuntele ollenkaa.

Kainuun haastateltavat itse liittävätkin suosikkikanavan valinnan usein ikäkauteen (ks. jakso 3.4.3. – ikäpolvi identiteettinä) - äskeinen opiskelija luokittelee ”oman” kanavansa ”vastapoolin” Radio Novan ”teinimäiseksi”. Seuraavien sitaattien useita vuosia vanhempi haastateltava taas mieltää suosikkinsa Radio Novan ”nuorekkaille nykyihmisille” sopivaksi ”dynaamiseksi” kanavaksi:

N: Ymm... Se on semmonen - se on nuorekas – ja - voisko sanoa - no se on aina - tuntuu et ajan tasalla ja se ottaa joskus - semmosen – tällä hetkellä joku - tärkeä juttu ni se ottaa kyllä niihi kantaa hirveen paljo - ne toimittajat ja – ja sit se on kuitenkin semmone viihdekanava et siinä tulee paljo musiikkia – mut sit kuitenkin taas – tasapainotetaan vähä sillä asialla. Et ehkä se onn – ymm... Oisko semmonen dynaaminen – niinku - tämän nykyihmisen – tai nuoren - aikuisen et eihä sitä tietenkää vanhat ihmiset varmaa jaksa kuunnella (naurahdus).

Myös tässä tapauksessa Radiomafia asettuu Radio Novan ”vastapooliksi” – haastateltava työstää identiteettiään tekemällä eroa Radiomafiaa kuuntelemaan ystävänsä, jonka hän arvioi ”lapselliseksi”:

N: (Naurua) Nii eihä se reppana pystys mittää kuuntellee - jos ei mut et tässä näemme et miehet tulevat vähä jäljessä et vaikka samanikäne on ku minä - jaksaa tommosta vielä kuunnella sitä mä en aina ymmärrä mutta (naurahdus)... [...] Ja miehethä tykkää enemmän just semmosesta - rokista mitä sieltä kuuluu ja - kuuntelee semmosta ja - mitä en ite tosiaan täl hetkellä jaksa sillälail kuunnella.

Monet haastateltavat kertovatkin elämänsä eri vaiheissa olleen erilaisia ”kausia”, jolloin he ovat kuunnelleet tiettyä kanavaa: Usein suosikkikanavan valinnan ajatellaan siis perustuvan ikäkausille tyypillisille mieltymyksille, mutta joskus radiosuhteet hiipuvat ilman selkeää syytä. Useat haastateltavat kertovat esimerkiksi, miten 1980-luvulla kaupallisen radion alkuaikoina kuunneltiin innokkaasti uutta ja tuoretta kanavaa - keväällä 2000 monella haastateltavalla on taas menossa ”Nova-kausi”⁶³:

M35B: Se on – aikanaa ku Kajaus alotti nin ni silloin kuuntelin sitä mut nyt seki on jääny vähemmälle. Nova on semmonen mitä yllesä - jos haluaa kuunnella jotaki nii kuuntelee Novaa.

Äskeisen sitaatin mieshenkilö on esimerkki kanavakeskeisestä kuuntelijasta, joka kuuntelee yhtä kaikki radiota suhteellisen vähän. Radio Ylen Ykkösen kanavakeskeisille kuuntelijoille on myös tyypillistä se, että he eivät kuuntele suosikkikanavaansa jatkuvasti vaan ennen kaikkea korostavat kanavan paremmuutta muihin verrattuna:

M52A: No minä näkisin kyllä sen että parasta Yleisradiota mitä Yleisradio kun nyt tällä hetkellä on että siellä toteutuu tämmönen – tai ainakin se niinkun sillätaval näyttäytyt et vielä toteutuu tämmönen tämmönen hyvä radionomainen toimitus. Et minä arvostan sitä kyllä ja jos ajattelis vaikka että pitäs niinkun ruveta maksaa uudelleen radiolupaa nii siitä mä voisin maksaa mutta en tiedä sitten muista.

Jotkut haastateltavat näyttävätkin identifioituvan hyvin mieluusti Radio Ylen Ykkösen kuuntelijoiksi: He tuovat korostetusti esille kuuntelevansa Ylen Ykköstä, vaikka kuuntelisivat muita kanavia määrällisesti ehkä jopa enemmän (vrt. jakso 3.4.1.).

⁶³ Kainuun kuuntelijatilastojen mukaan Radio Nova vei kuitenkin kuuntelijoita lähinnä vain Radiomafialta eikä niinkään Radio Kajaukselta (Ala-Fossi 1998, 157)

3.3.2. Ohjelmakeskeinen kuuntelija

Ohjelmakeskeisiksi kuuntelijoiksi on tässä aineistossa määritelty haastateltavat, jotka joko a) kysyttäessä radion kuuntelusta luettelevat nimeltä mainiten erityisiä ohjelmia tai b) mainitsevat useita eri kanavia kiinteässä yhteydessä tiettyihin toimintoihin tai sitten c) nimeävät yhden tai useampia mielihohjelmia - mikäli ne kaikki eivät ole yhdellä ja samalla ”omalla” kanavalla, jolloin haastateltava määritellään kanavakeskeiseksi.

Ohjelmakeskeinen kuuntelija siis valitsee useilta eri kanavilta kulloiseenkin tilanteeseen sopivia ohjelmia tai itselleen sopivan palasen lähetysvirtaa. Näin ollen ”ohjelma” ei tässä yhteydessä välttämättä *aina* viittaa perinteiseen ”lähettäjäkeskeiseen” ohjelmaan (Nukari & Ruohomaa 1997, 77; Åberg 1999, 77) , vaan tarkoittaa kuuntelijan tiettyyn tarkoitukseen valitsemaa sisältöä (vrt. emt., 79). Tässä mielessä voidaan sanoa, että ”*ohjelmakeskeisyyttä*” tulkitaan tässä työssä uudella tavalla nimenomaan kuuntelijan näkökulmasta.

Tämän aineiston perusteella näyttää kuitenkin siltä, että - toisin kuin Nukari ja Ruohomaa (1997, 85) esittävät – kuuntelijat varautuvat edelleen *myös* etukäteen kuuntelemaan tiettyjä nimettyjä ohjelmia: Kuuntelua eivät aina määritä yksinomaan kuuntelijan arkiset puuhut, vaan myös radio-ohjelmat saattavat rytmittää arkipäivää. Käytännössä edellä esitettyyn määritelmään näyttääkin mahtuvan kolme erilaista ”ohjelmatyyppiä”:

a) Ohjelma voi olla perinteinen ”ainutkertainen” ohjelma, jonka kuuliija löytää yleensä tutustumalla etukäteen esimerkiksi lehdessä julkaistavaan radio-ohjelmistoon.

Tämäntyyppisistä ohjelmista haastatteluissa mainitaan esimerkkeinä Radio Suomessa silloin tällöin järjestettävät teemaillat.

b) Erityisen usein ”ohjelmat” ovat eri kanavilla yleensä viikoittain toistuvia *ohjelmasarjoja*, joiden ajankohdan vakituinen kuuntelija muistaa ja jotka siis rytmittävät ainakin jossain määrin kuuntelijan elämää. Tällaisia ohjelmia ovat esimerkiksi Radiomafian Alivaltiosihteri tai Koe-eläinpuisto, Radio Suomen Naisten tunti tai Puhelinlangat laulaa, Kainuun Radion Toivelevyt tai Kasvokkain ja Radio Novan Salovaara liikenteessä tai Toiveita ja terveisiä. Radio Ylen Ykkösen puolella suosikkeina mainitaan esimerkiksi Knalli ja sateenvarjo-kuunnelma ja Helmenkalastajat-konsertti. Myös aamu- ja iltahartaudet sekä jumalanpalvelukset sisältyvät tähän määritelmään.

c) Kuuntelijakeskeisesti määritellyt ”ohjelmat” voivat mielestäni olla myös kuuntelijan joihinkin toimintoihin kiinteästi liittyviä ohjelmavirran pätkiä – esimerkiksi haastateltava kuuntelee aina siivotessaan tai silittäessään nimenomaan Radio Novaa ja ”arkiaamusin aina Radio Ykköstä”. Ratkaisevaa tässä suhteessa on *kuunnellun sisällön valitseminen etukäteen*, ennen radion avaamista – jos haastateltava kertoo valitsevansa kanavan mielialan mukaan vasta radiota avatessaan tai kuuntelevansa sattumanvaraisesti ”mitä sieltä silloin tulee”, kuuntelu on tilannekeskeistä. Jos taas kuuntelija valitsee *kaikkien* nimeämiensä toimintojen yhteyteen aina saman kanavan, kuuntelu on kanavakeskeistä.

Tässä aineistossa tyypillisiä ohjelmakeskeisiä kuuntelijoita ovat kulttuurisesti suuntautuneet naiset (ks. myös esim. Kytömäki & Ruohomaa 1999, 30), jotka valitsevat kuunneltavansa etukäteen esimerkiksi lehdessä julkaistavan ohjelmiston perusteella. Heidän voidaan katsoa edustavan ”klassista vanhaa yleisradiokulttuuria” - ja he näyttävät usein löytävän kuunneltavaa Radio Ylen Ykköseltä (vrt. emt., 20) . Nämä samat kuuntelijat näyttävät kuitenkin yleensä täydentävän repertuaariaan kuuntelemalla ”keveämpää” kanavaa tietyissä tilanteissa – mökillä, siivotessaan tai ajaessaan autoa.

Ohjelmakeskeisiä kuuntelijoita ei kuitenkaan pidä stereotyyppisesti samaistaa kulttuurisesti suuntautuneisiin naisiin ja miehiin. Aineistosta löytyy myös aivan toisentyypisiä ohjelmakeskeisiä kuuntelijoita – esimerkiksi monet miehet ja nuoret ovat löytäneet Radiomafialta Alivaltiosihteerin tai Leilan ja Annukan kaltaisia viikoittain toistuvia suosikkiohjelmiä tai Radio Novalta Salovaara liikenteessä- lähetyksen. Ohjelmakeskeisiä kuuntelijoita eivät näytäkään yhdistävän tietyt makutottumukset vaan radion tietoinen ja valikoiva käyttö. Monet ohjelmakeskeiset kuuntelijat myös esittelevät itsensä nimenomaan rationaalisina ja kuunteluaan hyvin hallitsevina radion kuluttajina – eli ihanteellisina aktiivisina asiakkaina (vrt. Eide & Knight 1999, 540).

Myös naistenlehden lukijatyypeistä löytyy ohjelmakeskeistä kuuntelijaa vastaava instrumentaalinen lukija (Mäntymäki 1992), jolla ei ole lehteensä emotionaalista erityissuhdetta vaan joka käyttää tarpeen mukaan hyväkseen erilaisia sisältöjä. Rationaalista valintaa ei kuitenkaan tässäkään tule yhdistää automaattisesti rationaalisten sisältöjen kuluttamiseen (vrt. Tacchi 2001) – aivan yhtä tietoisesti voidaan valita emotionaalisia, sosiaalisia tai esteettisiä tarpeita tyydyttäviä sisältöjä.

3.3.2.1. ”No ihan tiettyjä”

Puhtaasti kanavakeskeiseksi kuuntelijaksi voidaan määritellä opiskelijapoika, joka kuuntelee radiosta vain paria viikoittain toistuvaa Radiomafian ohjelmaa. Hän on tyypillinen ohjelmakeskeinen kuuntelija myös sikäli, että kuuntelee radiota suhteellisen vähän. Hänen kuuntelunsa ei myöskään liity mihinkään tiettyyn arkielämän tilanteeseen sinänsä, vaan radion tarjoama ohjelma määrittelee kuuntelun ajankohdan ja samalla myös jossain määrin rytmittää kuuntelijan elämää. Ohjelmatietoja ei tarvitse erikseen katsoa lehdestä:

H: Kumpia sä yleesä kuuntelet enemmän radiota vai levyjä?

M: No kyl mä levyjä enemmän kuuntelen että se on jääny aika vähäseksi nykyään se radion kuuntelu että...

H: Kuunteliksä sitte aikasemmi enemmän ootsä kuunnellu joskus?

M: No oon mä joskus kuunnellu vähä enemmän radioo että nykyää ehkä yhtä kahta ohjelmaa ennää kuuntelee.

H: Joo joo. Onks sulla jotain tiettyjä sitte?

M: No ihan tiettyjä.

H: Mitä ne on?

M: No ne on toi Metalliliitto Mafialta yheksän aikaan ja sitte tota Alivaltiosihteri niin nämä näitä seuraan.

Vaikka molemmat opiskelijapojan kuuntelemat ohjelmat löytyvät samalta kanavalta, häntä ei kuitenkaan voidaan pitää kanavakeskeisenä kuuntelijana, sillä Radiomafian kokonaisuudessaan ei voida sanoa olevan hänen suosikkikanavansa:

H: Just joo. Tota niin - no sulle niinku tää on nää nää Mafian jutut mitä sää kuuntelet enemmän nii mitä sää oot mieltä Mafiasta noin niinkun koko - siitä?

M: Ai minkälaine? Noo - se on tota meikä..meikästä silleesti että en tykkää muute muuta ku niistä kahesta ohjelmasta ku ei siellä oo niinku minun musiikkimaulle oikein vastaavia juttuja oikein paljoo ja sitte ne - ohjelmatki on vähä semmosia - vähä minulle mittääsanomattomia - yllesä.

Tässä tapauksessa opiskelijapoika näyttää määrittelevän itsensä radion kuuntelijana ennen kaikkea musiikkimaun (heavy metal) perusteella; hän haluaa kuitenkin aktiivisesti torjua epäilykset että hän olisi ”saatananpalvoja tai jotain”. Vahva samastuminen musiikilliseen alakulttuuriin näkyy myös hieman torjuvassa suhtautumisessa äidin ”valikoimattomaan” radion kuunteluun:

H: Just joo. Eli tavallaa sitte sit teillä täällä alakerras soiks täällä sitte joku vai onks se sitte jokaisella omas huoneessaa sitte?

M: No – no se nyt o yllesä täälä allaala huutaa justii se Kajaus ja - sitte ylhäälläki se joskus kuuntellepi jottai touhuaa ylhäällä ja - sitten minä omassa huoneessani kuuntelen sen minkä kuuntelen radioo.

3.3.2.2. ”Arkiaamusin aina Radio Ykköstä – tätä Ylen Ykköstä”

Välttämättä ohjelmakeskeiseksi määritelty kuuntelija ei kuitenkaan siis kuuntele tuotannossa ennalta määriteltyjä selvärajaista ohjelmia, joilla on nimi. Kuuntelijan

”ohjelmat” voivat olla myös tiettyihin tilanteisiin kiinteästi liittyviä eri kanavia, kuten tässä tapauksessa:

N31: [...] arki-aamuisin aina Radio Ykköstä – tätä Ylen Ykköstä. Kun mä siivoon mä kuuntelen Radio Novaa, se on iha – ja aika usein sunnuntai-iltasin kuuntelen tämmöstä liikenneohjelmaa Radio Novasta. Ja - mä kuuntelen - sunnuntai-iltasin keskusteluohjelmia Radio Suomesta, Naisten ilta – se on mun feivörit – ja sit mä kuuntelen Naisten tuntia jonkin verran - sunnuntai-aamupäivisin. Niitä teemailtoja, terveysilta, ruokailta, näitä - kuuntelen Radio Suomen puolelta.
H: Miten sä löydät nämä ohjelmat - siis katsoksä ohjelmaa sitä vai tuota..?

N31: Mä katson ohjelmaa lehdestä ja luen jonki verran arvosteluja. Jonki verran kuuntelen kuunnelmia ja nyt mä löysin oikei helmen ku mä luin Kajavan arvostelun tosta Naisia kaivolla neljältä sunnuntaisin tulee Ylen Ykkösellä – ni siitä tuli semmonen mun suosikkiohjelma - Ilkka Kylävaara on siinä puhee vetäjänä - että jonki verra mä luen arvosteluja mutta aika vähän tulee kuunneltua tommosia kuunnelmia.

Edellisen sitaatin haastateltava siis seuraa lehdestä radio-ohjelmia ja lukee myös arvosteluja. Lehdissä julkaistavien radio-ohjelmien lukemisen tiedetään kuitenkin (ks. esim. Åberg 1999, 45) olevan harvinaista – tässä 32 henkilön haastattelusta koostuvassa aineistossa kolme (N31, N60, M59) ohjelmakeskeiseksi luokiteltavaa kuuntelijaa kertoo seuraavansa radio-ohjelmia⁶⁴; kaksi heistä on kulttuurisesti suuntautuneita naisia ja yksi perinteistä tanssimusiikkia rakastava mies.

Tanssimusiikkia rakastava eläkeläismies on tässä aineistossa poikkeuksellinen esimerkki radion suurkuluttajasta, joka on kuitenkin määritelty ohjelmakeskeiseksi kuuntelijaksi. Ratkaisevaa on se, että mies suosii nimenomaan yhtä ohjelmasisältöä ylitse muiden, kuten seuraavasta käy ilmi:

H: Joo joo. No mitenkä sä - sulla tossa soi radio parastaikaa kuunteletsä yleesäki radiota?

M59: Se on jatkuvasti auki. [...] Niitä on kaks kolome radioo aina auki ja telekkari. [...] Se on valikoimas kaikki nämä ja tota siitten minä aina etin semmosen että mistä tulloo hyvää musiikkia.

H: Joo. Minkälaine se on se hyvä musiikki?

M59: Tanssimusiikki.

Jotkut ohjelmakeskeisten haastateltavien kuvaukset omasta käyttäytymisestään heijastelevat vielä edellistä sitaattia selvemmin tiettyä ”kuluttajan suvereniteettiin” pohjautuvaa tyytyväisyyttä. Tyytyväisyys näyttää liittyvän tilanteen hallinnan kokemukseen ja tunteeseen, että kykenee käyttämään tarjolla olevia mahdollisuuksia hyväkseen – voidaan jopa sanoa, että nämä kuuntelijat näyttävät omaksuneen ”aktiivisen kuuntelijan identiteetin” (ks. jakso 3.4.2.1). Tällöin myös eri radiokanavien koetaan selkeästi täydentävän toisiaan ja tyydyttävän erilaisia tarpeita:

⁶⁴ Radio-ohjelmien seuraamista lehdistä ei kuitenkaan kysytty järjestelmällisesti kaikilta haastateltavilta

N47: [...] että esimerkiksi Kajaus ja ja ja tota – Kainuun Radio ni ei missään mielessä ne minun mielestä oo mittään kilpailijoita ne mittään kilpaile ku niillä on ihan kummallaki oma omat kuuntelijasa ja ne on kummallekki tärkeä ja sitten on tämmösiä surffailijoita ku minä oon joka meen aina elämäntilanteen ja meen – sillai mikä minusta tuntuu sillee niinku kiinnostavammalta ja minä just jotenki niin – sei välttämättä oo ees sitä että mä vertailen – emmä vertaile mut mä tiedän et siel on niitä mitä mä haen niinku kaupan hyllystä sitä sieltä. Ja sitten ku mä haluan huomenna sitä ni mä haen sieltä toisesta paikasta.

Monet⁶⁵ ohjelmakeskeisistä kuuntelijoista - erityisesti Radio Ylen Ykkösen ohjelmia suosivat - näyttävätkin käyttävän ”aktiivista valikoivuutta” positiivisena erottautumisen strategiana (ks. jakso 3.4.1.); he näyttävät olevan tietoisia siitä, että monet muut kuuntelevat radiota eri tavalla. Toisaalta ohjelmakeskeiset kuuntelijat saattavat määritellä itsensä jopa hieman puolustautuvaan sävyyn ”perinteisiksi” kuuntelijoiksi:

H: [...] No tosiaan tota siis - sä kuuntelet radiota kuinka paljon noin tota nii - yleensä?
 N42: No kyllä mä kuuntelen radioo että mä oon sellanen perinteinen radionkuuntelija että sillai ku mä oon kotona nii mä kuuntelen – mä kuuntelen selvästi vähemmän ku mun mies mun mies on himo radionkuuntelija – mutta kyl mäki pari – pari tuntii päivässä ja nytten kun mä opiskelen...

3.3.3. Tilannekeskeinen kuuntelija

Tilannekeskeisiksi kuuntelijoiksi on määritelty ne haastateltavat, jotka yhdistävät kuuntelunsa ennen kaikkea tiettyihin tilanteisiin - kuunneltu sisältö valitaan kulloisenkin tilanteen tarpeen mukaan. Tilannekeskeinen kuuntelija ei siis yhdistä tiettyä kanavaa rutiininomaisesti ja ”itsestään selvästi” tiettyyn tilanteeseen kuten ohjelmakeskeinen kuuntelija, vaan kanavan valinta tehdään vasta radiota avattaessa. Tilannekeskeisellä kuuntelijalla saattaa olla käytännössä joku usein kuunneltu mielikanava, mutta hän ei näytä rakentavan identiteettiään sen varaan – toisaalta tilannekeskeinen kuuntelija ei ylipäätään välttämättä tiedä, mitä kanavaa hän kuuntelee (vrt. Mytton 1999, 62-63).

Kaiken kaikkiaan tilannekeskeisen kuuntelijan radiosuhde näyttää etäisemmältä kuin kanavakeskeisen tai ohjelmakeskeisen kuuntelijan radiosuhde (vrt. Ruohomaa 1999, 231-232). Radion kuuntelu saattaa liittyä olennaisesti tiettyihin päivittäisiin rutiineihin (vrt. Steeg Larsen 2000, 259-274), mutta kuunneltu *sisältö ei näytä olevan ensisijaisen tärkeää*: Radio toimii esimerkiksi ekstroverttina tai introverttina äänitapettina (Tortzen/Åberg 1999, 63; myös s. 34-35), jolloin lähetyksen ”kokonaisuusmoodi” ja tunnelma ovat ratkaisevia. Toki radiosta saatetaan kuunnella myös esimerkiksi uutisia, mutta radiota ei avata tiettyyn aikaan näiden uutisten vuoksi.

⁶⁵ Eivät kuitenkaan kaikki

Kainuun aineistossa tilannekeskeisten kuuntelijoiden kanavavalintana on useimmiten Radio Nova. Valinta saattaa kuitenkin päätyä myös Radiomafiaan, Radio Kajaukseen tai Radio Suomeen. Ehkä hiukan yllättävää on, että pari haastateltavaa kertoo päätyvänsä autoa ajaessaan tai mökillä satunnaisesti radiota kuunnellessaan myös Radion Ylen Ykkösen tai ”puheohjelmien” kohdalle. Tämän lisäksi Radio Ylen Ykköstä saatetaan kuunnella satunnaisesti sairaana oltaessa (vrt. Alasuutari 1999a, 94).

Tässä aineistossa tyypilliset tilannekeskeiset kuuntelijat ovat miehiä, jotka kuuntelevat radiota nimenomaan ajaessaan; samoin autoa paljon ajavat naiset kertovat kuuntelevansa radiota autossa (vrt. Sarkkinen 2000, 124). Työpaikoilla radiota kuulevat ja kuuntelevat sekä naiset että miehet. Naisille sen sijaan näyttää olevan tyypillistä yhdistää radion kuuntelu kotitöihin, kuten siivoukseen tai ruuanlaittoon. Jotkut naiset ja myös muutamat miehet taas avaavat radion rutiininomaisesti aamulla ja sulkevat sen vasta illalla – jos silloinkaan.

Määrällisesti mitattuna tilannekeskeinen kuuntelija saattaa siis kuunnella radiota joko melko vähän tai sitten todella paljon, joskus jopa lähes kirjaimellisesti ”koko ajan”. Tässä mielessä radion tilannekeskeinen kuuntelija eroaa ratkaisevasti naistenlehden vastaavasta ”viileästä” lukijatyyppistä (Mäntymäki 1992), joka on tekemisissä naistenlehtien kanssa ainoastaan satunnaisesti kampaajalla tai odotushuoneessa.

Tilannekeskeistä kuuntelijaa voidaan lukuisten aiempien tutkimusten valossa (esim. Alasuutari 1999a, 93; Steeg Larsen 2000, 259) pitää eräänlaisena radion kuuntelijan perustyyppinä: Ilmeisesti määrällisesti suurin osa kuuntelusta on tilannekeskeistä. Tällöin radio näyttää olevan pitkälti huomaamaton arkipäiväiseen elämään kiinteästi kuuluva elementti, jonka erilaisia ”tehtäviä” (ks. esim. Åberg 1999, 47; Steeg Larsen 2000, 259-274; Alasuutari esim. 1999a, 92-95; myös Tacchi 2001) tässä yhteydessä lähinnä vain sivutaan.

Tämän tutkimuksen avulla ei kuitenkaan voida vastata kysymykseen, onko tilannekeskeinen kuuntelu lisääntynyt vai vähentynyt – tai onko toisaalta esimerkiksi kanavakeskeinen kuuntelu lisääntynyt radiokulttuurin murroksen aikana. Tällaisia johtopäätöksiä ei voida tehdä myöskään KRT:n tilastoja tulkitsemalla, sillä ideaalisten kuuntelijatyyppien muodostaminen ei perustu määrällisesti mitattavissa oleviin tekijöihin. Tarkasteltaessa tilannekeskeistä kuuntelua radiokulttuurin murroksen

näkökulmasta voidaan kuitenkin olettaa, että tilannekeskeinen kuuntelu hyväksytään paremmin ”kuluttajakeskeisessä” uudessa kuin ”lähettäjä- ja ohjelmakeskeisessä” vanhassa radiokulttuurissa (ks. jakso 3.4.1).

On myös muistettava, että tilannekeskeistä kuuntelua ei voida itsestään selvästi samastaa ”taustakuunteluun”. Voidaan kuitenkin sanoa, että tilannekeskeinen kuuntelu on näyttää useimmiten olevan tausta – tai oheiskuuntelua (Åberg 1999, 78).

3.3.3.1. ”Aina ku mä oon autolla liikenteessä ni se on auki”

Puhtaasti tilannekeskeiseksi kuuntelijaksi voidaan määritellä opiskelijapoika, joka kuvaa kuunteluaan tyypillisesti sanomalla ”radion olevan auki” jossain tilanteessa. Tässä tapauksessa radion kuuntelu liittyy nimenomaan, vain ja ainoastaan yhteen tilanteeseen – autolla ajamiseen⁶⁶. Tyypillistä on myös se, että haastateltava torjuu ajatuksen erityisestä suhteesta tiettyyn kanavaan:

H: (...) Kuuluuko radio millää taval sun arkipäivää?

M20: Joo kuuluu aina ku mä oon autolla liikenteessä ni se on auki.

H: Joo joo. Entäs täällä kotosalla?

M20: No kotosalla ei oikeestaan ainoastaan jos vanhemmat on kotona silloin on radio auki.

H: Joo. Mite sulla radiossa yleensä mikä sulla on se ensimmäinen valinta siellä? Mikä aukeaa silloin mitä sieltä tulee silloin kun paat radion auki?

M20: No se on Nova yleensä.

H: Onks Nova sun suosikki?

M20: No eipä oikeestaan että Radiomafia käy myös.

Haastateltavalla ei ole varsinaisia mielihjelmia eikä hän seuraa vakituisesti mitään ohjelmasarjaa. Erilaisia ohjelmasisältöjä hän kuvaa ylipäätään varsin yleisellä tasolla; tilannekeskeisten kuuntelijoiden radiosuhde näyttääkin olevan selvästi etäisempi kuin kanava- ja ohjelmakeskeisten kuuntelijoiden:

H: Just joo. Mitä tota – mut kuitenkin Novalla on se eka valinta siellä et - osaaksä sanoo että mikä siihen on sitte vaikuttanu et sä oot..?

M20: No - sieltä tulee hyvää musiikkia ja aika usein myös uutisiaki.

H: Just joo. Just joo. Onks se musiikki semmosta mikä – mikä sun makuu menee ihan erityisesti?

M20: Mulle oikeestaan ihan kaikki käy ne - sinänsä oo väliä.

H: Just joo. No onks sulla mitään sellasia lempiohjelmia tai sellasta että sä tosiaan ninku oman aikataulusi - varaisit nii et sä voisit kuunnella jotain tiettyä?

M20: No eipä oikeastaa ole⁶⁷.

⁶⁶ Tässä ei tarkemmin pohdita, millä tavalla radion kuuntelu nimenomaan autolla ajettaessa mahdollisesti voisi toimia ”yhteiskuntaan integroivana rituaalina” (vrt. Steeg Larsen 2000, 266).

⁶⁷ Myöhemmässä vaiheessa käy tosin ilmi, että haastateltava kuuntelee mielellään ”Salovaaraa liikenteessä” siihen aikaan tien päälle sattuessaan.

Radiokanavan valinnassa ei myöskään ole tämän opiskelijapojan kannalta kysymys ”identiteetin valitsemisesta”. Radio Nova ja Radiomafia ovat hänen näkökulmastaan yhtä lailla yleisesti ”nuorten” kanavia – joiden kesken siis nuoren sopii valita:

H: Ootsä koskaan miettiny sellasta asiaa että ketkä kuuntelee Novaa - paitsi sinä (naurahdus)?
M20: No varmaaki aika paljo nuoret ku meillä koulussaki kuulee että aika paljo että Nova on hyvä että...

[...]

H: Joo just joo. No minkälainen kuva sulla on Mafian kuuntelijoista muista?

V: No minulla on semmonen kuva että ne on - ehkä samanlaista nuorisoa kun minäkin ihan kaikista ikäluokista sanotaan.

Joidenkin tilannekeskeisten (nuorten) kuuntelijoiden kommentit viittaavat jopa siihen, että juuri sitoutumattomaan kuuntelukäyttäytymiseen liittyy ”kuluttajan suvereniteetin” kokeminen yhtä aikaa valinnanvapautena ja jopa valitsemisen pakkona (Ang 1996, 13; Eide & Knight 1999, 538):

H: [...] Ootsä koskaan miettiny mikä sut saa vaihtamaan asemaa?

M20: No se et tulisiko toiselta parempi kappale tai...

H: Kumpi se on että onko se enemmän se pukkaava puoli et jotaki huonoa tulee täältä nyt mä vaihdan vai niinpäin että tota jotaki - että tulisko vielä parempaa toisaalta?

M20: Kyllä että tulisko vielä parempaa aina tulee katsottua ettei nyt menetä jotai.

3.3.3.2. ”Mitä sieltä silloin tulee”

Tilannekeskeiseksi tyypiksi voidaan määritellä myös 58-vuotias nainen, joka kuuntelee talvisin kaupungissa radiota ainoastaan kymmenen ja yhdentoista välillä aamupäivällä ruokaa laittaessaan. Hänelle kanavan valinta ei tuota ongelmia, sillä kuunneltu sisältö on viime kädessä melko yhdentekevää:

H: [...] Mitä sä kuuntelet ku sä kuuntelet sitte ruokaa laittaessas?

N58: Mitä sieltä silloin tulee et mä - sieltä tulee monta kertaa ihan - ihan asiaohjelmia niistä mää - niinkun enemmän tykkään että - ja on siellä musiikkia mitä nyt...

H: Mitä kanavaa sä kuuntelet ootsä kattonu sitä?

N58: No se tulee tuo paikallis - tästä - ja tai sitte jos ei oo - Kajaanin radiolla lähetystä ni sittehä se tulee sieltä Suomesta. En mä - se on aina sillä yhdellä kanavalla en mää sitä niinkun siirtele.

H: Sä et sitä vaiha sitte? Et surffaile siellä (naurahdus)?

N58: En en (naurahdus) - koska mulle riittää koha sieltä jotaki tulee ko ruokaa laittaa ni...

Tilannekeskeinen kuuntelija ei siis välttämättä kavahda puhesisältöjä – myös puhetta voidaan kuunnella työskentelyn ohessa (vrt. Åberg 1999, 77). Tilannekeskeinen kuuntelija ei kuitenkaan aktiivisesti etsi puheohjelmia⁶⁸. Tämä haastateltava ei myöskään tunnista kuuntelemiaan ohjelmia nimeltä, vaan puhuu ohjelmasisällöistä etäiselle radiosuhteelle tyypillisellä yleisemmällä tasolla:

H: Just joo, onks sulla tota niin – sitte kesällä sitten onks sulla jotakin eri – onks se sielläki samalla kanavalla vai onko se..?

S: Kyllä mä joskus vaihan, mutta tota – ja etin niitä - mä enempi tykkäisin että siellä tuis jotaki asiaa. Siis oikei semmosta - ei mitään – mut kyl mä kuuntelen musiikkiaki sitten - ja myöhäsemällähä sieltä tullee ki paljon musiikkia. Mutta kyl mä aina niinku yritän ehtiä...

H: Puheohjelmaa tykkäisit..?

S: Et se on niinkun se - hyvin pitkälle minun mielee (naurahdus).

Myöhemmässä vaiheessa haastateltava vahvistaa, että hän ei erottele toisistaan myöskään eri kanavia – kuten Radio Ylen Ykköstä ja Radio Suomi/Kainuun Radiota:

H: [...] Tiedäksä - muistaksä mitä Yleisradion kanavia mitä – mitä niitä on niitä radiovaihtoehtoja mitä tulee täällä?

N58: Eiks se se Suomi - ohjelma, että se on niinku tutuin.

H: Joo, joo. Sanooks tämmönen kun tota nin - Ylen Ykkönen sulle mitää että..?

N58: Joo. Se on radiossa tässähan se on - televisiossa Ykkönen.

H: Joo mut radiopuolla kanssa...

N58: Radio joo - kyllä se tuttu on, mä en niinku koskaan niitä erota sitte kun – joskus koko - mä en koskaa niitä ajattele että – kumpi on millä nimellä ja kumpi on kumpi.

H: Nii et sä kuuntelet vaa että mitä siellä sitte - sattuu olemaan että..?

N58: Nii et mitä sieltä tulee et se on niinku enempi et se on iha sama mikä linja se on.

Tilannekeskeinen kuuntelu ei siis välttämättä ole aina taustakuuntelua, vaan sitä voidaan usein kuvata Carin Åbergin (1999, 76-77) luokitusta käyttäen rinnakkaistoiminnaksi - eli oheiskuunteluksi. Tällöin kuuntelijan keskittyneisyyden taso vaihtelee ja myös kuunnellulla sisällöllä voi olla (semanttista) merkitystä.

Sekä taustakuunteluna että oheiskuunteluna tilannekeskeinen kuuntelu näyttää joka tapauksessa liittyvän usein työhön – joko palkkatyöhön tai kotityöhön. Haastateltavat mainitsevatkin koko joukon erilaisia radion erilaisia ”tehtäviä” (vrt. Åberg 1999, 47; 66). Seuraavan esimerkin mieshenkilö kokee totunnaisen radion kuuntelun helpottavan keskittymistä tietokoneella työskenneltäessä – olennaista on nimenomaan huomion siirtyminen työstä välillä musiikkiin ja taas takaisin työhön. Tavallaan kysymyksessä on myös työskentelijää ”suojaava ääniseinä” (Åberg 1999, 66):

M34: Se saattaa olla se että ku on tottunu sihe taustamöllyy nii sitte muuta tekkee ni saapi varmaa parempi keskittyy keskittyä kato ku on tottunu. Nii kato siihen liittyy semmonen taustamelu – se jos ois – ois tottunu siihen että kato on tota - syvä hiljasuus nii pakko on syvää hiljasuutta pitää hiirehiljaa enne ku pystyy mitää tekemää nii – sitte pitäs olla. Se on varmaan - tottumuskysymyksiin että tuo kun on – kato pitkän aikaa että siellä nin - radio pauhaa tuossa ja sitten tekkee.

H: Sä pystyt kirjoittaan voit ohjelmoida sä pystyt tekemää..?

J: Nii, kato välillä kuuntelee ja sitte miettii taas muuta nii – niin se on taas että ku – se taas kato ajatus taas muuhun – muuhun vie välillä.

⁶⁸ Tämän haastateltavan kohdalla näin on nimenomaan talvella kaupungissa. Kesällä mökillä hän jopa katsoo lehdestä radio-ohjelmat.

Tämä teollisuustyöntekijä taas sanoo nauttivansa kotona äänettömyydestä ja rauhasta, mutta ”keventävänsä työilmapiiriä” ja pehmentävänsä koneiden runkoääntä töissä radion taustamusiikilla:

N45: [...] oikeestaan puheohjelmia sillee ei tule seurattuu hirveen paljon koska sitä ei silloin voi silloin täyspainosesti seurata silloin ku aatellaa että työn ohessa niinku kuuntelet että enemmänä niinku sellasta musiikkipainotteista että - se taas niinku keventää sitä työilmapiiriä taas toisaalta että...

Tyypillisen tilannekeskeisen kuuntelijan tavoin hän katsoo, että radion sisältöihin sinänsä ei maksa vaivaa yrittää vaikuttaa: Vuorovaikutus radion ”tuottajien kanssa” tuntuu siinä mielessä turhalta:

N45: [...] Minusta se on loppujen lopuksi – kun makuja on nii monia, jos ei se henkilökohtaisesti minuu miellytä se on hirmu vaivaton pistää napsauttaa kiinni se radio (naurahdus) – että minä en niinku kehtaa moisesta asiasta pulttia ottaa että jos joku on tehny semmosen valinnan et se haluaa kuunnella tommosta ni kuunnelkoot – että minä en oo kokenu päänvaivakseni että minun täytyy heit.. pistää mutta jos mä oon yksin kotona ja ei ohjelma miellytä nii minä kyllä napsautan kiinni...

Radion tehtävänä voi myös olla ”ajan tasalla pitäminen” ja puheenaiheiden antaminen. Tätä tehtävää korostavat erityisesti ne haastateltavat, jotka eivät tilaa kotiinsa lehtiä: Esimerkiksi tämä nuori nainen pyrkii kuuntelemaan kiireisinäkin aamuina aina radiota:

H: Mikä sulla sit siinä on et miks sä haluat kuunnella?

N29B: Se on tota – se on kuitenkin niin tärkeä just sitte et mitä (naurua) tuolla ulkomaailmas tapahtuu ja – ja tota just ne päivän puheaiheet et just mistä ihmiset puhuu sitte on ihan niinku - apuaa ettei yhtää osaa antaa kommenttia ku ei yhtään tiiä ...

H: Ni auttaaksse radio sit siihe oikeesti käytännössä?

N29B: Auttaa.

H: Ootko huomannu (naurua)?

N29B: Ihmiset puhuu just niistä että kuulitko uutisista tai tota - niinku nyt viimeksi oli kova kohina se – kuus vuotta mikä se oli ollu kuolleena se yks ihmene - mut sitä mä en ollu kuullu sitä...

Erytyisesti ”aina läsnä olevalla”, taustalla soivalla radiolla näyttää usein olevan semi-sosiaalista merkitystä; radio on seurana yksinäisyydessä:

H: Minkätakia – ootsä koskaan miettiny minkätakia se on nii tärkeä?

N29B: Se on tota – ainaki silloin ku mä oon täällä yksin ni - mä en tunne itteeni nii yksinäiseks – että on - ja joskus se ihmisenki ääni on – lohduttava. Jos on vaikka joku huono päivä ja yksin täällä on - murjottaa nii joku toimittaja sanoo vaikka jotaki mikä saattaa piristää - et on siinä niinku se ja - ja on se se just se musiikki se tunnelman luoja et jos just tulle sillä hetkessä semmosta kivaa musiikkia ni se saattaa kans piristää...

Radio voi siis toimia myös mielialoja ja tunnelmia säätelevänä tai vahvistavana ”introverttina mentaalisena tapettina” (Åberg 1999, 64; Alasuutari 1999a, 94-95). Seuraavan esimerkin nuorelle naiselle Radio Novaa ja Radiomafia ovat juuri tässä mielessä vaihtoehtoja:

H: Onko sun mielest Nova ja Mafia samantyyppisiä kanavia?

N24: Ei ne on aikailla erityyppisiä et sillee - et se riippuu omastaki mielentilasta et mitä sä kuuntelet.

H: Mikä se – ootsä koskaan havainnoinu ittees että mitä sä – mikä mikä mieliala sul on ku sä valkkaat esimerkiks Mafian tai Novan?

N24: Joo. Mafiaa mä kuuntelen sillo ku mä oon niinku oikeestaa vauhtipäällä tai sillee rennommalla päällä mut sitte kun haluaa sillee keskittyä - miettiä ajattelemaa omia juttuja tai tälle vähän ninku ehkä syvemälle ni sillo mä pistän Novalle. Se musiikki on erilainen ja se on musta semmosta ninku – aikuismaisempaa ehkä tai tietyllä tavalla rauhottavampaa – ja sit ne jutut mitä siellä on ni niitä voi silleen pohtia et ehkä se on tavallaa sillee syvempi ainaki mää koen sen nii.

Åbergin ekstrovertiksi mentaaliseksi tapetiksi (1999, 65) määrittelemää radion käyttöä ”huonekaluna” – ympäristönsä olennaisena osana - kuvataan tässä aineistossa lähinnä palvelualojen työpaikkojen kollektiivisen kuuntelun yhteydessä. Radion (tai joskus levyjen) ”tehtävänä” on luoda esimerkiksi kauppoihin viihtyisää ilmapiiriä:

H: Teillä soi radio kaiuttimista?

M39: Kyyllä meillä on Teosto-maksut maksettu. Hoijettu että onnistuu kuunteleminen - onnistuu - työpaikalla radion kuunteleminen tai sitte vaikka levyjennii soittaminen mutta levyjä soi vähemmän että pääasiassa se on radio auki.

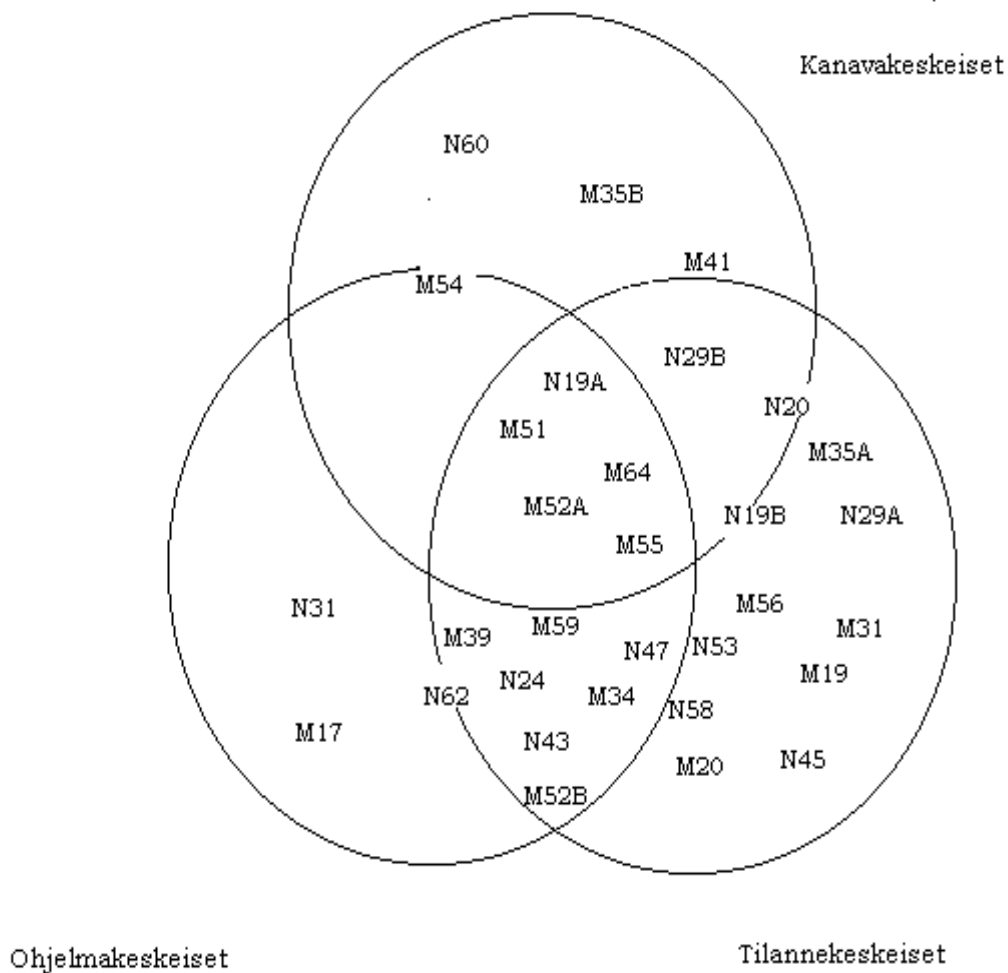
H: Onks se tärkeä asia - niinku liikkeelle – varmaan koetaan ku siitä kerran maksetaanki tärkeeks?

M39: Kyyllä minä koen sen omasta mielestäni jotta jos sattuu että ei oo puolleenpäivää auki ollu radio työpaikalla ni se kyllä vaekuttaa sillälaila että se pysähtyy se ajatuksenjuoksu että mikä jotaki puuttuu.

3.3.4. Haastateltavien jakautuminen eri tyyppisiin

Haastateltavien jakautumista eri kuuntelijatyyppeihin voidaan kuvata seuraavan sivun kaavion 1 avulla. Kaavio on mukailtu Kim Christian Schrøderin (1997/1999, 54-55) brittiläisten mielikuvamainosten lukijatyyppejä kuvaavasta kaaviosta. Tässä työssä tavoitteena on kuvata yhdellä kertaa sekä eri-ikäisten haastateltavien että naisten ja miesten sijoittuminen eri tyyppisiin. Samalla nähdään, miten haastateltavat jakautuvat toisaalta ”puhtaisiin” ja toisaalta ”sekoittuneisiin” tyyppisiin (vrt. Schrøder 1999, 54).

Kaavio 1 osoittaakin, että tällä tasolla tarkasteltuna radion kuuntelussa ei näytä olevan merkittäviä sukupuolten ja ikäryhmien välisiä eroja – kaikista tyypeistä löytyy eri-ikäisiä miehiä ja naisia. Ennakko-oletusten mukaan suurin osa haastateltavista on myös luokiteltavissa enemmän tai vähemmän tilannekeskeisiksi tyypeiksi.



Kaavio 1: Haastateltavien jakautuminen eri kuuntelijatyyppeihin

Kuuntelijatyyppejä on samoin mielenkiintoista suhteuttaa Carin Åbergin esittämiin kolmeen kuuntelun ulottuvuuteen (1999, 77-78): keskittyneeseen kuunteluun, oheiskuunteluun ja taustakuunteluun. Tällöin on ensinnäkin todettava, että kuuntelun kolme ulottuvuutta ja kolme kuuntelijatyyppeä eivät vastaa toisiaan yksi yhteen -periaatteella. Ohjelmakeskeinen kuuntelija saattaa kuunnella mielihjelmiaan keskittyneesti ja kommunikaatio voi olla ”tiedostavaa”, mutta yhtä hyvin mielihjelmia voidaan kuunnella muun toiminnan ohella ja niiden merkitys voi olla yhtä lailla emotionaalinen kuin tiedollinen. Kanavakeskeisen kuuntelijan kuunteluun voivat sisältyä kaikki kolme kuuntelun eri ulottuvuutta, kun taas tilannekeskeinen kuuntelija käyttää radiota yleensä joko tausta- tai oheiskuunteluun.

Åbergin radioteorian tärkeimpiä anteja (myös) tälle työlle on sen sijaan ajattelun vapauttaminen perinteisestä puhe-musiikki (asia - viihde) dikotomiasta (1999;

56, 66, 71) ja tähän vastakkainasetteluun perustuvista lähettäjäkeskeisistä sisältökategorioista: Puhe ja musiikki ymmärretään erilaisiksi auditiivisiksi elementeiksi, joita voidaan kuitenkin tarkastella myös samoilla ulottuvuuksilla – musiikkia semanttisen merkityksen kannalta, puhetta rytmittäjänä ja tunnelmatekijänä. Tällöin radion sisältöjä voidaan myös lähestyä entistä enemmän *kuuntelijan* näkökulmasta.

Tässä työssä hahmoteltujen kuuntelijatyypien erotteluperustana ei olekaan käytetty perinteisiä sisältökategorioita puhetta ja musiikkia. Kuten sitaateista käy ilmi, tilannekeskeistä kuuntelua ei voida samastaa ”taustamusiikin” kuunteluun (ks. esim. ”asiaa” haluava N58) sen enempää kuin ohjelmakeskeistä kuuntelua puheen kuunteluun (esim. Metallikellaria kuunteleva M17). Silti voidaan pitää todennäköisenä, että tilannekeskeinen tyyppi suosii tausta- ja oheiskuuntelussaan musiikkipitoisia kanavia. Kanavakeskeisen tyypin kohdalla taas ratkaisevaa on kanavaan sitoutuminen, missä mieleisellä musiikilla saattaa olla merkittävä osuus.

3.4. KULTTUURISET NORMIT JA IDENTITEETTI

Kuuntelijatyyppejä tarkasteltaessa on useaan otteeseen viitattu identiteettiin liittyviin kysymyksiin: Identifioituminen omaan kanavaan näyttää esimerkiksi liittyvän olennaisesti kanavakeskeisten kuuntelijoiden radiosuhteeseen. Tässä jaksossa pyrin pohtimaan hieman laajemmin kuuntelijan identiteettiin liittyviä kysymyksiä, erityisesti identiteettien rakentumisesta suhteessa kulttuurisiin normeihin.

Ennen muuta pyrin hahmottelemaan uuteen radiokulttuuriin liittyvää ”aktiivisuuden normia” ja erilaisia tapoja tuottaa ”aktiivisen kuuntelijan identiteettiä”. Toisaalta pyrin kartoittamaan haastatteluaineiston perusteella radion roolia ikäluokka- ja sukupuoli-identiteettien ylläpitämisessä ja rakentamisessa. Identiteettiin liittyvien kysymysten tarkempi käsittely jää kuitenkin erääksi keskeiseksi jatkotyöskentelyn teemaksi.

3.4.1. ”Keskittyneen kuuntelun normi”

Alasuutari (1993) ja Tiihonen (1996) ovat molemmat omissa töissään löytäneet 1990-luvun alkupuolella kerätystä haastatteluaineistosta ”keskittyneen kuuntelun normiin” viittaavia piirteitä. Alasuutari olettaa, että keskittyneen kuuntelun ihanne saattaa omalta osaltaan selittää radionkuuntelun vähättelyä (1993, 72). Toisaalta hän huomioi, että radion jatkuvaa aukioloa ei tarvitse puolustella - radion ja television yhtäaikaista

käyttöä kylläkin (emt., 68). Tiihosen (1996, 64-66) mukaan keskittyneen kuuntelun normin olemassaoloon taas viittaa keskiluokkaisten haastateltavien tarve puolustella sitä, että he eivät muista radiosta kuulemiaan ohjelmasisältöjä. Erityisen paljon selitellään, jos ei muisteta ns. asiaohjelmien sisältöjä. Työväenluokkaisten ja yrittäjien kohdalla Tiihonen ei vastaavaa ilmiötä kuitenkaan havaitse.

Tässä työssä keskittyneen kuuntelun normin oletetaan olevan ”lähettäjakeskeiselle” vanhalle radiokulttuurille tyypillinen piirre. Normin taustalla ajatellaan tällöin olevan ristiriidan (ks. esim. Alasuutari 1994, 197) käytännössä yleisen tausta- ja oheiskuuntelun ja periaatteessa ihanteellisen keskittyneen kuuntelun (ks. esim. Nukari & Ruohomaa 1997, 47) välillä.

Kainuun aineistossa keskittyneen kuuntelun normin esiintymiseen viittaavia ilmaisuja ei kuitenkaan kovin paljoa ole havaittavissa, mikä selittyy pitkälti jo tutkimuksen lähtökohdalla: Haastateltavat tiesivät, että tutkimuksen aiheena oli radion kuuntelu ja olivat miettineet ennakolta teemaan liittyviä kysymyksiä. Kuullun muistamisesta sinänsä ei tosin useimpien haastateltavien kanssa edes keskusteltu.

Mitä tulee oman kuuntelun mahdolliseen ”vähättelyyn”, kysymystä on tässä työssä lähestytty eri näkökulmasta: Kuten käsillä olevan luvun ensimmäisestä jaksosta käy ilmi, huomiota on kiinnitetty enemmän haastateltavien omaan rajanvetoon ”kuuntelun” ja ”kuulemisen” välillä erityisesti kotoisissa tilanteissa. Tässä suhteessa ratkaisevaa näyttäisi olevan kuuntelun sosiaalinen konteksti – kuka valitsee kuunneltavan kanavan, kuinka paljon valinnasta neuvotellaan yhdessä ja ovatko makumieltymykset samankaltaisia. Kuuntelun keskittyneisyyden taso luonnollisesti liittyy tähän erotteluun, mutta se *ei näytä olevan ratkaiseva* tekijä. Sama sääntö saattaa päteä myös työpaikkakuunteluun (ks. jakso. 3.1.).

Joissakin Kainuun aineiston haastatteluissa on kuitenkin havaittavissa reaktioita keskittyneen kuuntelun normiin: Tässä yhteydessä voidaan palata myyjään, jonka työpaikalla soi jatkuvasti radio - mutta joka sanoo, että ei nykyään enää ollenkaan kuuntele radiota:

H: Just joo. No kuule siis kuunteleksiä radiota? Yleesä?

M35A: En nykyään kuuntele ollenkaan. Sillon kun olin enemmän tuota – ajon autolla nin nin sillan autossa kuuntelin. Vähemmän. Että se on sillälaila että kun radio on auki ni toisesta korvasta sissää ja toisesta ulos – ja niinku töissäki että siellä on radio päällä mutta hyvin harvon tulee kuunneltua mitä sieltä tulloo.

Toisaalta muutamit ohjelmakeskeiset kuuntelijat tuovat Radio Ylen Ykköstä suosivan naisen tavoin haastatteluissa esille, että he *eivät* käytä radiota ”vain taustana”. Tähän puheenvuoroon näyttäisi sisältyvän itse asiassa kaksi implisiittistä olettamusta radion kuuntelusta: a) radio (ja televisio) ovat yleensä ”vain mökää takana” ja b) haastateltava poikkeaa joukosta tässä suhteessa myönteiseen suuntaan. Tällainen jäsentely näyttää perustuvan juuri ”keskittyneen kuuntelun normin” omaksumiseen:

H: Joo, tuota ihan semmonen perusasia mitä mä oon kysynyt aina ekana on sellanen että kuunteleksä yleensä radiota (naurahdus)?

N62: No mä oon semmonen radionkuuntelija että mä kuuntelen mutta en taustalla pidä - et se on mulle semmonen että mulle koko ajan oo radio auki, mutta mä kuuntelen sitte tiettyjä ohjelmia. Mä katon aina lehdestä ohjelmat samoin kun televisiosta et se ei oo mulle semmonen et mökää vaan takana (naurahdus).

Nämä korostukset kuuluvat kuitenkin pääasiassa itse valikoivasti kuuntelevien puheeseen – näyttääkin siltä, että keskittyneestä kuuntelusta on muotoutunut *identiteettiä rakentava erottautumisstrategiaksi*. Taustalla näyttää olevan tietoisuus siitä, että ”radion auki pitäminen” on yleinen käytäntö ja valikoiva kuuntelu harvinaisempaa. Sen sijaan itse radiota tausta- tai oheisvälineenä (ks. Åberg 1999, 78) käyttävät eivät yleensä reagoi ”keskittyneen kuuntelun normiin”:

H: No mutta ehditsä kuuntelemmaa radiota kuunteleksä?

M34: Novahan tuota näkyy olevan päällä tai sitten Mafia että kyllä se iltasella - siinäpä se taustalla kun teen tuolla koneella nii kato siinä se on.

3.4.2. ”Aktiivisuuden normi”

Kainuun haastatteluissa näyttää nousevan esille keskittyneen kuuntelun normin sijaan toisentyypinen vaatimus, joka voidaan tulkita kulttuuriseksi normiksi. Tämä ”aktiivisuuden normi” voidaan yhdistää kuluttajan suvereniteettia juhliwaan uuteen radiokulttuuriin. Normin taustalla voitaisiin nähdä ristiriita⁶⁹ toisaalta käytännössä tavanomaisen ”passiivisen” kuuntelun (mm. Hendy 2000a, 232) ja edelleen lisääntyneen kanavauskollisuuden, toisaalta periaatteessa lisääntyvien valinnanmahdollisuuksien ja niihin kytkeytyvän ”valitsemisen pakon” (Eide & Knight 1999, 538; Ang 1996, 13) välillä.

Erytisesti ”kanaviin sitoutumattomat” tilannekeskeiset kuuntelijat näyttävät kokevan kuluttajan valinnan sekä mahdollisuutena että velvollisuutena:

⁶⁹ Yleensä katsotaan, että normin esiintyminen liittyy ristiriitaan (esim. Alasuutari 1994, Allardt)

H: [...] Ootsä koskaan miettiny mikä sut saa vaihtamaan asemaa?

M20: No se et tulisiko toiselta parempi kappale tai...

H: Kumpi se on että onko se enemmän se pukkaava puoli et jotaki huonoa tulee täältä nyt mä vaihdan vai niinpäin että tota jotaki - että tulisko vielä parempaa toisaalta?

M20: Kyllä että tulisko vielä parempaa aina tulee katsottua ettei nyt menetä jotai.

”Aktiivisuuden normi” on tunnistettavissa myös puheessa, jossa tiettyyn kanavaan sitoutumiseen viitataan ”addiktiona” (N19B), samoin kuin nuoren naisen tulevan radionkuuntelun visioissa:

H: Entä jos mennää kymmene vuotta eteepäi – mitä sä ajattelet sä oisit kolkytneljä minkälainen..?

N24: Ahaa mä varmaa kuunteleisin Novaa päivästä toisee (naurua). Joo – varmaanki ehkä tota - on jo sillee löytyny oma kanava mä uskon että mä en seikkaile enää noin paljo.

H: Yhmh? Joo. Et sä niinkun - valittet jonkun ja..?

N24: Nii. Tavallaa jämähän johonki kiinni – ehkä. Tunnustaa siltä mut toivottavasti ei nii käy et kuitenkin jaksaa aina...

H: Mut se on niinku ponnistus se kanavanvaihto?

N24: On se, se on vaihe niinku uuteen - tilaan tai...

”Aktiivisen kuuntelijan normi” kuuluu yhteen digitaalisen tekniikan visioiden kanssa; Hendyn (2000a, 220) mukaanhan tulevaisuudessa jo radion muotoilu ja kaukosäätimen yleistyminen houkuttelevat ”kuluttajan valintaan”.⁷⁰ – vaikkakin samaan aikaan pyritään toisaalta ”auttamaan” kuluttajia pysymään saman omistajan kanavalla (emt., 232).

Valinnan mahdollisuuksista ja välttämättömyydestä puhuvat tulevaisuuden radion kuuntelusta keskusteltaessa myös jotkut tämän aineiston haastateltavat: Esimerkiksi tietotekniikka-alalla työskentelevä mies arvioi, että kymmenen vuoden päästä hänellä on mahdollisuus valita radiosta mitä hän haluaa – esimerkiksi maksukanavia, jotka vapauttavat kuluttajan mainoksista. Tulevaisuutta visioidessaan hän tulee samalla ilmaisseeksi tuntemuksensa ”aktiivisuuden” välttämättömyydestä:

H: Muuttuuk sun maku?

M31: Ainahan se muuttuu. Minä epäilen että jos – jos ei muutu ni - minä kangistun.

3.4.2.1. Ajan käytön hallinta

Kulttuuriseksi normiksi määritellyn kuuntelijan aktiivisuuden vaatimuksen perustana voidaan nähdä postmodernille kapitalistiselle yhteiskunnalle luonteenomainen yleinen aktiivisuuden vaatimus (esim. Holvas 2000, Alasuutari 1999a, 100). Voidaankin olettaa, että ”aktiivisuuden normi” ei liity vain radion kuunteluun vaan laajemmin yleensä

⁷⁰ Tosin ainakin Suomessa ”valintaan rohkaisevat” kaukosäätimet ovat yleistyneet jo analogisen teknologian aikana.

median käyttöön: Taustalla on ristiriita toisaalta ”median valloittaman” käyttäjän (Ang 1996, 15; ks. myös s. 52-53) ja toisaalta ihmisen elämänhallinnan tarpeen välillä (esim. Eide & Knight 1999, 537-538; myös s. 14).

”Taistelua” käydään tällöin käytännössä ennen kaikkea ajan käytön hallinnasta - tähän viittaavat jotkut yleiset ja myös Kainuun aineistosta löydettävissä olevat puhetavat, jotka liittyvät median rooliin ihmisen elämässä tai tulevaisuuden visioihin. Erityisesti televisiosarjojen yhteydessä puhutaan yleisesti ”koukkuun jäämisestä”, kun taas toiset korostavat riippumattomuuttaan television tarjonnasta:

M31: [...] ei oo ehkä tällä hetkellä yhtää semmosta ohjelmaa että mikä ninku pitäs jäähä kahtomaa – ehkä Kauniitten ja rohkeitten aikaa kannattaa – vaikka sei nyt ehkä kesäsin – tulooksse vielä – en tiijä...

H: En oo ihan varma nyt että mikä on tilanne...

M31: Se on yleensä semmonen otollinen aika kaupas jos haluvaa käyvä kaupas että ku ei oo väkee.

Erityisesti jotkut nuoret ja nuorehkot haastateltavat (”teknologiakriittiset nuoret”, ks. luku 7) tuovat myös uuden teknologian tarjoamasta laajenevasta kanavavalikosta puhuttaessa kriittisessä mielessä esiin aikatekijän (vrt Ellis 2000, 169-178):

H: No kuule entä jos mennää kymmene vuotta eteenpäin ni mitä sä arvelet minkälaista vois olla sun radionkuuntelu?

M34: Ei kai se sitte kummemmaksi luulisi muuttuva. Ainakaa näillä näkymi että emminä tiijä miksi se muuksi - eihä sitte ku digiradiot tulee ja muut että kato ku ei minkääläistä mielikuvaa että mitä sieltä sitte vielä parempaa ohjelmatarjontaa oisi sitte - ihan älytön ni eihä sitä kuiteskaa kerkii kuunnella että vaikka ne kuinka lähettäsii kymmenellä kanavalla kaikkee ei sitä kuuntele ku yhtä kerralla.

Tässä suhteessa mielenkiintoista on myös huomioida, miten nimenomaan hiljaisuutta kaipaavat keski-ikäiset naiset (ks. jakso 3.2) usein torjuvat ylipäättään koko uuden teknologian: He pelkäävät ”tietokoneiden ja internettien” valtaavan koko elämän (”teknologiakielteiset naiset” , ks. luku 7).

3.4.2.1. Aktiivisen kuuntelijan identiteetti

”Aktiivisen kuuntelun normin” perusteella voidaan ymmärtää myös aktiivisen kuuntelijan identiteettiä, jonka kuuntelijatyypeistä erityisesti ohjelmakeskeiset kuuntelijat näyttävät omaksuneen: He tuovat haastatteluissa esille, miten *he kokevat hallitsevansa omaa radion kuunteluaan ja kykenevänsä käyttämään tarjolla olevia mahdollisuuksia* hyväkseen. Hyvin kuvaava on tämä keski-ikäisen naisen kuvaus kuuntelustaan:

N47: [...] sitten on tämmösiä surffailijoita ku minä oon joka meen aina elämäntilanteen ja meen – sillai mikä minusta tuntuu sillee niinku kiinnostavammalta ja minä just jotenki niin – sei välttämättä oo ees sitä että mä vertailen – emmä vertaile mut mä tiedän et siel on niitä mitä mä haen niinku kaupan hyllystä sitä sieltä. Ja sitten ku mä haluan huomenna sitä ni mä haen sieltä toisesta paikasta.

Erityisesti Radio Ylen Ykkösen ohjelmia suosivat ohjelmakeskeiset kuuntelijat käyttävät ”aktiivista valikoivuutta” myös positiivisen erottautumisen strategiana, kuten edellisen jakson sitaatti osoittaa:

N62: No mä oon semmonen radionkuuntelija että mä kuuntelen mutta en taustalla pidä - et se on mulle semmonen että mullei koko ajan oo radio auki, mutta mä kuuntelen sitte tiettyjä ohjelmia. Mä katon aina lehdestä ohjelmat samoin kun televisiosta et se ei oo mulle semmonen et mökää vaan takana (naurahdus).

Toisaalta Kainuun aineiston haastatteluissa radion ja television yhtäaikainen käyttökään ei näytä tarvitsevan selittelyä – toisin kuin Alasuutarin 1990-luvun alussa kokoaman aineiston haastatteluissa. Päinvastoin usean median yhtäaikaisesta käytöstä kerrotaan aavistuksen verran rehentelevään sävyyn; olen ymmärtänyt tämän viittaavaan siihen, että *myös runsas käyttö tulkitaan sinällään myönteiseksi aktiivisuuden osoitukseksi*.

Tässä ohjelmakeskeisen tanssimusiikin kuuntelijan kuvauksessa on näin ollen mukana yhtä aikaa kaksi aktiivisuuden elementtiä: runsas käyttö (”kaks kolme ratioo aina auki”) ja aktiivinen valinta (”minä aina etin semmosen”):

H: Joo joo. No mitenkä sä - sulla tossa soi radio parastaikaa kuunteletsä ylesäki radiota?

M59: Se on jatkuvasti auki. [...] Niitä on kaks kolome ratioo aina auki ja telekkari. [...] Se on valikoimas kaikki nämä ja tota siitten minä aina etin semmosen että mistä tulloo hyvää musiikkia.

Voidaan ehkä myös ajatella, että eri kuuntelijatyypit käyttävät erilaisia kullekin luonteenomaisia strategioita rakentaakseen itselleen ”aktiivisen kuuntelijan identiteettiä”: Tällöin kuuntelun määrän korostaminen voitaisiin nähdä erityisesti kanavakeskeisille kuuntelijoille tyypillisenä. Esimerkiksi tämä Radio Suomi/Kainuun Radiota suosiva kuuntelija kertoo ilmeisen tyytyväisenä omasta ja miehensä kuuntelusta (”kukaa ei enempää kuuntele radioo ku me”):

H: [...] No kuule kuunteletsä - radiota sitte?

N60: (Nauraen) Aina. Se on ensimmäisenä kuule kun meillä kumpi tahansa nousee ni radio panna päälle, ja...

H: Keittiössä?

N60: Nii keittiössä se on tuolla oven takana se on nii iso se ei mahu minnekkää se on seinällä sillä semmonen paikka. Sitte jos mennää tuonne vaikka pötköttämää nii tuol on toinen radio. Ja kun minä meen kesällä parvekkeelle ni mullon siellä radio - ja isännällä on kuule niitä - tuolla on kaks radioo ainakin vai yksi ja autoon se vie jos se menee alakertaa askartelemaa se vie autotallii se on aina – aina kukaa ei enempää kuuntele radioo ku me. (Naurua)

Radion kuuntelun mieltäminen myönteiseksi aktiivisuudeksi nousee esille myös Alasuutarin keskustellessa radionkuuntelusta työn ohella (1999a, 94); oheiskuuntelu voikin olla joillekin kuuntelijoille tapa rakentaa aktiivista identiteettiä.

3.4.3. Ikäpolvi identiteettinä

Kuten jo kanavakeskeistä kuuntelijatyyppejä esiteltäessä on käynyt ilmi, ikä näyttää olevan yksi keskeinen identiteettitekijä ja kanavan valinnan peruste. Myös tilannekeskeiset haastateltavat luokittelevat kanavat ensisijaisesti ”nuorten” ja ”vanhempien ihmisten” kanaviin (ks. seuraava luku) ja valitsevat kuuntelemaansa kanavat yleensä omalle ikäpolvelleen ”sopiviksi” koetuista:

H: Just joo aivan joo, joo, et sä et oo sillai siinä mielessä tietyn musiikin kuluttaja joka hakis aina jotai tietynlaista?

M31: En. Ehkä näinpäi jätän - valikoin sillä keinoin että jätän tiettyä musiikkia pois.

H: No mikä se on se mikä jää pois?

M31: No ehkä nämä suomalaiset iskelmät. Että se on semmone – jotaki voi kuunnella mutta heti ku jos on joku hyvä kappale sen voi kuunnella ja sitte ehkä ehkä saattaa juontaja äänestä heti jos siinä välissä spiikkovaa joku juontaja - joka on joku vanhemmalle tarkotettu se äänensävy kuulostaa tää ei kuulu mulle vaihan kanavaa.

Kuuntelijatyypeistä lähinnä vain ohjelmakeskeinen tyyppi näyttää ylittävän näitä rajalinjoja – mutta tyyppi erottautuukin muista ”rationaalisen valikoivuutensa” perusteella.

Ikäperusteinen radiokanavan valinta näyttää tässä aineistossa liittyvän kahteen jossain määrin erilaiseen ”identiteettistrategiaan”. Niitä voidaan kuvata kansallista identiteettiä pohtinutta Jorma Anttilaa mukailien ”identiteetiksi itsellemme” ja ”identiteetiksi muille” (Anttila/Vainio 2000, 12). ”Identiteetti itsellemme” perustuu nimensä mukaisesti *itseymmärrykseen ja toisiin samanikäisiin samaistumiseen* – minkä tämä eläkeläisrouva ilmaisee varsin selkeästi:

N60: [...]mistään muusta radio-ohjelmista minä en - purnaa musta mulle menee kaikki – mutta tämä musiikki ku mei - tämmöset iäkkäämmät ihmisethä vaan aamusta ollaan kotona eihän ne nuoriso oo kuuntelemassa - ni musiikki sais olla vähä semmosta vanhemmanaekasta. Eli ku nuorilla on oma kanavaki tuo - Mafiahaaha ne yleensä kuuntelee ja tai sitä mikä se on se toinen – Nova - nii nin ne saa kyllä sieltä sitä musiikkia mitä ne halu.. haluvaa että - musiikissa ois toivomisen varaa kyllä Kainuun Radiossa - Radio Suomessa.

Tämäntyyppinen ”ikä tietoisuus” voidaan rinnastaa jopa luokkatietoisuuteen – ja juuri sen voisi periaatteessa ajatella joissakin olosuhteissa luovan perustaa asioista keskustelevalle ja kantaa ottavalle ”julkison” (vrt. Ridell 1998, 296) muodostumiselle. Tietyllä tavalla ranskalaisten nuorison suosimien kanavien kohutut seksikeskustelut

(Dauncey & Hare 1999, 96-97) voidaan ymmärtää tässä suhteessa esimerkkeinä. Voidaan myös kysyä, eikö juuri ”nuorison” erottautumisessa omaksi legitiimiksi ”yleisradioyleisökseen” piililyt Radiomafian alkuaikojen kapinallinen ja alakulttuurinen viehätys (vrt. Lowe 1999, 19).

Jotkut nuoret haastateltavat näyttävät kuitenkin rakentavan identiteettiään enemmän ”identiteettinä muille”⁷¹ – jolla tässä yhteydessä viitataan siihen, että ratkaisevaa on nimenomaan imago eli oman kanavavalinnan itselle ja toisille *antama kuva* kuuntelijan persoonallisuudesta. Nuorehkot naiset pohtivatkin kanavavalinnoista puhuessaan toistuvasti ikäkysymystä:

H: [...] Nyt jos mennään kymmenen vuotta eteepäi mitä sä aattelet sitte sä – tota – vähän vaille neljäkymppisenä – mite sä - mite sä kuuntelet radiota mite sä ajattelet ite? Kuvittelet (naurahdus)?

N29B: Voi kauheeta...

H: Onks se samanlaista ku nytten – luuletko?

N29B: Ymmm... Mä luulen et se on - se voi olla aika lailla samalaista - et se taustalla soi ku mä touhuan ja - ja tuota - välttämättä ei kanavakkaa muutu et ehkä se voi olla täntyyppistä että ku mä oon omasta mielestä hirveen nuorekas ite mä en aiokkaa tulla semmoseks vanhaks kärttyseks koskaan...

H: (Nauraen) Mitä se vanha kärttysä kuuntelee?

N29B: Se kuuntelee jotai – seniilikanavaa (naurua) – (...) tai musta tuntuu että - ku mä nytki oon - emmä tunne itteeni et mä kohta täytän kolmekymmentä en todellakaan - eikä varmaa näytäkää siltä mutta - ni en en mä luulen mä oon aina semmonen nuorekas - et se voi olla että kuuntelen sitten nuorekasta kanavaa...

Äärimmilleen imagon rakentamisen vie opiskelijatyttö, jonka asennetta yleensä median käyttöön voidaan kuvata (jollain tasolla) hyvin tietoiseksi - suorastaan ”postmoderniksi leikittelyksi”: Hänelle niin radiokanavan kuin televisio-ohjelmien valinta näyttää olevan ”imagokysymys” nyt ja kymmenen vuoden kuluttua:

H: Vaihaksä kanavaa?

N19B: Vaihtuu vaihan kanavaa koska siis kun mä oon kolmekymppinen emmä voi enää kuunnella Novaa. Hyväne aika! Mä oon jo vanha sitte äiti sano et ku se oli kakskytakaheksan se tuntuu hirveen vanhalta mut sitte ku se oli nelkytäviis ni sit ei ollenkaa tuntunu enää vanhalta.

H: Mitä sä mahat kuunnella sit ku sä oot nii vanha et sä oot kolmekymppine – mikä se on se kolmekymppiselle sopiva mitä sä aattelet tällä hetkellä?

N19B: Mä kuuntelen varmaa sitä joka on tehty sillon kolmekymppisiä varte suurin piirtein suunnattu. Tai siis semmosta joka on suunnattu suurin piirtein kaikille...

3.4.4. Naiselliset ja miehekkäät diskurssit

Joitakin Kainuun aineiston piirteitä voidaan tulkita Jo Tacchin (2001) kuvaamien sukupuoli-identiteettiä rakentavien naisellisten ja miehekkäiden diskurssien valossa.

Tässä yhteydessä sukupuoli-identiteettiä rakentavaa puhetta ei ole yksityiskohtaisesti analysoitu, mutta yleisvaikutelman perusteella voidaan sanoa naisten ja miesten puhetaipojen olevan ainakin jossain määrin erilaisia: Naisten kielenkäyttö näyttää olevan emotionaalisemmin ladattua, kun taas miehet käyttävät emotionaalisia ilmaisuja säästeliäämmin ja erittelevät tunteitaan huomattavasti vähemmän esimerkiksi perheen kuuntelutilanteista keskusteltaessa (ks. jakso 3.1.1.).

Nimenomaan parisuhteessa eläville radion kuuntelu saattaa myös toimia juuri Tacchin kuvaamaan tapaan suhteen indikaattorina tai osana pariskunnan identiteettipeliä. Joissakin (tässä aineistossa poikkeuksellisissa) tapauksissa toinen osapuoli rakentaa makumielytyksistä myös hierarkkista suhdetta – kuten tässä miehisen kuuntelijan ”funktionalistista diskurssia” käyttäen:

H: Minkälainen kuva sulla on että onks teijän ohjelmamaut radion suhteen samanlaisia vai erilaiset?

M: Ne on täysin erilaiset.

H: Ahaa, mitä sun vaimo sitte – mistä hän tykkää?

M: Vaimohan ei oo käyny kouluja niinkun minä. Tota vaikuttaa tuo asia. Sitten että hän hän tuota lukeekin aivan eri tavalla kun minä kuuntelee musiikkia aivan eri tavalla kun minä. Se on kaks ihan erilaista ihmistä.

H: Eli onks hänellä enemmän musiikkipainotteista tää kuuntelu vai m... mitä sitten?

M: Saattaa olla että tuota hää - hän laittaa radion auki sitten tuli mitä tuli.

Vastaavalla tavalla parisuhteeseen voidaan kuitenkin rakentaa hierarkkinen asetelma myös naisellista ”emotionaalista diskurssia⁷²” käyttäen:

N: (Naurua) Nii eihä se reppana pystys mittää kuuntellee - jos ei mut et tässä näemme et miehet tulevat vähä jäljessä et vaikka samanikäne on ku minä - jaksaa tommosta vielä kuunnella sitä mä en aina ymmärrä mutta (naurahdus)...

H: Nii, mut just et kumminki sitten vanhemmatkin..?

N: Nii on että kyllä se varmasti löytyy sitte että se on niin ehkä luonteesta kiinni että - ja miehethä tykkää enemmän just semmosesta - rokista mitä sieltä kuuluu ja - kuuntelee semmosta ja - mitä en ite tosiaan täl hetkellä jaksaa sillälail kuunnella.

3.5. RADIONKUUNTELUSTA LYHYESTI

Kuten alussa on todettu, tässä luvussa huomio on kiinnitetty haastateltavien kertomuksiin henkilökohtaisesta radiosuhteestaan – painopiste on ollut kuuntelijoissa yksilöinä ja kuuntelijoiden välisissä eroissa.

⁷¹ Anttilan mukaan ”identiteetti muille” perustuu eron tekemiseen muiden kansojen ominaisuuksiin.

⁷² Tacchin (2001) mukaan siis ”naisellista romanttista diskurssia”

Luvussa on etsitty vastausta kysymykseen, mitä radio kuuntelijoille merkitsee ja merkitseekö se eri kuuntelijoille eri asioita. Vastaukseksi on hahmoteltu kolme ideaalityypistä radiosuhdetta: Kanavakeskeinen kuuntelija mieltää radionkuuntelun ”oman” suosikkikanavansa kuuntelemiseksi, ohjelmakeskeinen kuuntelija ymmärtää radion ikään kuin erilaisten ohjelmien tarjottimeksi, ja tilannekeskeinen kuuntelija hahmottaa radion ennen muuta oman arkielämänsä höysteeksi.

Naisten ja miesten kuuntelukäyttäytymisessä ei ole tämän aineiston perusteella havaittavissa selkeitä eroja. Sen sijaan naisten ja miesten tapa puhua radiosta näyttää olevan jossain määrin erilainen – naiset ilmaisevat itseään emotionaalisemmin kuin miehet. On kuitenkin vaikea sanoa, liittyykö tämä ”miehekkään funktionalistisen” ja ”naisellisen romanttisen” diskurssin (Tacchi 2001) ero mitenkään erityisesti nimenomaan radion kuunteluun.

Kolmanteen tutkimuskysymykseen – kuunnellaanko radiosta enää perinteisiä ohjelmia – voidaan vastata viittaamalla ohjelmakeskeiseen kuuntelijatyyppiin. Ohjelma määritellään tällöin kuitenkin uudella ”kuuntelijakeskeisellä” tavalla: Ohjelmalla ei tarkoiteta enää ainoastaan perinteistä periaatteessa ainutkertaista ”radioteosta” vaan myös ja ennen kaikkea viikoittain tai päivittäin toistuvia vakio-ohjelmia ja ohjelmasarjoja – sekä myös kuuntelijan elämässä tiettyyn toimintaan kiinteästi yhdistyvää ohjelmasisältöä.

4. YLEISRADIO OSANA KAINUUN RADIOMARKKINOITA

Kun edellisessä luvussa tarkasteltiin radionkuuntelua ja *kuuntelijoiden suhdetta radioon välineenä*, tässä luvussa kiinnitetään huomio *kuluttajien ja markkinoilla tarjolla olevien radiokanavien suhteisiin*. Luku on rakennettu kuluttajien eri kanavia arvioidessaan käyttämien luokitusten pohjalle; tutkimuskohteena ovat siis haastateltavien puheessa esiintyvät emic-tyyppiset erottelujärjestelmät (Alasuutari 1994, 100-101).

Keskeisenä tavoitteena on suhteuttaa seuraavassa luvussa käsiteltävät haastateltavien mielikuvat Yleisradiosta mielikuviin Kainuun radiomarkkinoista kokonaisuutena.

Samalla saadaan vastaus kysymykseen, *millä perusteella jotkut kuluttajat oma-aloitteisesti erottelevat julkisen palvelun radiokanavat muista radiokanavista*. Kaiken aikaa pyritään luonnollisesti myös työstämään tutkimuksen keskeistä kysymystä siitä, *missä määrin ja millä tavoin kuuntelijoiden julkisen palvelun radiota koskevat odotukset kytkeytyvät toisaalta klassiseen yleisradioajatteluun, toisaalta markkinakeskeiseen uuteen radioajatteluun*.

4.1. MENTAALINEN KANAVAKARTTA

Teemahaastattelujen aikana käytiin yleensä⁷³ läpi kaikki Kainuussa kuuluvat viisi kanavaa. Pyysin kuuntelijoita kertomaan, minkälaisia mielikuvia heillä on kanavista ja keiden he ajattelevat mitäkin kanavaa kuuntelevan. Jälkimmäinen kysymys muotoutui oikeastaan haastattelujakson aikana: Alun perin kysyin haastateltavilta, pitävätkö he itse kutakin kanavaa ”tarpeellisena”. Muutaman haastattelun jälkeen muutin kuitenkin kysymystä huomattuani, että kysymykseen ”tarpeellisuudesta” vastattiin aina myönteisesti – itse asiassa haastateltavat vastasivat kertomalla, *kenelle* mikin kanava on heidän mielestään tarpeellinen.

Tässä⁷⁴ tapahtumakulussa voidaan ehkä nähdä jopa viitteitä postmodernille kapitalismille tyypillisestä ”kuluttajan valinnanvapauden ideologiasta” (Ang 1996, 12-13): Haastateltavien mielestä on ilmeisesti hyvin vaikeaa ajatella, että joku radiokanava olisi ”tarpeeton” onpa se miten kaukana tahansa heidän henkilökohtaisista mieltymyksistään, tai vaikka he kokisivat sen sisällön suorastaan sotivan omaa

⁷³ Aivan kaikissa haastatteluissa ei kysytty mielikuvia niistä kanavista, joiden olemassaoloa haastateltava ei lainkaan muistanut – tämä lähinnä sen vuoksi, että olisi vältetty haastateltavan tuskastuminen.

arvomaailmaansa vastaan – kuten on parin haastateltavan kohdalla laita Radiomafian suhteen. Toisaalta voitaisiin väittää, että kuuntelijoiden ajattelutapa ilmentää eräänlaista ”kuluttajakansalaisuutta”: Tarpeellista ei ole vain se, mikä itseä miellyttää vaan myös muiden tulee voida vapaasti tyydyttää (mahdollisesti erilaisia) tarpeitaan tekemällä erilaisia kulutusvalintoja.

4.1.1. Kuunnellut – tunnetut – muistetut

Kainuulaisten haastateltavien ”mentaalinen kanavakartta” on pyritty esittämään taulukossa 1: Siihen on kirjattu kanavat, joita a) haastateltavat sanovat itse kuuntelevansa (kuunnellut), joita b) haastateltavat mainitsevat muuten vapaassa keskustelussa esimerkiksi perheenjäsenten kuuntelun yhteydessä (tunnetut) ja c) joita haastateltavat mainitsevat kysyttäessä, mitä kanavia edellä mainittujen lisäksi Kainuusta muistetaan (muistetut).⁷⁵

Taulukko kertoo ennen muuta sen, kuinka vahvasti kanavat on ”merkitty haastateltavien mielikuvakarttaan” – sen sijaan se ei kerro, miten haastateltavat suhtautuvat eri kanaviin: Esimerkiksi keskustelun aikana oma-aloitteisesti mainittuihin kanaviin saattaa liittyä joko positiivisia tai negatiivisia mielleyhtymiä. Muutenkin kanavakartta on nimenomaan suuntaa antava – se on sisällytetty tutkimusraporttiin osittain myös kuvaamaan niitä ”alkeellisia laskutoimituksia”) mitä aineistoa analysoitaessa on käytetty.

Kirjaamalla ja laskemalla haastateltavien maininnat kuunnelluista kanavista on kuitenkin voitu esimerkiksi varmistautua siitä, että aineisto todella on kohtuullisen monipuolista eli siihen sisältyy kaikkien Kainuun radiokanavien kuuntelijoiden haastatteluja (vrt. s. 63). Taulukko kertookin, että haastateltavien kuuntelu jakautuu kanavien kesken suurin piirtein samassa suhteessa kuin kainuulaisten kuuntelu vuonna 1999 (Sarkkinen 1999, 2-3): Radio Suomi/Kainuun Radiota kuunnellaan eniten, Radiomafiaa jonkin verran ja Radio Ylen Ykköstä kaikkein vähiten.

Radio Novan kuuntelijoita on mukana suhteessa paljon, mutta Radio Kajauksen kuuntelijoita vähän – Kajausta ”ykköskanavanaan” (Mäntylä 1993, 84-85) kuuntelevia

⁷⁴ Sinänsä monille tutkijoille kokemuksellisen ”selkäydintiedon” perusteella tutussa

⁷⁵ Tässä vaiheessa haastateltaville ei siis kuitenkaan *kerrottu* kanavien nimiä – ts. kysymys oli avoin.

vain yksi. Kajauksen kuuntelijoiden vähäisyyden voidaan olettaa johtuvan kuuntelijoiden kokemasta kilpailuasetelmasta (ks. jakso 3.3.1.1.): Haastateltavat valittiin Kainuun Radion palautekyselyyn vastanneiden joukosta, eivätkä uskollisimmat kanavakeskeiset Radio Kajauksen kuuntelijat luultavasti ”kilpailevan kanavan” kyselyyn vastanneet.

Taulukko 1: Kuuntelijoiden kanavasuhteet

Radiokanavat	Kuunnellut		Tunnetut		Muistetut	
	Miehet	Naiset	Miehet	Naiset	Miehet	Naiset
Radio Kajaus	776	7	2	2	7	4
Radiomafia	5	2	4	10	5	1
Radio Nova	6	10	3	3	5	1
RS/Kainuun Radio	10	14	3	0	3	0
Radio Ylen Ykkönen	2	3	4	2	5	3
Muut radiot ⁷⁷	3	2	1	7	9	4

4.1.2. Kanavakartan rajankäyntiä

Taulukon 1 perusteella voidaan tehdä suuntaa-antavia päätelmiä eri kanavien merkityksestä *haastateltaville ryhmänä*. On kuitenkin muistettava, että taulukon laatimiseen liittyy monenlaisia epävarmuustekijöitä – joku haastateltava esimerkiksi saattaa mainita nimeltä yhden kanavan, mutta tarkoittaa mitä ilmeisimmin jotakin toista⁷⁸. Näitä ”rajankäynnin” kysymyksiä pohditaan hieman tarkemmin tässä jaksossa.

Aivan odotusten mukaisesti vähiten kuunneltu Radio Ylen Ykkönen⁷⁹ näyttää jääneen haastateltaville muita Kainuussa kuuluvia kanavia etäisemmäksi – kanavaa vierastetaan ”hengellispainotteisuuden”, asiakeskeisyyden tai klassisen musiikin vuoksi:

H: Hmh. Joo, no sit semmonen ku Ylen Ykkönen ootsä koskaa semmosta kuullu tai..?

N45: Ylen Ykkö.. ne, onks se vähän hengellispainotteinen - tämmönen, onko se?

H: On siellä on niitä hartaus...

N45: Joskus on joo ku me kuunnellu sillo joskus kun tota me – on esmes yövuorosta ku lähtee kottiin ni vahingossa painanu kanavaa ni – se on ainaki jotenki tuntuu se on ni harras, et

⁷⁶ Suurin mahdollinen luku solussa on 16 = haastateltujen miesten/naisten kokonaismäärä

⁷⁷ Yhteensä 19 eri kanavaa – eniten mainintoja saa Kiss FM; useammin kuin yhdesti mainitaan nimeltä myös Energy sekä lähialueen asemat Radio Mega (Oulu), Radio Ruka (Kuusamo) ja Radio Pooki (Haapavesi).

⁷⁸ Toisinaan nämä ”virheet” otettiin haastattelutilanteissa puheeksi, toisinaan ne ohitettiin.

⁷⁹ Päivittäinen tavoitavuus vuonna 1999 kymmenkunta prosenttia (Sarkkinen 1999, 3).

enemmän ninku – mut siihenkää en todella ossaa sillee et niinku saattaa minuutti ollu et oon kuunnellu sitä kanavaa sillee että...

Radio Ylen Ykkösen näkymättömyyttä saattaa kuitenkin selittää osaltaan se, että *kanavaa ei välttämättä eroteta Radio Suomesta* (myös esim. Kytömäki & Ruohomaa 1999, 27). Monet haastateltavat mieltävätkin Radio Suomen yksinkertaisesti ”Yleisradioksi”:

H: Just joo just joo. No kuule mitä sulle tulee mieleen ku sanotaa sellanen sana ku Yleisradio mitä tulee mielee ensimmäiseksi?

N60: Yleisradio (naurua)? Kun me isännän kans oltiin erimieltä täs just täällä ku tultii että onko Radio Suomi ja Yleisradio - taikka siis joku Ylen kanava vielä eri asia? Onko?

H: Radio Suomi, sitte on tota – on tää Ylen Ykkönen on vielä erikseen.

N60: No sitä minä että et ku sielt ei tullu sentyylistä ku ois tämä ollu mitä minä olisin halunnu kuunnella. No emmä ossaa siitä muuta sanoa muuta että se on koko valtakunnallinen radiokanava - ja se just se Radio Suomi on se paras niistä. Mä en ossaa siitä muuta sanoa.

Radiomafia sen sijaan näyttää olevan haastateltavien ”mentaalaisella kartalla” paljon merkittävämpi kiintopiste kuin mitä kuuntelun perusteella⁸⁰ voisi olettaa: ”Mafia” on vakiintunut ja laajalti tunnettu käsite, johon liittyvässä puheessa on joskus kuultavissa kaikuja ”pahan pojan” maineesta. Esimerkiksi vain muutamat naiset sanovat *kuuntelevansa* Radiomafiaa, mutta silti monet naiset ottavat tavalla tai toisella oma-aloitteisesti kantaa Radiomafiaan - esimerkiksi vertaamalla siihen lempikanavaansa. Toisaalta monissa perheissä vanhemmat arvelevat nuorten kuuntelevan Radiomafiaa ja Radio Novaa. Kaiken ikäiset ihmiset näyttävätkin tunnistavan hyvin nimeltä nämä kaksi ”nuorten kanavaa”:

N47: [...] Ja pojallaha on omat stereot ja hän kuuntelee just näitä nuorten – nuorten kanavia aina ne pari kanavaa (naurahtaen) mitkä sieltä löytyy.

H: Nii. Ja mitä ne on?

N47: Todennäköisesti minusta on Nova ja Mafia.

Lähes kaikki haastateltavat tunnistavat molemmat Kainuun kuunnelluimmat kanavat eli Radio Suomi/Kainuun Radion ja Radio Kajauksen (Sarkkinen 1999, 2-3). Kaikki miehet esimerkiksi mainitsevat jossain yhteydessä nimeltä Kainuun Radion tai Radio Suomen – välttämättä kaikille ei silti ole selvää, mihin kanavaan he tällöin viittaavat:

H: Joo joo. No tunneksä tavallaa tätä - esimerkiks Kainuussa tätä valikkoo mitä muuta täällä on tarjolla paitsi Mafia ja Nova?

M20: Onhan täällä Kainuun Radio ja - sitten en tasan tarkkaan muista näitä nimiä mutta...

H: Joo nii just. No mites Kainuun Radio ootsä koskaan niinku kuullu sitä tai kuunnellu?

M20: Aika - hyvin harvoin että - sitä ei juuri ollenkaa tuu kuunneltua.

[...]

H: Joo, just joo. Minkälainen kuva sul on sitte ketkä kuuntelee?

M20: No mul on - luulisinpa että minua vähän vanhempi väestö. Että voi olla että jossain kymmene vuoden päästä minäki kuuntelen Radio Kajausta jos vielä Kajaanissa olen.

⁸⁰ Päivittäinen tavoitavuus vain vähän suurempi kuin Ylen Ykkösellä (Sarkkinen 1999, 3).

H: Just joo. Eli sä puhut Kajauksesta – siis tota niin - sä puhuit äsken Kainuun Radiosta Kajauksesta eli tuota - nehän on kaks eri kanavaa et sä tiijät sen sillä tavalla että toi Kajaushan on eri taajuudella ja näin ja tällee. No onks se mitään onks ne susta hyvin samanlaisia? (naurahdus)

M20: (Naurahdus) Minu suppean mielipiteen mukaan on että - en kuuntele että...

Ei siis ole mitenkään itsestään selvää, että kuuntelijat ylipäätään tunnistavat näinkään suppeilla radiomarkkinoilla (viisi kanavaa) kaikkia tarjolla olevia kanavia. Tutkimuksen seuraavassa vaiheessa onkin mielenkiintoista tarkastella pirkanmaalaisten kuuntelijoiden ”mentaalista kanavakarttaa” ja pohtia, millä tavoin sikäläiset kuuntelijat hahmottavat huomattavasti laajemman kanavavalikon.

4.1.3. Naisten ja miesten kanavakartat

Taulukon muotoon tiivistetty ”kanavakartta” (Taulukko 1) kuvaa osaltaan myös sitä sukupuolten välistä eroa, joka tulee esiin muidenkin tiedollisten kysymysten kohdalla tarkasteltaessa naisia ja miehiä erillisinä ryhminä: Naiset näyttävät kiinnostavan miehiä vähemmän huomiota yleisen tason ilmiöihin, joilla ei ole heille henkilökohtaista merkitystä. Vaikka naiset siis mainitsevat omaa ja lähipiirinsä kuuntelua kuvatessaan enemmän kanavia kuin miehet, he eivät näytä muistavan yhtä paljon oman kokemuspäätöksensä ulkopuolelle jääviä radiokanavia. Edellisessä jaksossa siteeratun maakunnalliset radiot sekoittaneen miehen tyttöystävän⁸¹ kommentti on kuvaava vaikkakaan ei tyypillinen – harvat haastateltavat ilmaisevat asian näin selkeästi:

H: No - mites tää Kainuun Radio erotteleksä niitä [Kainuun Radiota ja Kajausta – EM] mitenkää sitte tai tiedäksä niitä eroon?

N19B: En. Suoraan sanottuna mulle se on yks ja sama ninku koska siis mä en oo oikeestaan sillee tehny eroa ja mulle – mulle ei oo koskaan ollu mitään tarvetta saada tietää että mitä kaikkia kanavia esimerkiks Kajaanissa on ja - että esimerkiks äsken – äsken noin mä en ois tienny puoliakaa noista jutuista mä mietin just sitä että ...

Samansuuntainen ero naisten ja miesten välillä tulee esiin seuraavassa luvussa, kun tarkastellaan Yleisradion kanavien tunnistamista (jakso 5.1.1.) ja tietoisuutta Yleisradion rahoitusmallista (jakso 5.5.1.): *Naiset ryhmänä eivät näytä olevan yhtä tietoisia Yleisradion organisaatiosta tai ylipäätään radiomarkkinoiden rakenteesta kuin miehet ryhmänä. Toisaalta naiset liittävät omat kuuntelukokemuksensa hyvin tiiviisti kanavan arviointiin – siinä kun miehet luokittelevat ”faktuaalisen tiedon” perusteella ja ikään kuin arvoneutraalisti kanavat ”Ylen” ja ”kaupallisiin” kanaviin, naiset saattavat tehdä saman erottelun sanomalla ”vihaavansa ärsyttäviä mainoksia” (ks. jakso 4.4.).*

⁸¹ Joka oli paikalla poikaystävänsä haastattelun aikana.

Tätä havaintoa tuntuisi luontevalta lähestyä jälleen Tacchin (2001) kuvaaman ”miehekkään funktionalistisen” ja ”naisellisen romanttisen” diskurssin avulla: Voidaan ajatella, että miehekkääseen funktionalistiseen diskurssiin liittyy tarve *tietää* radiotarjonnasta ja radioiden taustaorganisaatioista. Naisellisessa ”romanttisessa” tai emotionaalisessa diskurssissa taas korostuu henkilökohtainen kokemus. Vastaavasti myös Sarkkinen (1994, 21) toteaa, että tunne-elementit näyttävät vaikuttavan naisten radion käyttöön enemmän kuin miesten radion kuunteluun. Jatkotyöskentelyn aikana tarkoituksena onkin kiinnittää huomiota sukupuolijärjestelmän (esim. Rantalaiho 1986) merkitykseen kuuntelijoiden ja julkisen palvelun radion suhteen muovautumisessa.

4.2. KUUNTELIJOIDEN OMAT LUOKITTELUT: IKÄ JA MAKU

Teemahaastattelujen aikana käytiin siis yleensä läpi haastateltavien mielikuvat kaikista Kainuussa kuuluvista radiokanavista ja niiden kuuntelijoista. Näitä mielikuvia analysoitaessa päähuomio on kiinnitetty kuuntelijoiden itsensä kanavia luonnehtiessaan käyttämiin luokituksiin (Alasuutari 1994, 100-101). Näistä luokituksista keskeinen näyttää olevan kanavien kategorisoiminen oletetun yleisön iän perusteella – kysymykseen minkälainen joku radiokanava on vastataan yleensä luonnehtimalla kanavaa jonkun tietyn ikäryhmän kanavaksi (vrt. jakso 3.4.3. Ikäpolvi identiteettinä).

Makumieltymyksiin ja tyyliin perustuvat erottelut kytkeytyvät tiiviisti kanavien ikäluokittaiseen jaotteluun. Toisin kuin esimerkiksi Hendy (2000b, 121) antaa ymmärtää, musiikkimaku ei kuitenkaan näiden haastattelujen perusteella näytä välttämättä vakiintuvan teini-iässä – useat haastateltavat kuvaavat musiikkimakunsa muuttumista ja selittävät sitä nimenomaan ”ikäntymisellään” .

Ikäperusteisen luokittelun merkityksellisyydestä kertoo se, että jotkut haastateltavat luonnehtivat tarkemmin tyylin perusteella vain oman ikäryhmän (paremmin tunnettuja) kanavia ja kuittaavat toiset määrittelemällä ne eri-ikäisille suunnatuiksi. Kuten edellä on kuvattu (jakso 3.3.1.), kanavakeskeiset kuuntelijat näyttävät myös rakentavan omaa identiteettiään vertailemalla ”omaa” kanavaa ja sen kuuntelijoita nimenomaan saman ikäpolven ”kilpailevaan” vaihtoehtoon. Kainuun kapean kanavakirjon vuoksi tämä piirre tulee haastatteluaineistossa hyvin selvästi esille.

Voidaan myös sanoa, että radion kuuntelijat ja tuottajat näyttävät hyvin pitkälle jakavan yhteisen ymmärryksen kanavien yleisöistä (myös Mäntymäki 2000) – Suomessahan

radiot usein määrittelevät kohderyhmänsä edelleen nimenomaan iän eivätkä niinkään elämäntavan perusteella (vrt. esim. Ala-Fossi 1998, 126). Kuuntelijoiden kuvaukset eri kanavien kuuntelijoista ovat myös melko yhdenmukaisia ja vastaavat hämmästyttävän hyvin yleisötutkimusten antamaa kuvaa. Erityisesti nuorehkot kuuntelijat ovat sisäistäneet markkinoiden kohderyhmäajattelun - he kuvaavat kanavia kertomalla, kenelle mikin kanava on ”suunnattu”. Kainuun aineiston perusteella voidaankin kyseenalaistaa se mm. Angin viljelemä ajatus, että median käyttäjät eivät tiedostaisi ”olevansa institutionaalisesti määritellyn yleisön jäseniä” (McQuail/Ang 1991, 32).

4.2.1. Luokittelun perusteet

Kainuusta kerätty aineisto ei mahdollista kovin yksityiskohtaista kuvausta siitä, *millä perusteella* haastateltavat esimerkiksi oletetun yleisön ikään pohjautuvan luokittelunsa muodostavat – so. mihin kanavan ominaisuuksiin (puhetyyliin, musiikin lajiin, puheen ja musiikin suhteeseen, tempoon tms.) he kiinnittävät huomiota. Tämä johtuu yksinkertaisesti siitä, että haastateltavia ei teemahaastattelussa pyydetty mitenkään yksilöimään luokittelujensa perusteita - kanavien imagojen tutkiminen ei kuitenkaan ole työn keskeinen tavoite, ja haastattelut pyrittiin pitämään kohtuullisen mittaisina.

Jotakin kuuntelijoiden omien luokittelujen perusteista voidaan kuitenkin sanoa haastateltavien spontaanien kommenttien valossa. Esimerkiksi kuvaa kanavan kuuntelijoista – ”yleisöstä” – luodaan luonnollisesti yleisökontaktiohjelmien perusteella:

N19A: Et niin tota musta Mafia on semmonen et sitä – ja niinku sinne soit.. ku kuunteleeki sitä ni sinne soittajatki on saattaa olla vanhempia jotaki nelikymppisiä tai tälleesti rokin ystäviä tai tälleesti.

Soitetun musiikin tyyli on merkittävä tekijä kanavan valinnassa (esim. Ala-Fossi 1998, 85) ja oletettavasti keskeinen myös kanavaan liittyvien mielikuvien muodostamisessa. Tässä suhteessa yhtä lailla ratkaisevaa on tietysti kuuntelijan oma käsitys siitä, mitkä musiikkityylit ”sopivat” eri-ikäisille ihmisille:

H: Entä sitte Mafia mitä sä siitä - minkälaine radio se sitten on?

N31: Mafiaa minä joskus olin sunnuntaisin kuunnellu siitä tuli aivan jotai muuta ohjelmaa ku nuorisolle tarkotettua se tota oikeestaa en enää sen takia laita Mafiaa päälle.

H: Minkätyyppinen se on sitten tavallaa - mikä siinä sitte on se mikä sua – siis ei oo tarkotettu nuorisolle sun mielest se homma mikä siellä tuli?

N31: Sunnuntai-iltana joo ei jos niiku ajeli - joskus ajeli joskus aikanaa ajeli kotoa jonnekki opiskelupaikkakuntaa tai muuta vastaavaa nii tota - sit ku siellä jottai alko sinfoniaa tai minä muista mitä siellä tuli että – jotain kansanperinnumusiikkia nii jotenki että mitä helvettiäkö tää täällä tekkee?

Musiikkityylin ohella ratkaisee puhetyyli – tosin tästäkään sitaatista ei käy ilmi, millä perusteella äänensävyyn tunnistaa välittömästi ”vanhemmalle tarkotetuksi”:

M31: [...] Että se on semmone – jotaki voi kuunnella mutta heti ku jos on joku hyvä kappale sen voi kuunnella ja sitte ehkä ehkä saattaa juontaja äänestä heti jos siinä välissä spiikkovaa joku juontaja - joka on joku vanhemmalle tarkotettu se äänensävy kuulostaa tää ei kuulu mulle vaihan kanavaa.

Yhtenä erottelukriteerinä voi olla puheen ja musiikin suhde: Muutamat – mutta eivät suinkaan kaikki - vanhemmat haastateltavat katsovat musiikkipitoisuuden luonnehtivan nimenomaan ”nuorten” kanavia. Kainuun Radion palautekyselyn (Mäntymäki 1999, liite 1) perusteella merkitystä näyttää olevan myös sillä, millä tempolla puhe- ja musiikkiosuudet vaihtelevat. Musiikin ja puheen suhde nähdään merkitykselliseksi myös sitaatissa, jossa Radio Nova määrittellään ”nuoren aikuisen” kanavaksi sillä perusteella, että tarjolla on sekä ”asiaa” että musiikkia eli ”viihdettä”:

H: Just joo just joo. No mite sä sitte aattelet näitä täällä kuuluvia näitä kanavia – jos aatellaa sitte on – on tota tosiaan Nova on sulla ekana niin niin – siis se on niinkun - minkälainen se sun mielestä on?

N29B: Ymm... Se on semmonen - se on nuorekas – ja - voisko sanoa - no se on aina - tuntuu et ajan tasalla ja se ottaa joskus - semmosen – tällä hetkellä joku - tärkeä juttu ni se ottaa kyllä niihi kantaa hirveen paljo - ne toimittajat ja – ja sit se on kuitenkin semmone viihdekanava et siinä tulee paljo musiikkia – mut sit kuitenkin taas – tasapainotetaa vähä sillä asialla. Et ehkä se onn – ymm... Oisko semmonen dynaaminen – niinku - tämän nykyihmisen – tai nuoren - aikuisen et eihä sitä tietenkää vanhat ihmiset varmaa jaksa kuunnella (naurahdus).

Huomion arvoista on kuitenkin, että kanavan luonnehdinta ”asialliseksi” ei tässä aineistossa välttämättä viittaa ensisijaisesti musiikin ja puheen suhteeseen. Käsitettä voidaan käyttää jonkinlaisena yleisen hyväksynnän ilmauksena ja saman ikäluokan kanavien vertailussa: Niinpä Radio Nova on haastateltavien mukaan ”asiallinen” tai ainakin ”asiallisempi” kuin Radiomafia, kun taas Radio Suomi saattaa olla ”asiallisempi” kuin Radio Kajaus. ”Asiallisuuteen” saattaa myös yhdistyä sivumerkityksiä, jotka viittaavat neutraaliuteen tai professionaalisuuteen.

4.2.1. Nuorten kanavat Mafia ja Nova

Sekä nuoremmat että vanhemmat kuuntelijat⁸² jakavat Kainuussa kuuluvat viisi kanavaa siis karkeasti ottaen kahteen ryhmään: Radio Nova ja Radiomafia ovat nuorempien, Radio Kajaus ja Radio Suomi/Kainuun Radio sekä Radio Ylen Ykkönen

⁸² Luokitellessaan ihmiset tällä tavoin karkeasti kahteen ryhmään *haastateltavat* eivät luonnollisestikaan määrittele tarkoin ikäryhmien rajoja – käyttäessani *raportissa* tätä jaottelua olen vetänyt rajan 45 vuoteen, joka on Yleisradiosuhteen kannalta mielekäs, eli alle 45-vuotiaat kuuntelevat enemmän kaupallisia kuin Ylen kanavia (Sarkkinen 2000, 119-122).

vanhempien; Ylen Ykkösen useat haastateltavat tosin sivuuttavat kokonaan (ks. taulukko 1).

”Nuorten kanavista” Radiomafia saatetaan mieltää paitsi tietyn ikäluokan radioksi myös tietyn musiikkimaun yhdistämän kohderyhmän kanavaksi – joidenkin tulkintojen mukaan Mafia on nimenomaan muuttunut 1990-luvun aikana elämäntapakanavaksi. Sen sijaan Radio Nova hahmotetaan ennen kaikkea ”nuorten yleiskanavaksi”; Novan musiikillinen keskitien linja ei näytä rajaavan oikeastaan ketään pois.

4.2.1.1. ”Rokin ystävien” Radiomafia

Vakituisen kuuntelijan käsitys radiokanavan yleisöstä saattaa olla monipuolisempi kuin muiden. Esimerkiksi Radiomafia on useimpien haastateltavien mielestä nuorten kuuntelema kanava; Mafian uskollinen kuuntelija kuitenkin tietää, että kanavaa kuuntelevat myös vanhemmat ”rokin ystävät” – hän siis itse asiassa määrittelee suosikkikanavansa ennen muuta elämäntapakanavaksi:

N19A: [...] ja ikäluokka on sitte haitarista heittelee niinku Mafialla et must se on niinku – et esimerkiks joku mennää jonku Kiss Äfämmän sivulle nii ei sitä monikaa vanhus ruppee kuuntelemmaa ja se on...

H: Joo.

N19A: Et niin tota musta Mafia on semmonen et sitä – ja niinku sinne soit.. ku kuunteleeki sitä ni sinne soittajatki on saattaa olla vanhempia jotaki nelikymppisiä tai tälleesti rokin ystäviä tai tälleesti.

H: Joo, joo. Et se on susta hyvä asia et sei oo huono asia et siinä sitä skaalaa on?

N19A: Musta se on hyvä.

Radiomafian merkitys 1990-luvun alun nuorten ikäluokalle tulee monella tavoin esille haastatteluissa: Kaikki aineiston kolmikymppiset haastateltavat (25-34 v.) ovat joskus kuunnelleet säännöllisesti Radiomafiaa - keväällä 2000 kuitenkin vain yksi mies (M34) kuuntelee jatkuvasti kanavaa Radio Novan rinnalla. Jotkut haastateltavat ovat myös huomanneet kanavan suosion vähentymisen, joka saatetaan yhdistää tyylin muutokseen tai Radio Novan tuloon:

H: Entäs Mafia sitte?

N31: No se on niinku muuttunu tän Novan myötä. Mä luulen et siiton tullu kans tämmönen marginaali – tämmönen rokkaajitten ja tiettyntyyppinen-tiettyntyyppisten ihmisten että se oli aikasemmi varmaa nuorten mut mä luulen et se on tullu ehkä semmonen marginaali – mä luulen nii nykyää mä en kuuntele sitä – ollenkaa. Et aikasemmi mä kuunteli sen Kovan päivän ilta mikä tuli sunnuntiaamusinko – aikasemmi mä kuuntelin sillo kymmene vuotta sitte mut et nykyää mä en kuuntele – en ikinä en kuuntele kyllä Mafiaa.

Toiset Radio Novaan siirtyneet nuoret aikuiset naiset saattavat kuvailla Radiomafiaa ”lapselliseksi”. He liittävät tällöin vieraantumisensa osaksi omaa ikääntymistään ja ”aikuistumisprosessiaan” (ks. myös jakso 3.4.4.):

H: Joo. Miks sä vaihdot sitte ootsä sitä miettiny – miettiny koskaa että..?

N29A: En tiijä jotenki tuntu vaa et sieltä tulee parempaa musiikkia ja ehkä Mafiassa oli sitte ne jututki joskus nii semmosia että – tavallaan niin – niin nuorten juttuja (naurua).

Vanhempien haastateltavien luonnehdinnoissa Radiomafian yksinomaisen määrittely ”nuorten” radioksi näyttää toimivan samalla ikään kuin selityksenä kanavan ”rokkityylille”, jota he saattavat vierastaa. Tässä yhteydessä voidaankin pohtia, missä määrin kuuntelijoiden vahvasti esiin tuoma kanavien ikäluokittainen jaottelu itse asiassa on helppo ja sosiaalisesti hyväksytty tapa ilmaista musiikkimaun eroja, joiden esimerkiksi Alasuutari (1993, 60-63) tulkitsee olevan arkaluontoisia keskustelunaiheita.

Tähän voisi osaltaan liittyä se jo Kainuun Radion yleisösuhteprojektin (ks. Liitteet 1 ja 2) yhteydessä tehty havainto, että monilla näyttäisi myös olevan vaikeuksia kuvata musiikkityylejä muuten kuin ”ikäluokittaisen” jaottelun perusteella. Perinteistä tanssimusiikkia kaipaavat vanhemmat kuuntelijat saattoivat esimerkiksi luokitella suurimman osan uudemmasta kotimaisesta iskelmästä ”nuorisomusiikiksi”, jonka synonyyminä sitten toisaalta käytettiin yleiskäsitettä ”rokki”.

4.2.1.2. ”Nuorten yleiskanava” Radio Nova

Radio Novaa niin nuoret kuin vanhemmatkin kuvailevat Radiomafiaan verrattuna ”asialliseksi” tai ainakin ”asiallisemmaksi”⁸³. Sen sijaan haastateltavat eivät juuri koskaan tarkemmin kuvaa Radio Novan musiikillista antia – joka kuitenkin mitä ilmeisimmin vaikuttaa keskeisesti kanavan valintaan (Sarkkinen 1999, 22). Havaintoa saattaa jälleen osaltaan selittää se, että Radio Novan musiikkityyliä kuvaavaa luontevaa suomenkielistä termiä ei oikeastaan ole.

Joka tapauksessa Radio Novaa – toisin kuin Radiomafiaa – voidaan joskus luonnehtia oikeastaan kaiken ikäisille sopivaksi ”yleiskanavaksi”. Radio Nova näyttääkin toteuttaneen onnistuneesti kaupallisen radion peruseriaatetta (ks. esim. Hendy 2000b, 239; myös Ala-Fossi 1998, 140) sikäli, että kanava ei juuri herätä ärtymystä. Vakituiset

⁸³ Kanavien imagojen tutkiminen ei ole tässä työssä päätavoite – sen vuoksi haastateltavia ei pyydettykään tarkentamaan, *millä perusteella* he luonnehtivat kanavia sellaisiksi kuin

kuuntelijat valittavat ainoastaan samojen levyjen soimisesta liian usein, minkä vuoksi kanavaa voidaan luonnehtia ”yksitoikkoiseksi”:

H: Joo. No kuule – mikä sitte siellä – mitä siellä sitte kuunnella siellä työpaikalla?

N45: No minä kyllä yleensä kuuntelen Radio Novvaa aika paljo et jotenki seki alakaa tuntua siltä että on pakko vaehtaa aina välillä kanavaa että ne menee nii kamalan pieneks ne jotenki niillon hirveen vähän – oikeestaan puheohjelmia sillee ei tule seurattuu hirveen paljon koska sitä ei sillon voi sillon täyspainosesti seurata sillon ku aatellaa että työn ohessa niinku kuuntelet että enemmän niinku sellasta musiikkipainotteista että se taas niinku keventää sitä työilimapiiriä taas toisaalta että - niin niin - musta tuntuu että Novalla on kyllä aika pieni se levystö kyllä varmaan – kun tuntuu et hirmu useesti soi niitä samoja kappaleita.

Novan suhteen on mielenkiintoista seurata, miten eri-ikäiset ihmiset rajaavat ja määrittelevät kanavan kohderyhmän. Radio Nova on useiden parikymppisten (17-24 v.) haastateltavien suosikkikanava, mutta ristiriitaisiakin määrittelyjä löytyy. Joku voi määritellä Novan ”teinimäiseksi” (N19A), joku toinen taas katsoo tyylin sopivan ”vähän vanhemmille”:

H: No onks sulla mitään mielikuvaa et oo ehkä sitä miettiny tai sillätaval mut että ketkä kuuntelis Novaa kenen valinta vois olla Nova?

M19: Mulle tulee mielee että ehkä vähän vanhemmat kun minä. Kolmekymppiset.

Kaikki aineiston kolmikymppiset (25-34-v.) ja myös useat nelikymppiset todella kuuntelevat Radio Novvaa; kanavan kuuntelu saattaa myös olla osa ”nuorekkaan” identiteetin rakentamista (ks. jakso 3.4.3.). Nelikymppisten (35-44 v.) puheesta taas voidaan jo löytää rajankäyntiä Radio Novan ja Radio Suomen välillä: Jotkut tämänikäiset kokevat, että Radio Nova on ”suunnattu” heitä nuoremmille:

H: Mimmonen Nova - minkälaine mielikuva sulla on? Kuunteletsä koskaa sitä yhtää?

M41: Kyllä jonkuvverra. Sillon tällön kuuntelen. Et se on ehkä vähän nuoremmille suunnattu – kyllä siellä joskus on iha hyvää. Sillon tällön kuuntelen.

Toiset suurin piirtein samanikäiset saattavat kuitenkin kokea Radio Novan nimenomaan ”keski-ikäisille” sopivana. Novaa kuuntelevat vanhemmat haastateltavat taas mieltävät kanavan Radio Suomen ja Radio Kajauksen kaltaiseksi ”yleiskanavaksi” – jälleen tulee joka tapauksessa esille se, että haastateltavilla tuntuu olevan vaikeuksia kuvata Novan ominaislaatua muuten kuin ikäluokkaan perustuvien kategorioiden avulla. Jossain määrin tosin kanavaan sovelletaan valtakunnallinen – paikallinen jaottelua; sen sijaan puhuttaessa ”kaupallisista radioista” aineistossa viitataan usein nimenomaan ”paikallisradioihin” eikä niinkään Radio Novaan.

luonnehtivat. Voidaan kuitenkin pohtia, viitataanko ”asiallisuudella” Radio Novan yhteydessä mahdollisesti lähinnä puhetyyliin.

4.2.2. Kaiken kansan Kainuun Radio ja Kajaus

Radio Suomen Kainuun Radio ja paikallinen kaupallinen Radio Kajaus ovat alueensa kuunnelluimmat kanavat. Sen tietävät myös monet tämän aineiston haastateltavat, jotka luonnehtivat näitä kahta ”kaiken kansan kanaviksi”; kuuntelijat näyttävätkin mieltävän nämä erityisesti vanhemman väestön suosiossa olevat kanavat yllättävän selkästi kilpailijoiksi. Kanavia yhdistää samankaltaisten yleisöjen lisäksi samankaltainen kotimaista iskelmää suosiva musiikkipolitiikka.

4.2.2.1. Radio Suomi: Iskelmiä ja asiaohjelmaa

Nelikymppisten haastatteluissa ikään perustuvaa identiteettiä voidaan rakentaa toisaalta tekemällä eroa Radiomafian tai Radio Novan kuuntelijoihin, toisaalta pohtimalla Radio Suomi/Kainuun Radion kuuntelemisen suhdetta omaan ikääntymiseen⁸⁴. Tässä yhteydessä saatetaan todeta myös lisääntynyt kiinnostus ”asiaohjelmia” tai puhetta ja ”keskusteluja” kohtaan (vrt. Sarkkinen 1999, 21). Erityisesti naiset saattavat pohtia ääneen oman makunsa muuttumista:

H: No ketkä – ketkä sun mielestä minkälaine mielikuva sulla on ketkä kuuntelee Kainuun Radioo? Minkälaiset ihmiset?

N43: (Nauraen) Vanhat - alakkaa keski-ikä - keski-ikäne olla... Nin tota kyllä must tuntuu että...

H: Onks sulla mitää sellasta eihä sitä välttämättä oo..?

N43: Emmä tiiä - mut jotenki mä aattelen ite et mä oon oikei tässä viime vuosina sitä ruvennu kuuntelemmaa että – että onko minussa tapahtunu muutos vai onko siellä tapahtunu muutos vai meissä molemmissa jotenki että se on niinku...

Suuriin ikäluokkiin kuuluvat viisi- ja kuusikymppiset kuuntelijat (tässä aineistossa 45-64 v.) taas mieltävät yleensä itsensä yksiselitteisesti ”vanhempaan väkeen” kuuluviksi. He myös ymmärtävät olevansa Radio Suomi/Kainuun Radion ydinyleisöä (Mäntymäki 2000); tällä perusteella osa heistä toivoo tai suorastaan vaatii Radio Suomi/Kainuun Radiota tarjoamaan myös ”vanhanaikaisempaa” musiikkia⁸⁵ - tässä siis musiikki näyttäytyy sukupolvi-identiteetin rakennusaineena:

N60: [...] mistään muusta radio-ohjelmista minä en - purnaa musta mulle menee kaikki – mutta tämä musiikki ku mei - tämmöset iäkkäämmät ihmisethä vaan aamusta ollaan kotona eihän ne nuoriso oo kuuntelemassa - ni musiikki sais olla vähä semmosta vanhemmanaekasta. Eli ku nuorilla on oma kanavaki tuo - Mafiahaaha ne yleensä kuuntelee ja tai sitä mikä se on se toinen –

⁸⁴ Radio Kajauksen kuuntelemiseen ikääntymistä ei tämän aineiston haastatteluissa juurikaan suhteuteta, sillä Radio Kajausta tällä hetkellä ”ykköskanavanaan” kuuntelevia haastateltavia ei aineistossa ole kuin yksi (ks. jakso 4.1.1.).

⁸⁵ ”Vanhanaikaista musiikkia” on haastateltavien mukaan ns. vanha tanssimusiikki, mutta myös yleisemmin ”rauhallisempi” musiikki – ”ei-rokki”.

Nova - nii nin ne saa kyllä sieltä sitä musiikkia mitä ne halu.. haluvaa että - musiikissa ois toivomisen varaa kyllä Kainuun Radiossa - Radio Suomessa.

Radio Kajauksen kuuntelijat saatetaan mieltää jonkin verran Radio Suomen kuuntelijoita nuoremmiksi. Yleensä Radio Suomi/Kainuun Radion ja Radio Kajauksen yleisöjä kuvaillaan kuitenkin varsin samankaltaisiksi, ja kanavat koetaan vaihtoehtoisiksi ja kilpaileviksi. Erityisesti nuorehkot haastateltavat luonnehtivat näitä kanavia ”kaiken kansan kanaviksi”, ”yleiskanaviksi” tai ”tavallisten ihmisten kanaviksi”:

H: Joo, joo, joo. Mite sitte Radio Suomesta tosiaa – siis jos aattelee koko kanavaa – täähän pyörii ympäri – Kainuun Radiohan on vaa osa siitä että – ni että tää kokonaisuus minkälaine se on?

N31: No se on semmone koko kansan radio. Semmone – joka joka notkossa – eikös siin oo se perusmusiikki kesällä se – ja Radio Suomi soi ja missä se...

H: (Naurahaen) Maitolaituri...

N31: Nii, maitolaituri, kylä ja kaupunki -. ja Radio Suomi soi - se on ehkä semmonen ja mä luulen että se on siltavalla helppo - ihmiset kuuntelee sitä.

Osa pari- ja kolmikymppisistä haastateltavista kuuntelee myös itse paikallista Kainuun Radiota tai Radio Kajausta ”kakkoskanavanaan” (vrt. Mäntylä 1993, 84-85). Jotkut kuitenkin torjuvat nämä kotimaista iskelmä soittavat radiot musiikkityylin perusteella:

M31: Kainuun Radiosta en oikei ossaa sanna mittää että se on iha asiaa että...

H: Ootsä kuunnellu koskaa tai ootsä törmänny ylipäänsä?

M31: Joskus oon kuunnellu ja saata jäähä kuuntelemaa jos on joku hyvä juttu mutta sitte jos musiikkia alkaa kuulumaa nii sitte vaihtuu kanava.

4.2.2.2. ”Kevyempi” ja ”tavallisempi” Radio Kajaus

Samankaltaisiksi miellettyjen Radio Suomi/Kainuun Radion ja Radio Kajauksen välille haastateltavat tekevät eroa lähinnä kolmella eri ulottuvuudella: valtakunnallinen ja paikallinen, kaupallinen ja Yleisradio, ”kevyt” ja ”asiallinen”. Kahta ensimmäistä erottelujärjestelmää käsitellään tarkemmin jaksoissa 4.3. ja 4.4.; tässä jaksossa tarkastellaan niihin osittain kytkeytyvää rajanvetoa ”kevyemmän” Radio Kajauksen ja ”asiallisemman” Radio Suomi/Kainuun Radion välillä:

H: [...] Esimerkiksi Kainuun Radio – mite sä sanosit et minkälaine radio se on?

N43: No mun mielest se on semmone asiallinen, asiallinen - että tota hyviä ohjelmia kuulee ja tota - must siel on hyvät toimittajat – semmonen - kuitenkin semmonen sillätavalla et sei oo semmone liian tuttavalline et ne on ninku ne on toimittajia ja ne puhuu ninku et ne ei puhu et ne tuntis koko ajan että musta se on ninku semmonen kiva et se on semmonen tietty asiallisuus siinä että...

H: Etäisyys niinku semmone..?

N43: Nii tietyllä tavalla nii - että vaikka verrattuna tuohon Radio Kajauksee nii se on ehkä semmone joka vähä arsyttääki ku ne puhuu itestäki että tässä Meikeläisen Maija86 – toimittajat sanna - että minusta se kuitenkin on niinku toimittajia ja asia.. niinku sillätavalla että Maija Meikeläinen täs nyt toimittaa...

⁸⁶ Haastateltavan nimi korvattu kuvitteellisella

Toisessa yhteydessä tämä kuuntelija määrittelee Radio Kajauksen ”hömpäksi” ; huomion arvoista on kuitenkin jälleen se, että haastateltava ei näytä tarkoittavan ”asiallisuudella” ensisijaisesti asiapuhetta eikä ”hömpällä” viihdemusiikkia – kysymys on enemmänkin puhetyylin eroista. Seuraavan sitaatin haastateltava sen sijaan viittaa Radio Kajauksen ”keveydestä” puhuessaan asiapuheen ja viihdemusiikin vastakkainasetteluun, jonka hän kytkee psykologiseen ”kypsymisprosessiin”:

H: No Kajaus tosiaanki että minkätyyppine se sit sun mielestä on se..?

N54: Must se oli jotenki semmosta kevyttä lennokasta siin oli etupäässä sitä musiikkia ja ne juontajat oli jotenki nii semmosia että mää oon niinku kasvanu siit yli sellasesta.

Osa haastateltavista mieltää siis Radio Suomi/Kainuun Radion ”asiallisuuden” myös paremmuudeksi. Tässä yhteydessä on kuitenkin tärkeää muistaa, että aineistoon ei sisälly yhtään Radion Kajaukseen emotionaalisesti sitoutuneen kanavakeskeisen kuuntelijan haastattelua (ks. jaksot 3.1.1. ja 4.1.1.) – hän saattaisi merkityksellistää Kainuun Radion ja Kajauksen eroavuuksia aivan eri tavalla. Tässäkin aineistossa Kajauksen kuuntelija mieltää jonkun toisen ehkä ”hömpäksi” tai ”junttimaisuudeksi” määrittelemät ominaisuudet myönteisiksi ”tuttuudeksi ja tavallisuudeksi”:

N47: Ja se että – mun mielestä Kajauksella on kuuntelijana jotenki must tuntuu et silloin hirveesti työttömien ja semmosten vähäosasten kuuntelijoilla - semmoset ihmiset kuuntelee paljo Kajausta joilla on – mä en tiijä mikä siinä mikä siinä on mikä se on se juttu mutta Kajauksella on tosisaaanki semmonen semmonen niinku – ehkä se on tavallisempi ku nää muut kanavat.

”Asiallisen” ja ”keveän” erottelu voidaankin mielestäni tässä tapauksessa tulkita osaksi läheisyyden – etäisyyden ulottuvuutta, johon liittyy myös professionaalisuuden problematiikka (vrt. Ala-Fossi 1998, 140-141, 158-160; Hendy 2000b, 217). Näkökulmaa tarkastellaan laajemmin jaksossa 4.3. paikallisten ja valtakunnallisten kanavien luokittelun yhteydessä.

4.2.3. ”Kulttuuriväen” tai ”vanhojen” Ylen Ykkönen

Radio Ylen Ykkönen on tämän aineiston haastateltavien näkökulmasta kaikkein näkymättömin radiokanava: Jotkut eivät ole ylipäättään huomioineet koko kanavan olemassaoloa, toiset sekoittavat Ylen Ykkösen ”Yleisradioon” eli Radio Suomeen - kun taas kolmannet mieltävät nimenomaan Ylen Ykkösen ”Yleisradioksi”. Vuoden 1990 radiouudistus on tässä mielessä ilmeisesti hämmentänyt joitakin haastateltavia; he sanovat, etteivät vielääkään oikein ymmärrä ”miten sille Yleisohjelmalle oikein on käynyt”:

H: Okei, enne oli siis Rinnakkaisohjelma ja Yleisohjelma, mitäs nyt on – tiedäksä mitä kaikkee..?
 N47: No, nythän nythän on ensinnäkin tämä on yksi se et tosiaan niinku tämä mä oon aina miettiny et miten se halakesi se Yleisohjelma (naurua), mite sille oikein kävi ku loppuje lopuks ku aattelee sitä sillee mä aina mielikuvas aatellu nii että se meni niinku Radio Suomen ja tämän sanopa mikä se nyt on se Y...

H: Ylen Ykkönen.

Radio Ylen Ykkösen yhteydessä viitataan enemmän sisällön tyyliin kuin oletetun yleisön ikään – tässä mielessä kanavaa voidaan luonnehtia ”elämäntapakanavaksi”. Mikäli kanavaa kuvataan oletetun yleisön iän perusteella, kuuntelijoiden ajatellaan olevan ”vanhempia ihmisiä”. Itse Ylen Ykköstä kuunteleva viisikymppinen saattaa luonnehtia kanavaa ”tällaiselle vanhemmalle ihmiselle” tarpeelliseksi:

H: Jos alotetaa vaikka Ylen Ykkösestä nii minkälainen kanava se on, onko se hyvä vai huono ja onko se tarpeellinen noi yleisesti ottaen sinun mielestä⁸⁷?

M52B: No tämmöselle vanhemmalle ihmiselle se on minusta semmonen traditionaalinen tarpeellinen kanava.

Ne viisikymppiset (45-54 v.), jotka eivät itse kuuntele Radio Ylen Ykköstä, saattavat mieltää kanavan vielä selvästi vanhempien – ”oikeesti jo niin eläkeläisten” - kanavaksi:

N47: Mä oon miettiny että onko se sitten ku mä eläkkeelle pääsen. Se on ehkä semmonen kanava että mä en oo vielä – en vielä oo niinku että onks se sitten se kanava joka tulee vasta...

H: Mikä siin on sitten se – mikä sua niinkun vierastuttaa – tai ehkä sitä ei oookkaa..?

N47: Se, se on sitte ihan oikeesti jo nii eläkeläisten kanava. Mä en oo ihan valamis vielä siis että oikeesti mää on se – minähän en hirveesti oo mut siinähän on tosissaanki hirveen paljon sitä (...) klassista ja – mä kuuntelen sitäki mut sitte jos se on kokopäivästä - en - sitte se minusta viepi jo puhdin minusta pois että seki on sopivina pieninä annoksina hyvä, mutta emmä niinkun sitten taas kokop...se ei oo niinkun samanlainen ku sitten toi viihdemusiikki että senhän voi antaa soija takana eikä sun tartte mieltää...

Tämän aineiston haastateltavat mieltävätkin Radio Ylen Ykkösen ennen kaikkea klassisen musiikin kanavaksi. Vähäisemmässä määrin kanavaan yhdistetään hartausohjelmat, kulttuuriohjelmat, yleensäkin asiapuhe ja kuunnelmat. Monet haastateltavat kokevat tämän tyylliset sisällöt etäisiksi ja vierastavat kanavaa:

H: Ootsä ite surffailu koskaan Ylen Ykkösen kohalle? Minkälainen kuva sulla on että minkälainen se on?

M31: Mulle oikeestaa oo kuvaa - ku surffailen siellä nii joku puhuu - se äänensävy on semmosta että ei tätä – sitte jos musiikki kuuluu musiikkia kuuluu nii se on semmosta että ei tätä. Eihä siihen muuta tarvitakkaa.

Seuraava esimerkki osoittaa kuitenkin, miten (tietyissä rajoissa) ennakkoluulottomat ohjelmakeskeiset kuuntelijat saattavat poimia kokonaisuutena vieraaksi miellettyltä kanavalta itselleen sopivia sisältöjä:

M34: Nii ja sitten tota taas kato näitä Ylen Ykköstä nii ei ku kirveelläkää kuuntele muuta ku sitte kuunnelmia joskus.

⁸⁷ Kysymyksen muotoilu osoittaa, että tämä on tutkimuksen ensimmäisiä haastatteluja.

H: (Nauraen) Mikä siinon mikset sä haluu sitä kuunnella?

M34: En kuuntele mitää viuluvingutusta.

H: Kuunteletsää kuunnelmia?

M34: Joo no tiijäthä tämän Nalli ja sateenvarjo lauantaisin niin sepä on jostai syystä ni se on hyvä.

H: Kuunteletsä sitä iha säännöllisesti?

M34: Ni ku muistaa ku muistaa nii sillon kyllä vaihtaa kolomen aikaan se on kyllä ollu....

H: Mite sä oot sitte löytäny sen sieltä?

M34: Nyt se on sitte kato se on uusintana nii pentuna oon joskus kuullu sen ja sitten niitä muutama osio mitä nyt muisti kuunnella on siitä aikaa kun se on tullu uusintana ja nyt se on taas nii hyvä.

Toisaalta kanavan kuuntelijat ja akateemisesti koulutetut saattavat yhdistää ”laadun” aivan erityisellä tavalla Radio Ylen Ykköseen. Tällöin ”laadulla” ei välttämättä viitata niinkään henkilökohtaisiin mieltymyksiin kuin objektiiviseksi miellettyyn laatuun, joka perustuu kulttuurisessa hierarkiassa korkealle sijoittuvaan ns. legitiimiin makuun (Bourdieu 1996, 11-96):

H: Joo-o. No Ykkönen – sen sä ainaki tunnet jotaki tiedät siitä? Kuunteleksä koskaan ite?

M19: Joo. En oo en oo suuremmin niinku kuunnellu mutta mullon sellanen käsitys et se on oikee sellanen laatukanava. Se - se on se mun päällimmäinen ajatus.

H: Mitä on se laatu?

M19: Et siis se on se että siis siellä on – siis siis (kau?)nista musiikkia ja siis sellasta ajatonta.

H: Eli - klassistako?

M19: Lähinnä. Se on se on se mun päällimmäinen ajatus siinä.

Radio Ylen Ykkösen kuuntelijat ”vanhemmiksi ihmisiksi” mieltävät nuoret (esim. N29A) saattavat arvella, että kanavalla on laaja yleisö. Itse Radio Ylen Ykköstä kuunteleva nuori nainen (N31) taas arvioi, että Radio Ylen Ykkösen kuuntelijat ovat ”marginaalinen ryhmä kultturelleja ihmisiä”. Joskus muiden kanavien kuuntelijat viittaavat Radio Ylen Ykkösen oletettuun yleisöön eli ”opettajiin” ja muuhun ”kulttuuriväkeen” selvästi ristiriitaisin tuntein - taustalla kuuluvat luokkajakoa rakentavan makuhierarkian kaiut (vrt. Bourdieu 1996, 14):

H: Nii justiisa. Joo kyllä. Joo. Et tota – no mite sää muuten tosta Ylen Ykkösestä ketkä sitä kuuntelee minkälainen kuva sulla siitä on?

M55: No sitä ehkä kuuntelee tuommoset klassisseen musiikkiin perehtyneet oikein sivistyneet ihmiset että ei tämmöset meikäläisen juntit (naurunrähähdys).

Klassisen musiikin korkeasta statuksesta kertoo myös se, että useat haastateltavat ehättävät selittämään ”kyllä kuuntelevansa” klassista musiikkia esimerkiksi omilta levyiltään – jotkut mainitsevat myös, montako klassisen musiikin levyä heiltä löytyy. Klassisen musiikin ja Radio Ylen Ykkösen legitiimiin makuun kytkeytyneestä arvostuksesta joidenkin kuuntelijoiden viiteryhmissä kertovat osaltaan nämä Radio Suomea kuuntelevan korkeasti koulutetun eläkeläismiehen kommentit toisaalta Iskelmäradiosta ja toisaalta Ylen Ykkösen kuuntelusta:

H: Lempiohjelma?

M64: Eei - no jaa, kyllä mä tykkään tämmösestä niinkun iskelmämusiikista täytyy ihan tunnustaa en vihaa klassistakaan mutta - pidän siitä koska se on tullu mulle tutuksi pienestä pojasta lähtien. Ja sit aika aika moni melodia asuu tuolla päässä.

[...]

H: Ja Ylen Ykkönee sitte – miten siitä?

M64: Se on vanha hyvä tuttava. Ja Ylen Ykkönehä on mahtava – mahtava tuota tasoltaa erinomaisen hyvä siinä on vähän semmosta vakavampaa ohjelmaa ja - kyllä mä kuuntelen sitä tottakai.

Voidaan siis sanoa, että legitiimiin makuun ja eurooppalaiseen korkeakulttuuriin (Lowe 1999, 20) toimintansa perustuva Ylen Ykkönen jakaa kuuntelijoita samaan tapaan kuin ”kansallisen korkeakulttuurin vaaliminen” näyttää jakavan kansalaisia Yleisradion julkisen palvelun tehtävistä puhuttaessa (Yleisökertomus 1999, 29-30).

4.3. VALTAKUNNALLISET JA PAIKALLISET KANAVAT

Tätä työtä edeltäneessä Kainuun Radion yleisösuhteiprojektin palautekyselyssä paikallisuus, paikalliset uutiset ja alueellisuus nousivat esiin alueradion tärkeimpinä vahvuuksina (Mäntymäki 1999; liite 2). Tästä huolimatta on tunnustettava, että en osannut ottaa teemarunkoa laatiessani riittävästi huomioon valtakunnallisen – paikallisen ulottuvuutta: Haastateltavien spontaanissa puheessa esiin nostama erottelu näkyikin usein vain kommenteissa ja sivulauseissa.

Valtakunnallisten ja paikallisten radioitten hahmottaminen kahdeksi perustavalla tavalla erilaiseksi kategoriaksi tarkoittaa mm. sitä, että osa haastateltavista mieltää Yleisradion eri alueradiot hyvin itsenäisiksi ”asemiksi”. Tällöin he siis tekevät eron esimerkiksi Kainuun Radion ja Radio Suomen välille – seuraavan sitaatin haastateltava ei mielläkään Kainuun Radiota osaksi Radio Suomea, vaan Radio Kajaukseen rinnastettavaksi paikalliseksi radioksi:

H: [...] ootsä koskaan miettiny semmosta asiaa että – mitä Yleisradion kanavia on olemassa?

N29B: (...) No se Mafiaha on nuorten se – ja sit - se Suo... Suomi onks se joku Suomi?

H: Ymm, ymm.

N29B: Joo. (...) Mutta muita ei tuu nyt mielee.

H: Ymm. Et tää Kainuun Radioha on osa sitä Radio Suomee, et itse asiassa se on niinku - on tavallaan niinku - se on samalla taajuudella vaan että se on päiväsaikaan vaan tää Kainuun Radio - ja sitte yöllä – illalla ja yöllä Radio Suomi sitte.

N29B: Nii tuota mä en muuten tiennykkää - aijaa - joo.

Ainakin osittain tähän valtakunnallisen – paikallisen erotteluun saattaa liittyä myös se aluksi hämmentävältä vaikuttanut havainto, että Kainuun Radion vakituiset kuuntelijatkaan eivät välttämättä tunnista Kainuun Radiota osaksi Yleisradiota.

Radion paikallisuuden on joskus tutkittu merkitsevän enemmän vanhemmille kuin nuoremmille kuuntelijoille (Ruohomaa 1998, 32). Tässä aineistossa kuitenkin myös osa ”valtakunnallisia kanavia” kuuntelevista nuoremmista haastateltavista on valinnut jommankumman paikalliseksi mielletyistä radioista ”kakkoskanavakseen”. Esimerkiksi tämä maakunnan ulkopuolella opiskeleva nuori nainen sanoo kuuntelevansa yleensä Radio Novaa ja Radiomafiaa, mutta kotiseudullaan nimenomaan paikallisia radioita:

N24: [...] Just oli koulussaki puhetta ku lähettii viikonloppulomille, toiset sano että ihanaa pääsee etelää ku siellä näkyy Neloskanava mä sanoin että ihanaa pääsee kotiin mä kuuntelen Kainuun Radiota ja Kajausta (naurua).

H: (Yhtyy nauruun) Joo-o.

N24: Et se on tavallaa osa sitä - ympäristön elämää.

Tämän aineiston valossa eniten kuunneltua ”ykköskanavaa” täydentävän toisen kanavan valinnassa valtakunnallisen – paikallisen ulottuvuus näyttäisikin olevan tärkeämpi kuin ”asiapitoisten” ja ”viihteellisten” kanavien erottelu (vrt. Mäntylä 1993, 85): Näin on ilman muuta asian laita ainakin niissä tapauksissa, jolloin haastateltava käyttää paikallista radiota maakuntalehden korvaajana (ks. jakso 3.2.). Toisaalta myös paikallinen näkökulma saattaa kaivata täydennyksekseen laajempia perspektiivejä: Juuri paikallisen ja valtakunnallisen ulottuvuuden sisällyttäminen yhteen ja samaan kanavaan näyttäisi olevan Radio Suomen vahvuus (Mäntymäki 1999; liite 2).

”Paikallisiin radioihin” Kainuun alueradioon ja Radio Kajaukseen liitetäänkin kanavia luonnehdittaessa hieman eriluonteista paikallisuutta. Radio Kajauksen paikallisuuteen yhdistetään läheisyyden ja kotoisuuden mielikuvia:

H: [...] mites Radio Kajausta mite sä sitä luonnehtisit jos iha lyhyesti – sillee et onks se..?

N42: Minusta se on semmonen kotiradio.

H: Mimmonen on kotiradio?

N42: No semmonen että – me ollaa nyt tultu tänne tämän Heikkisen perheen luokse ja ollaa tässä kahvilla ja Siskonpäivillä ja sitten tulee humppaa ja sitte kysytään ku mitä mieltä ootte ku Kuhmossa on nyt kirjastoauto lakkautettu ni (naurua)... Semmosia kotinurkan asioitaha siel o.

Toisaalta jotkut kuuntelijat saattavat kokea Radio Kajaukseen yhdistetyn kotoisen ja läheisen paikallisuuden ahtaaksi ja kapea-alaiseksi. Sen sijaan valtakunnallisen Radio Suomen osana toimiva Kainuun Radio saatetaan mieltää ”asiallisemmaksi”, ehkä professionalisemmaksi ja myös etäisemmäksi. Alueradiossa paikallisuus asettuu osaksi kansallista perspektiiviä, joka myös ”avaa ikkunan maailmaan”:

N60: [...] Minä en Kajausta kuuntele niinku yleensä - ne kuuntelee Kajausta ihmiset - niin siellä ois kyllä parempi musiikki se täytyy myöntää mut minä en muuten tykkää siitä ku se on niin tätä paikallista ohjelmaa vaa. Mä haluan kuunnella ympäri maailmaa.

Suhtautuminen paikallisiin radioihin näyttäisi kytkeytyvän selvästi yhteen kuuntelijan identiteettiin liittyvien kysymysten kanssa. Niinpä tässä aineistossa pari nuorta naista sanoo periaatteessa karsastavansa paikallisia kanavia: He eivät halua sitoutua paikkakuntaan, jolta pyrkivät pois – tai sitten paikallisten kanavien lähtöoletus asioiden ja paikkojen tuttuudesta saa muualta muuttaneen olon tuntumaan erityisen orvolta. Tällöin myös Radio Suomen alueradio saattaa olla ahdistavan paikallinen:

N31: [...] ja sit Radio Nova on siitä hyvä kun ei oo oikeestaa enää mistään kotosi kun on liikkunu ympäri Suomea – et et niinkun jos ajattelee paikallisia kanavia täällä vaikka Radio Suomea - nii se että et ku se on hirveen paikallinen nin tota tuntee ehkä sitte juurettomuutta siitä kun ei tiijä eikä välttämättä – on ollu nii vähän aikaa täällä et ei oikeestaan kiinnostakkaa enää.

H: Joo joo. Ei tunne ihmisiä ei asioita välttämättä..?

N31: Nii aivan ja sit mä muistin sen ku mä Jyväskylää mä menin, siel oli Radio Keski-Suomi ja Jyväskylän Radio ja aivan kamala ku nuorena kun meni sinne ja tuntu että – se oli mulla ihan – nousi karvat pystyyn että kun ei viihtynyt vielä paikkakunnalla ja tuntu et ei – ihan oli pihalla – et se oli niinku päinvastoin niin – tuli semmone angsti niitä radiokanavia...

H: Joojoo.

U: Paikallisia kohtaan.

Joskus ”paikallisradio” saattaa esiintyä puheessa myös ”kaupalliseen radioon” viittaavana yleiskäsitteenä. Tällöin ”paikallisradio” ymmärretään ylipäättään Yleisradion vastakohdaksi, kuten seuraavassa jaksossa kuvataan.

4.4. YLEISRADION KANAVAT JA KAUPALLISET KANAVAT

Kainuun radiomarkkinoita kuvaillessaan suurin osa haastateltavista erottelee tavalla tai toisella oma-aloitteisesti Yleisradion kanavat kaupallisista kanavista; monet eivät toisaalta millään tavoin tuo esiin tällaista luokittelua. Erityisen mielenkiintoista on, että tästä aineistosta on löydettävissä kaksi perusteiltaan aivan erilaista tapaa jäsentää sisällöllisesti itse asiassa samoja kategorioita Yleisradio - kaupallinen radio: Toiset määrittelevät eron tiedollisesti eri radioiden taustaorganisaatioiden perusteella, toiset taas kiinnittävät huomion kanavien kuunteluun liittyviin kokemuksellisiin eroihin.

4.4.1. ”Jos lähetää Yleltä ni Mafia ja...”

Erityisesti miehet näyttävät spontaanisti luokittelevan radiokanavat ”Yleisradion kanaviin” ja ”kaupallisiin kanaviin”; lähes kaikki aineiston yli 30-vuotiaat miehet viittaavat kanavia kuvaillessaan oma-aloitteisesti tällaiseen erotteluun. On kuitenkin tärkeää huomata, että kaikki eivät silti puhu yhdestä ja samasta ”Yleisradiosta” vaan itse asiassa lukuisista erilaisista yhtiöön liittyvistä mielikuvista (ks. esim. edellinen jakso sekä jakso 4.1.). Esimerkiksi seuraavassa sitaatissa viitataan Radio Kajauksesta

Kainuun Radioon siirtyneisiin toimittajiin: ”Yleisradio” tarkoittaa siis tässä Radio Suomea ja Kainuun alueradiota, jonka vastakohdaksi asettuvat ”paikallisradiot”:

H: Millon se muutos tapahtu sit onks se niinku - puhutsä nyt ihan tästä ihan tästä äskettäisestä vai sitten aikasemmin tapah..?

M35B: Aikasemmi mitä on tapahtunu. Osa on menny Yleisradiolle töihin ja osa on lähteny sitte johonki muulle paikallisradiolle.

Erottelu ”Yleisradion” ja ”muiden” välillä saattaa näyttäytyä ”itsestäänselvyytenä”, jolloin se liittyy hyvin luontevasti Kainuun radiotarjonnan kuvailuun – tässä tapauksessa tosin sujuvaa kuvausta selittävät osaltaan haastateltavan työtehtävät:

H: Aivan. No kuule sitte mä oon pyytäny kaikkia ihan lyhyesti – ensinnäkin kertomaa – no sä varmaat tiiät varsin hyvin ku sä oot tuota - työkses asiaa hoidat että mitä kanavia tällä alueella kuuluu?

M35A: Siis radiossa? Jos lähetää Yleltä ni Mafia ja Radio Suomi ja sitten tuo Ylen Ykkönen ja Kajaus ja (epäselvää) Radio Salaminen kuuluu Iisalmeista ja sitte tuota Taivalkoskelta kuuluu Radio Suomi ja Vuokatista ja sitte lähtee vähä länttee kulukemaa nii sitten rupeaa ruotsi kuulumaa mut en tiiä ihan tarkkaan että missä kohti.

Puheessa ohimennen esiin tuleva erottelu ei useinkaan näytä sisältävän hierarkkisia arvoarvostelmia, eivätkä puhujat yhdistä luonnehdintoja omiin kulutusvalintoihinsa: Kanavan ”yleläisyys” mainitaan ikään kuin neutraalina faktatietona. Jossain määrin toki nämäkin kuvaukset kertovat Ylen radiokanaviin liittyvistä mielikuvista:

H: Millon kuuntelit mite viimeksi ihan radiota muistatko?

M31: Junassa tupakkivaunussa siellä kuulu ratio. Tais tulla justiisa uutiset oiskoha joku Ylen kanava, se vaa että just se yks media-assistentti oli siellä kanssa paikalla nii sen kans juteltii että halusin vaa sen pienemmäksi saaha sen ration mutta ei löytyny nupikkaa mistä vähentää.

Joka tapauksessa oma-aloitteinen viittaaminen kaupallisten ja Yleisradion kanavien eroon antaa aiheen olettaa, että kategoriat ovat puhujille ainakin potentiaalisesti merkityksellisiä - näitä merkityksiä tarkastellaan tarkemmin seuravassa Yleisradion asiakkuudelle omistetussa luvussa (ks. luku 5). Siinä yhteydessä nousevat esille myös mainokset, joiden merkityksestä oman kuuntelukokemuksen kannalta jotkut naiset puhuvat oma-aloitteisesti jo radiokanavia kuvaillessaan.

4.4.2. ”Minä henkilökohtasesti vihaan mainoksia”

Käsillä olevan aineiston naisista vain muutama viittaa kanavia luonnehtiessaan ”Yleen” eivätkä läheskään kaikki näytä ylipäättään kiinnittävän huomiota Yleisradion ja kaupallisten kanavien eroihin. Kuitenkin melko monet tuovat esiin mainokset kanavan valintaan vaikuttavana ja yleensä kuuntelukokemusta häiritsevänä tekijänä: He siis kuvaavat radiokanavia enemmän oman henkilökohtaisen kokemuksensa kuin

abstraktien faktojen perusteella (vrt. Tacchi 2001). Tämä puhe liittyy haastatteluissa usein nimenomaan valintaan Radio Kajauksen ja Kainuun Radion välillä – edes Radio Kajauksessa mainostavat yrittäjät eivät välttämättä halua kuunnella kanavan mainoksia:

H: No tota nii, mite sitten – onks sulla jotaki eroa että minä päivänä soi työpaikalla Kainuun Radio ja millon Kajaus ja millon Nova? Osaatko sanoo miksi sä jonakin tietynä aamuna paat jonkun tietyn?

N43: No tota – ei oikeestaan. Kajaus on nii että sitä jaksaa kuunnella yhen tai kaks päivää sit se ruppee ärsyttämää hirveesti.

H: No miksi?

N43: No ne mainokset on ja - ja tota - no minusta se on vähä semmonen hömppä – ja - et sitä ei jaksaa kun sen päivän tai kaks kun sen kuulee ja sitte pitää taas niinku hirtteä pitkää - nyt en ees muista millon oisin Kajaukselle kääntänykkää. [...]

Radio Novan mainoksiin viitataan aineistossa harvemmin kuin Kajauksen mainoksiin – Novan mainokset ovat joidenkin haastateltavien mukaan huomaamattomampia. Tässä yhteydessä on kuitenkin jälleen muistettava, että Radio Kajauksen uskollisimpia kuuntelijoita ei haastateltavissa ole.

Mainosten kuuntelukokemuksiin tarkemmin perehtymättä voidaan tämän aineiston valossa siis joka tapauksessa sanoa, että useat kuuntelijat kokevat mainokset osaksi kanavan kokonaisilmettä ja yhdeksi radiokanavan arviointiperusteeksi. Mielenkiintoista on rinnastaa tämä havainto Ala-Fossin vuonna 1998 haastatteleminen paikallisradioiden ohjelmavastaavien näkemyksiin: He eivät yleensä mieltäneet mainoksia osaksi oman radioasemansa kokonaisuutta (emt., 132).

Mainosten ehkä oletettua suurempikin merkitys median käyttäjille on tullut esiin myös Schröderin 1990-luvun puolivälissä julkaisemassa tanskalaisten arkielämää, mediaa ja demokratiaa käsittelevässä tutkimuksessa: Tutkimuksen haastateltavat ilmaisivat yksimielisesti ja usein spontaanisti ärtymyksensä siitä, että kaupallinen televisioyhtiö katkoo amerikkalaiseen tyyliin ohjelmat mainospoteilla (emt. 1999, 64); vertailukohtana oli ”puolijulkinen” hybridikanava TV2, joka saa lähettää mainoksia vain ohjelmien välissä.⁸⁸

Arvioitaessa mainosten merkitystä kuluttajan kannalta on kuitenkin huomattava, että yksikään kainuulainen haastateltava ei sano valitsevansa jotakin kanavaa ainoastaan sen mainoksettomuuden (tai vastaavasti mainosten) vuoksi. Myös mainosten laadun

⁸⁸ Myös yksi kainuulainen haastateltava ehdotti, että mainoksille perustettaisiin oma (televisio)kanava tai mainoksia saisi esittää vain ohjelmien välissä (ks. luku 6).

vaikutus kuuntelijoiden mielipiteisiin tuntuisi viittaavan siihen, että kuluttajan suhtautumista mainoksiin muovaavat ennen kaikkea esteettiset ja pragmaattiset eivätkä niinkään periaatteelliset ja ideologiset näkökannat.

Mainoksista puhuttaessa monet haastateltavat näyttävät tuntevan tarvetta vakuutella, että mainokset ”eivät vaikuta” heihin. Tätä vakuuttelua voidaan jälleen tulkita kuluttajan elämän hallinnan tarpeen (Eide & Knight 1999, 538-540) ja myös aktiivisuuden normin (ks. jakso 3.4.2.) ilmauksena: Mainokset eivät saisi määrätä käyttäytymistä - kuten ei television ohjelmatarjontakaan. Muutamat kuitenkin myöntävät periaatteessa mahdolliseksi mainosten alitajuisen vaikutuksen (vrt. Shingler & Wieringa 1998, xi); jotkut harvat jopa sanovat ääneen, että mainokset voivat olla myös hauskoja tai hyödyllisiä:

N24: Et siinä on se mainoksen laatu että jos on joku - hirvee hauska tai hyvä tai joku erikoine juttu ni sillo se pistää - korvaa (naurahdellen) että hei toi on hyvä. Tai sitte jos siinä mainostetaa jotaki hyvää juttua - jotaki mielenkiintosta.

H: Joo. Sellasiaki on?

N24: On, niitä on. Ni silloin se että nyt tuonne.

H: Ootsä niinku huomannu et sä niinku oisit tavallaa oisit menny jonnekin ostamaan jotakin kuultuas radiosta mainoksen? Ootsä ninkun ootsä ninkun – semmosta suoraa?

N24: Hmm... kyllä joskus on ollu niin.

H: Muistaksä mitää esimerkkiä mistä vois olla kysymys?

N24: Ymm... no Kajauksessa oli Turkin-matkojen mainoksia niin nin silloin pölähetti toimistoo kyselemmää et se oli semmonen. Sattu olemaa siinä paikan päällä nii sillo heti.

Erään viime vuonna tehdyn kyselytutkimuksen mukaan vain 11 prosenttia radion kuuntelijoista vaihtaa kanavaa tai sulkee radion mainoskatkon vuoksi. Saman kyselyn mukaan kaikki tai lähes kaikki radiomainokset kuuntelee yleensä hiukan yli puolet yleisöstä, kun televisiomainoksen kuulee kokonaan vain joka viides ja edes osittain vajaa 40 prosenttia (Treffi/2000/ vko 45-46, 5/Laurila); näiden tulosten voitaisiin tulkita tukevan oletusta, että mainokset saattavat toimia tehokkaammin ”näkyättömässä ja huomaamattomassa” radiossa kuin televisiossa (vrt. Shingler & Wieringa 1998, xi) .

Kainuun aineistossa melko monet kuuntelijat näyttävät kuitenkin siis huomioivan radiomainokset – joskus myönteisessä mielessä, mutta yleensä kuuntelukokemusta häiritsevänä tekijänä. Kaupallisen radiotarjonnan lisääntyessä ”mainosradio” ei kuitenkaan enää ole poikkeus vaan perustyyppi, mikä saattaa johtaa mainosten kaikinpuolisen huomioarvon vähenemiseen (ks. esim. Brierley 1998, 46-47). Tässäkään aineistossa kaikki eivät tuo spontaaneissa kuvauksissa mitenkään esille Yleisradion ja kaupallisten kanavien erilaisuutta: Ääriesimerkistä käy Radiomafiaa ja Radio Suomea kuuntelevan perheen Novaa suosiva äiti, joka olettaa Yleisradion rahoituksen tulevan

mainoksista – mitä ilmeisimmin hän ei siis ole kiinnittänyt kanavien mainoksiin tai mainoksettomuuteen mitään huomiota.

Talvet Helsingissä asuva kainuulaispoika taas muistaa vanhempiensa arvostelleen aikoinaan Radio Kajausta liiallisten mainosten vuoksi:

H: Mutta nyt kuuntelet Hesassa tavallaa niinku kaupallisten kanavien isoa repertuaaria, ni nin onks sul siellä sitten samantyyppinen tunne vai miten sä suhtaudut siihen että et et tule mainoksia?

M19: No emmä tiedä siihen on tottunu niitä tulee joka paikassa.

H: Aivan joo joo. Et sil ei sitte kuitenkaa oo sellasta..?

M19: Eei. Kuhan sieltä musiikkia tulee välissä (naurahdus).

Toisaalta mainokset saattavat ärsyttää myös kaupallisia kanavia kuuntelevia nuoria – vaikkakaan ei niin paljoa, että muuten mieluisan kanavan kuunteleminen lopetettaisiin. Tällöin voidaan ottaa käyttöön erilaisia ”kuluttajan strategioita”, joilla pyritään välttämään mainoksia. Seuraavan sitaatin haastateltava sanoo kuuntelevansa Radio Novaa myöhään illalla, jolloin kanavalta ei tule yhtä paljon ”ärsyttäviä uutisia ja mainoksia” kuin päivällä:

N19B: [...] ja sitten niinku se että joskus kymmenen jälkeenhä Novalta ei tuu enää ku pelkkää musiikkia ja sitten just uutiset aina. Eikä tuu mitään mainoksia koska mainokset ärsyttää vielä enemmän ku ne uutiset, mutta siis – että uutisissahan on jotain niinkun jopa – mutta siis mainokset on vielä pahempia.

Tämä haastateltava saattaa soveltaa mainosten välttelyn strategiaa myös television katselussa käyttäen hyväkseen videoiden ”aktiiviselle kuluttajalle” tarjoamia mahdollisuuksia juuri niin kuin mainostajat ovat esimerkiksi Yhdysvalloissa oppineet pelkäämään (esim. Ang 1991, 72; ks. myös Laurila, Treffi 2000/ 45-46). Hän myös tuo hyvin selvästi esiin monien haastateltavien ilmaiseman ajatuksen, että mainosten puuttuminen Yleisradion kanavilta koetaan kuluttajaystävälliseksi piirteeksi:

N19B: [...] Yles.. siis Ylen paras puolihan on käytännössä se et siel ei saa mainostaa. Siis - niinku sinänsä niinku katsojan kannalta, koska siis katsoja – siis ainakin minä henkilökohtaisesti vihaan mainoksia.

Tässä suhteessa Suomessa tilanne on erilainen kuin monissa muissa maissa, joissa mainokset saattavat olla myös julkisen palvelun kanaville yksi rahoitusmuoto (Hellman 1999a, 11-12). Aivan viime aikoina myös Suomessa pääjohtaja Arne Wessberg on tosin vilauttanut tällaista mahdollisuutta julkisuudessa (Tiilikainen, Suomen Kuvalehti 3/ 2001). Keskustelussa painopiste näyttää kuitenkin olevan nimenomaan julkisen palvelun organisaation rahoituksessa, jolloin kuluttajan näkökulma jää retoriikasta huolimatta helposti syrjään.

4.5. KULUTTAJAN NÄKÖKULMASTA LYHYESTI

Tässä luvussa on tarkasteltu Kainuun radiomarkkinoita kuluttajan näkökulmasta. Luvussa on esitelty haastateltavien radiokanavia arvioidessaan käyttämiä omia erottelujärjestelmiä, joista keskeinen näyttää olevan ikäperusteinen luokittelu. Myös ”paikallisten” ja ”valtakunnallisten” kanavien erottelu näyttää olevan kuluttajille yllättävän merkityksellinen.

Osa haastateltavista erottelee kanavia luonnehtiessaan oma-aloitteisesti myös Yleisradion ja kaupalliset kanavat. Erityisesti miehet käyttävät tätä luokittelua ikään kuin ”ohimennen”, eivätkä yleensä näytä liittävän tähän luonteeltaan *tiedolliseen* erotteluun hierarkkisia arvoarvostelmia tai omia kuuntelutottumuksiaan – kaupallisten ja Yleisradion kanavien erottelu näyttäisi olevan heille eräänlainen ”itsestäänselvyys”.

Sen sijaan vain muutamaiset naiset luokittelevat radiokanavista keskusteltaessa kanavat ”Ylen” ja ”kaupallisiin kanaviin”. Toiset eivät tuo lainkaan esille tämänsuuntaisia erotteluita; jotkut naiset kuitenkin lähestyvät Yleisradion ja kaupallisten kanavien eroa *kokemuksellisesti* ja puhuvat ennen kaikkea häiritsevistä ja ärsyttävistä mainoksista. Useat haastateltavat pitävätkin mainosten puuttumista Yleisradion kanavilta *kuluttajaystävällisenä* piirteenä.

Kun kuluttajan näkökulmaa Kainuun radiokanaviin tarkastellaan suhteessa ”vanhaan” ja ”uuteen” radiokulttuuriin (Hujanen & Jauert 1998, 123-124), voidaan todeta ”uuden radiokulttuurin” ideaalityypille ominaisen kohderyhmäajattelun ”lyöneen itsensä läpi”: Kuuntelijat mieltävät, että sekä Yleisradion että kaupalliset radiokanavat on ”suunnattu” ennen kaikkea ikäluokkiin perustuville kohderyhmille. Sen sijaan elämäntyyli ja makukysymykset jäävät kainuulaisten kuluttajien jäsenyyksissä (kuten toisaalta radiotarjonnassakin) enemmän taka-alalle: Kainuun viidestä kanavasta lähinnä Radiomafia ja Radio Ylen Ykkönen saatetaan mieltää ”elämäntapakanaviksi”.

5. KUUNTELIJAT YLEISRADIO OY:N ASIAKKAINA

Tässä luvussa lähtökohtana ovat kuuntelijat Yleisradio Oy:n *asiakkaina* (ks. jakso 1.2.2.2.), eli omia tarpeitaan tyydyttävinä toimijoina suhteessa Yleisradioon Oy:hyn ja sen toimintatapoihin. ”Asiakkuutta” eritellään kolmesta näkökulmasta: 1) Ensin pohditaan kuuntelijoiden suhdetta Yleisradion tuotteisiin eli radiokanaviin, 2) sen jälkeen käydään läpi Yleisradioon liittyviä mielikuvia ja laatu-käsitteen käyttöä haastattelupuheessa. Luvun lopussa 3) keskustellaan tv-maksuista ja haastateltavien asiakassuhteesta Yleisradioon sekä 4) laajemmin ”asiakkuuden” problematiikasta erityisesti julkisen palvelun yhtiön kontekstissa.

Tässä luvussa etsitään siis vastausta tutkimuskysymykseen, pitääkö julkisen palvelun radion kuuntelijoiden mielestä erottautua muista tarjolla olevista vaihtoehdoista ja jos, niin miten. Toisaalta pohditaan, minkälaisia mielikuvia kuuntelijoilla Yleisradio Oy:stä on ja miten he mieltävät ”yleisradiolaadun”. Samalla pyritään selvittämään, mitä kuuntelijat itse asiassa tietävät Yleisradiosta ja sen toiminnasta.

5.1. SUHTAUTUMINEN YLEISRADION RADIOKANAVIIN

Julkisen palvelun radion asiakkuuden pohdintaa lienee syytä pohjustaa palaamalla lyhyesti siihen, miten Yleisradion kanavat sijoittuvat haastateltavien ”mentaaliseen kanavakartalle”: Seuraavan sivun taulukkoon 2 on tiivistetty Yleisradion kanavien osalta haastateltavien ilmoittama kuuntelu, mitä kanavia he mainitsevat oma-aloitteisesti ja mitä kanavia vasta kysyttäessä Kainuussa kuuluvista radiokanavista.

Tätä suuntaa-antavaa taulukkoa tarkasteltaessa on tärkeää muistaa jo luvun alussa esitettyjen varausten (haastateltavien ilmaisujen ”epätarkkuus”) lisäksi se, että ”kuunnelluiksi” kanaviksi on merkitty kaikki ne kanavat, joita haastateltavat itse sanovat kuuntelevansa – mikä saattaa käytännössä tarkoittaa hyvin satunnaista kuuntelua. Kuuntelupäiväkirjan täyttäneiden haastateltavien kohdalla ”kuunnelluiksi” on kuitenkin merkitty vain ne kanavat, joita haastateltava on myös päiväkirjan mukaan kuunnellut viikon aikana. Mikäli päiväkirjaa ei ole palautettu, taulukkoon on kirjattu kaikki kuunnelluiksi mainitut kanavat.

Taulukko 2: Kuuntelijoiden suhde YLEn kanaviin

Radiokanavat	Kuunnellut		Tunnetut		Muistetut	
	Miehet	Naiset	Miehet	Naiset	Miehet	Naiset
Radiomafia	5	2	4	10	5	1
RS/Kainuun Radio	10	14	3	0	3	0
Radio Ylen Ykkönen	2	3	4	2	5	3

Epävarmuustekijöistä huolimatta ”kanavakarttaan” piirtyy suuntaa-antava kuva eri kanavien *suhteellisesta merkityksestä haastateltaville ryhmänä*: Lähes kaikki tunnistavat jonkinlaisella varmuudella Radio Suomen ja Radiomafian, mutta Radio Ylen Ykkönen jää muita Yleisradion kanavia etäisemmäksi.

Jos nimenomaan haastateltavien kuuntelutottumuksia taas tarkastellaan *yksilökohtaisesti*, havaitaan useimpien kuuntelevan ainakin jossain määrin *sekä kaupallisia että Yleisradion kanavia*. Joukosta löytyy kuitenkin niin pelkästään kaupallisia kanavia kuin ainoastaan Yleisradion kanavia kuuntelevia.

5.1.1. Yleisradion radiokanavien tunnistaminen

”Asiakkuus” ymmärretään siis tässä työssä enemmän tai vähemmän tiiviiksi ja luottamukselliseksi suhteeksi ”asiakkaan” ja palvelun tuottajan välillä. ”Asiakkuuden” toteutuminen edellyttää näin ollen jonkinlaista tietoisuutta siitä, kuka tai mikä kyseessä olevia tuotteita asiakkaille tarjoaa. Juuri tämän vuoksi kuluttajien Yleisradiota koskevien tietojen ja mielikuvien haarukoiminen on asiakkuutta tutkittaessa välttämätöntä.

Käsillä olevan aineiston perusteella näyttää myös selvältä, että kuluttajan näkökulma eroaa tässä suhteessa asiakkaan näkökulmasta: *Kaikki Radiomafian ja Radio Suomen vakiokuuntelijat eivät yhdistä kuuntelemaansa kanavaa Yleisradioon* (M17, N19A, M20, M39; N43, N54); Radiomafian kuuntelija saattaa kuitenkin tietää, että Radio Suomi on Yleisradion kanava⁸⁹. Jotkut haastateltavat eivät toisaalta osaa nimetä yhtään Yleisradion radiokanavaa⁹⁰. Kuluttajan ja asiakkaan näkökulmien ero näkyy tässä yhteydessä myös siinä, että itse vain kaupallisia kanavia kuuntelevat saattavat kyllä hyvinkin *olla tietoisia* Yleisradion radiokanavista.

⁸⁹ Mikä sinällään kertoo jotain Yleisradioon liittyvistä mielikuvista.

5.1.1.1. Aktiivinen ja passiivinen tunnistaminen

Vähäiset tiedot radiomarkkinoiden toimijoista eivät vielä sinällään kerro jaottelun Yleisradio - kaupallinen radio vähäisestä merkityksestä kuuntelijalle. Niinpä tässä aineistossa kaksi Yleisradion kanavien suhteen ”tietämättömältä” vaikuttavaa haastateltavaa yhtä kaikki kiinnittää kuluttajana radiokanavaa valitessaan huomiota nimenomaan mainosten puuttumiseen:

N43: No ne mainokset on ja - ja tota - no minusta se on vähä semmonen hömppä – ja - et sitä ei jaksa kun sen päivän tai kaks kun sen kuulee ja sitte pitää taas niinku hirtteä pitkä - nyt en ees muista millon oisin Kajaukselle kääntänykkää. [...]

Nämä molemmat naiset tuovat siis mainokset esiin omaan kuuntelukokemukseensa vaikuttavina tekijöinä. Käytännössä molemmat kuuntelevat lähinnä Kainuun Radiota, jota he eivät ilmeisesti miellä osaksi Radio Suomea ja Yleisradiota. Ylipäätään ”Yleisradio” toimijana on heille etäinen; he eivät ole tietoisia myöskään Yleisradion rahoitusmallista eivätkä siinä mielessä tunne olevansa Yleisradion ”asiakkaita”:

H: Just joo. Tota – mitä sitten – mite semmonen tota – semmone sana ku Yleisradio tuo sulle mieleen?

N54: No tuota mulle tuo mieleen sen että se on semmonen koko Suomen laajuinen tieto-verkko (naurua).

H: Ni. Tietoverkko? Nimenomaan näin? Just joo. Mites tota Yleisradion kanavia sä tiedät sitten?

N54: Mitä mä sieltä tiijän, emmä varmaa tiijä mittää (naurua)...

H: Tää Ylen Ykkönehä on sitte sitä puolta, sitte Mafiahän on kans ja on - on myöski sitte Yleisradion kanava ja tää Kainuun Radiohan on kans sitte niinku Radio Suomen osana. No sä et oo varmaa koskaa miettiny semmosta asiaa että onko Yleisradion kanavilla jotaki – onko ne jotenki erilaisii?

N54: En, en oo sillee kyllä perehtyny siihe.

H: Tiedätsä millä tavalla Yleisradion radiokanavat rahotetaa?

N54: En.

Tällaista suhtautumista Yleisradion radiokanaviin – ja ylipäätään koko Yleisradioon – voidaan nimittää *pragmaattiseksi*. Pragmaattinen asennoituminen on tyypillistä niille kuuntelijoille, jotka jatkossa luokitellaan julkisen palvelun radion ”käyttäjiksi” (ks. jakso 8.2.4.3.).

Teemahaastattelun asiakasosiossa käytettyjen puolistrukturoitujen kysymysten yhteydessä on välttämätöntä pohtia myös *aktiivisen* ja *passiivisen tiedon eroa*. Vaikka haastateltava ei osaa suoralta kädeltä nimetä yhtään Yleisradion kanavaa, hän saattaa

⁹⁰ Yksi mies ja viisi naista.

myöhemmässä keskustelussa osoittaa tunnistavansa erotteluperiaatteen. Toisaalta ”Yleisradio” saatetaan joskus mieltää ikään kuin erilliseksi kanavaksi:

H: Joo, joo. Miten tota niin – tiedäksä mitä Yleisradio tarjoo niinku radiopuolella?

N19A: Yleisradio? Se tarjoo varmaa ihan kaik... en en mä en oikeestaan tiedä että oisko jotaki että laajuudessaan että kaikenlaista niinku tietoo ja tämmösiä ja mä en tiedä sitte että kuuluuko sieltä ihan mutta musta tuntuu että sieltä ei kuulu semmosia hirveenä näitä - teknokappaleita tai tämmösiä et kuuluu sit vähän tavallisempaa musiikkia tai suomalaista.

H: Tiedäksä mitkä kanavat on tavallaa ninku Yleisradion kanavia?

N19A: En tiijä.

H: Just joo. Mafia on (naurahdus).

N19A: Aha. No hei onko nämä siis kyllä mä sen tiijän että esimerkiks Kajaus ei o Ylen kanava?

H: Ei oo.

N19A: No nii - Ylellä on niinku Ykköne ja Kakkone telkkarissa varmaa – onko ne?

S: On.

N19A: Joo. No nii. Yle Mafia. Kyl mä tiijän tiijän sillee että mitkä on esimerkiks Kissit ja nämä Energyt nämä ei oo ollenkaa Ylen.

Tämä pieni empiirinen esimerkki kuvittaa mielestäni itse asiassa varsin mainiosti suurten teoreetikkojen Freudin ja Giddensin (Heiskala 2.2.2001) jossain määrin eri tavoin käsitteellistämää eroa ”tietoisin” ja ”esitietoisin” tai ”diskursiivisen” ja ”praktisen” tietoisuuden välillä; haastateltava ei ole aktiivisesti tietoinen rakenteesta (eli Yleisradiosta) eikä osaa yhdistää siihen käytännön toimijoita (kanavia), mutta pystyy autettuna ”etsimään” esitietoisuudestaan tuon samaisen rakenteen ja tunnistamaan siihen liittyviä toimijoita. Todennäköisesti tällainen ”esitietoinen” tai ”jäsentymätön” suhde Yleisradioon onkin varsin yleinen (Kytömäki & Ruohomaa, Yleisökertomus 1999, 31); Hellman (1988, 125-126) puhuu vastaavasti ”rutiininomaisesta hyväksynnästä”.

Näiden kysymysten äärellä olen kuitenkin pohtinut myös, ymmärtävätkö haastateltavat ”Yleisradion” ja mm. logojen kautta monille tutuksi tulleen ”YLEn” lopulta yhdeksi ja samaksi organisaatioksi. Kysymyksissä käytin (asiaa tarkemmin pohtimatta) muotoa Yleisradio, mutta seuraavan vaiheen haastatteluissa kysymyksen muotoilua on harkittava tarkemmin (ks. myös jakso 5.2.1.2.).

5.1.1.2. Radio Suomi Yleisradion ytimenä

Edellä esiin tuodut rajoitukset ja haastateltavien mielikuvien yleinen ”epätarkkuus” huomioiden voidaan Yleisradion kanavien tunnistamiseen liittyvät havainnot yhtä kaikkii koota taulukkoon 3, joka auttaa hahmottamaan suuntaa-antavaa kokonaiskuvaava Yleisradion eri kanavien tunnistamisesta ja tässä aineistossa ”julkisiin tietokysymyksiin” (Hirsjärvi & Hurme 1993, 44-45) liittyvästä sukupuolten välisestä erosta. Taulukossa

esitetään kanavakohtaisesti, kuinka moni haastateltava on maininnut kyseisen kanavan pyydettyä luettelemaan ”Yleisradion radiokanavia”:

Taulukko 3: Yleisradion radiokanavien tunnistaminen

Yleisradion radiokanavat	Tunnistaminen YLEn kanavaksi	
	Naiset	Miehet
Radiomafia	5	10
Radio Suomi/Kainuun Radio	9	15
Radio Ylen Ykkönen ⁹¹	7	9

Eniten kuunneltu Radio Suomi näyttää siis myös liittyvän haastateltavien mielessä kaikkein kiinteimmin Yleisradioon. Kuten aiemmin on jo pariin otteeseen mainittu, joillekin vanhemmille vakiokuuntelijoille Radio Suomi on itse asiassa yhtä kuin ”Yleisradio”.

Radio Ylen Ykkösen vakiokuuntelijat tietävät kanavansa olevan osa Yleisradiota⁹². Myös vahvan ”yleistietämyksen” omaavat haastateltavat yhdistävät Ylen Ykkösen epäilyksettä Yleisradioon. Kanavaa ei kuitenkaan mainita yhtä usein kuin Radio Suomea yksinkertaisesti sen vuoksi, että Ylen Ykkönen näyttää jääneen monien haastateltavien mielikuvissa Radio Suomen varjoon ja joillekin jopa lähes täysin tuntemattomaksi.

Sen sijaan kanavan omatkaan kuuntelijat eivät välttämättä miellä Radiomafiaa Yleisradion kanavaksi. Myös Yleisradion yleisötutkimuksissa on toistuvasti todettu, että Radiomafiaan liittyy varsin erilaisia mielikuvia kuin yhtiön kahteen muuhun valtakunnalliseen radiokanavaan (esim. Kytömäki & Ruohomaa 1999, 27): Radiomafia näyttäytyy Yleisradion ”asiallisesta” yleisilmeestä poikkeavana. Seuraavassa sitaatissa kysymyksen muotoilu paljastaa samalla haastattelijan virheelliseksi osoittautuneen oletuksen, että YLEn kanavia paljon kuunteleva haastateltava myös itsestään selvästi tuntisi hyvin yhtiön kanavavalikon:

H: [...] No tuota - sä tiedät varmaa hyvin – hyvin sen tai tiedätki ilmeisesti sen mitkä näistä on Yleisradion kanavia näistä – tarjolla olevista?

N31: No varmaan se eikös tää Ylen Ykkönen ja Radio Suomi oo Yleisradion – kanavia.

H: Ymm. Ja tuota sitten Mafiahan on kanssa.

⁹¹ Radio Ylen Ykkösen kohdalla on syytä muistaa, että läheskään kaikki haastateltavat eivät ylipäättään näytä olevan tietoisia kanavan olemassaolosta.

⁹² Tosin aivan kaikki kanavan kuuntelijatkaan eivät erota Radio Ylen Ykköstä Radio Suomesta.

N31: Joo, just – no sitä mä vähä mietin.

Kuten jo jakson 5.1.1. alussa todetaan, jonkin Yleisradion kanavan kuuntelemiseen ei siis välttämättä liitykään laajaa tietämystä Yleisradiosta. Toisaalta koko tarjolla olevaa kanavavalikoimaa monipuolisesti käyttävät ”surffailijat” saattavat olla varsin hyvin perillä radiomarkkinoiden rakenteesta.

5.1.1.3. Sukupuolittunut tieto?

Jos naisia ja miehiä verrataan ryhminä toisiinsa, taulukko 3 kuvaa omalta osaltaan samansuuntaista eroa kuin taulukot 1 ja 2: Tämän aineiston miehet näyttävät tietävän radiomarkkinoista ja eri kanavien taustoista faktatasolla enemmän kuin aineiston naiset - jotka taas painottavat enemmän omia kokemuksiaan, aivan kuten eteläenglantilaisen kaupungin radionkuuntelijoita tutkinut Tacchi (2001) kuvaa. Tämä häkellyttävän selkeänä useissa eri yhteyksissä toistuva piirre pakottaa kysymään, onko radiomarkkinoihin ja kenties yleisemminkin mediamarkkinoihin liittyvän diskursiivisen ja praktisen tietoisuuden raja todella sukupuolittunut - ja jos on, minkä vuoksi ja millä seurauksilla. Tämä kysymys tulee laajemmin pohdittavaksi jatkotyöskentelyn aikana.

5.1.2. Yleisradion radiokanaviin liittyvät odotukset

Kaikkiin Yleisradion radiokanaviin liittyvistä yhteisistä odotuksista keskusteltiin haastatteluissa vain niiden kuuntelijoiden kanssa, jotka mainitsivat kysyttäessä useamman kuin yhden Yleisradion radiokanavan. Mikäli haastateltava ei sanonut tietävänsä yhtään YLEn kanavaa, tuntui turhalta keskustella hänen kanssaan Yleisradion kanaviin mahdollisesti liittyvistä erityispiirteistä; jos taas haastateltava mielsi ”Yleisradion” vain yhdeksi tietyksi kanavaksi, hän ei oletettavasti ollut pohtinut Yleisradion kanavien yhteisiä piirteitä. Tämä rajaus merkitsee käytännössä sitä, että jatkossa esitellään nimenomaan Yleisradion toiminnasta kohtuullisen paljon tietävien asiakkaiden odotuksia. Tämän rajauksen voidaan olettaa osaltaan vaikuttavan siihen, että aineistossa nousevat vahvasti esille perinteisestä (”vanhasta”) yleisradiokulttuurista kumpuavat ei-kaupallisuutta, laatua ja vastuullisuutta painottavat odotukset.

Kuitenkin myös YLEn radiokanavatarjontaa tuntevista haastateltavista osa kokee Yleisradion kanavat niin erilaisiksi, että niille ei oikeastaan löydy yhteistä nimittäjää – he ovat sitä mieltä, että YLEn kanavilla on täysin eri tyylit ja eri yleisöt:

H: Ne on keskenää erilaisia onko niillä mitää yhteistä?

M34: No ei jos kahtoo ne on kyllä nii kaukana toisistaa mitä ohjelmatarjonta nii ni siinä kyllä valikoituu asiakas kyllä että ei jos ei tykkää toisesta nii kyllä pystyy väentämmää toeselle (naurahdus).

Yleisradion kanavien mieltäminen tähän tapaan keskenään ”täysin erilaisiksi” viittaa myös siihen, että haastateltava *ei reagoi* Yleisradion käyttämiin erottautumisstrategioihin (ks. Hellman 1999a, 253-304; 1999b, 113-129) – julkisen palvelun kanavien ”yleläisyyteen” ei siis tällöin liity mitään erityistä arvolatausta.

5.1.2.1. Mainoksettomuus Yleisradion vahvuutena

Kun jo kysymykseen sisällytetään erottelu ja vertailuasetelma Yleisradion ja kaupallisten kanavien välillä, *keskeiseksi* – ja joskus ainoaksi – *eroksi mainitaan Yleisradion kanavien mainoksettomuus, ei-kaupallisuus*. Tässä yhteydessä ei-kaupallisuus näyttäytyy Yleisradion vahvuutena ja myönteisenä piirteenä - toisaalta ”ei-kaupallisuus” saatetaan näissä puheenvuorissa hahmottaa uudelle radiokulttuurille tyypillisesti poikkeukseksi ”perusmallista” eli kaupallisesta tarjonnasta:

H: Niin nii. Aivan joo just joo – no jos aattelet näitä Ylen kanavii sitä valikkoo joka on tarjolla ni – onko ne sun mielestä jotenkii erilaisia kun kun nää kaupalliset?

N24: Ymm... no ehkä se - pistää just se - kaupallisuus silmää muissa kanavissa. Että välillä oikei ottaa päähän ne mainokset ja ihmiset mitkä siellä pyörii. Et se on se suurin ero siinä.

Mainosten puuttuminen voidaan siis mieltää ”kuluttajaystävälliseksi” piirteeksi.

Erityisesti ohjelmakeskeiset kuuntelijat yhdistävät mainosten puuttumisen myös Yleisradion kanavien ”helppokäyttöisyyteen”: Yleisradiolta saa tiettyä haettua sisältöä, eikä tarvitse ”tuhlata aikaa” mainosten kuuntelemiseen:

H: No onks nää nyt tällä hetkellä - toimivat Yleisradion kanavat nii onko ne erilaisia kun sitten - muut kanavat kaupalliset? Onks siinä jotakin eroo käytännössä esim kuultavissa?

N42: (...) Kyllä mun mielestä siis on. Että just tän – tän tän - se just mitä mä tykkään että on just sillätavalla klassisen linjakas. Että ei joka väliin tuu jotakin – mainosta. Ja niinku – mä sanon mun – mä oon hyvin – mä oon yleensä hyvin tiukalla aikataulutettu nyt kun mä opiskelen eri aineita ja käyn töissä – niin tuota - mua raivostuttaa kuunnella jotain Lounasluotainta jossaki täällä XXXXXXXXXXXX perukoilla – nii et jos mun pitää täst vähästä ajastani antaa muutenki tiukalla niinku... ei. Silti Yleisradio on kiva ku se mitä sielt tulee on sit aina niinku asiaohjelmaa – et mun ei tarvi kuunnella sielt jotai – rengasmainosta tai... että mun aika...

Tässä yhteydessä on syytä muistaa, että Suomen tilanne on erilainen kuin monissa muissa Euroopan maissa, missä myös julkisen palvelun kanavat rahoittavat osittain toimintaansa mainoksilla. Keskustelu toimilupamaksun poistamisesta on nostanut asian esille myös Suomessa; Yleisradion rahoitusta pohtiva parlamentaarinen työryhmä päätyi kuitenkin vielä aiempaa tiukempaan kantaan eli kieltämään mainokset Yleisradion kanavilla myös urheilukilpailujen yhteydessä (LVM 29/2001).

5.1.2.2. Asiallisia ja luotettavia radiokanavia

Mikäli Yleisradion ja kaupallisten radiokanavien erotteluun liitetään sisällöllisiä eroja, sekä nuoremmat että vanhemmat haastateltavat tuovat Yleisradion yhteydessä esille nimenomaan perinteisen yleisradiokulttuurin arvoja kuten asiapitoisuus tai ”asiallisuus”⁹³, luotettavuus ja vastuullisuus:

H: Joo, joo. Onko sun mielestä muute Yleisradion nää radiokanavat – onko ne jotenki erilaisia kun muut että kuuleekssen jotenkin?

N29B: Ymmm...(...) Ensimmäisenä nyt tuli mieleen et on ne paljo asiallisempia.

H: Mafiakin (naurahdus)?⁹⁴

N29B: (Naurahtaen) En ei se jääköön pois mutta – mut eipä se tosiaaki se kohderyhmä nin mille Mafia on tarkotettu ni - ni välitökkään nii siitä asiasta - mutta (...) - ja ainakin minä ninkun koen että se on luotettava – että niinkun uutisetki ne on varmasti luotettavia ja - tullee - sitte radiosta.

Yleisradion luotettavuuden painottaminen on tässä aineistossa tunnusomaista edellisen sitaatin nuoren naisen kaltaisille kuuntelijoille, jotka eivät itse välttämättä kuuntele kovin paljoa Yleisradion kanavia. Näiden kuuntelijoiden suhdetta julkisen palvelun radioon luonnehditaan jatkossa (jakso 8.2.4.2.) ”arvostavaksi”. Nämä kuuntelijat saattavat sanoa kääntyvänsä Yleisradion puoleen, ”jos ydinvoimala räjähtää”.

Edellisessä sitaatissa tulee selvästi esille myös kuuntelijoiden (vrt. Lowe 1999, 16-17) vaikeus sijoittaa Radiomafiaa ”perinteiseen yleisradiomaailmaan”. Radiomafian tapauksessa voidaankin pohtia, missä määrin kanavan korostunut määrittely ”nuorisokanavaksi” palvelee myös selityksenä sen erilaisuudelle suhteessa toisiin - usein keskenään samankaltaisiksi koettuihin - Yleisradion kanaviin.

Vähäisemmässä määrin Yleisradion radiokanavien erityisyydestä puhuttaessa viitataan myös markkinoilla toimivan Yleisradion ”uudelleen tulkittuihin arvoihin” (Hellman 1999b, 113-116) laatuun ja monipuolisuuteen. Yksittäisissä kommentteissa nousevat esille myös Yleisradion kanavien kaupallisiin verrattuna ”pitempi suunnittelujänne”⁹⁵ ja rauhallisempi tempo – tässäkin sitaatissa kuitenkin peruseroiksi mielletään mainokset ja Yleisradion ”asiapitoisuus” (vrt. Kytömäki & Ruohomaa 1999, 37):

⁹³ ”Asiallisuus” ei siis kuitenkaan ole yksinomaan Yleisradion kanavia luonnehtiva piirre, vaan haastateltavat kuvaavat myös Radio Novaa ”asialliseksi”.

⁹⁴ Haastateltava on aiemmin haastattelun aikana kuvaillut Mafiaa ”lapselliseksi” ja Novaa selvästi ”asiallisemmaksi”.

⁹⁵ ”Pidempi suunnittelujänne” voidaan ymmärtää osaksi ”perinteistä journalistista laatua” (Nukari & Ruohomaa 1997, 74-75).

H: Joo joo. Ovatko nämä Ylen kanavat sitte jos vertaa kaupallisis niin onko niissä jotakin eroa sit? Ovatko ne erilaisia? Käytännössä noin ihan kuultuna että..?

M51: No tietenki se mainoshomma tuolla välissä siellä kaupallisessa puolessa. Ja tietenki se tapa tehdä sitä juttua ni se on nopeempitemponen siellä kaupallisella puolella lyhyitä – tosin melko lyhyitähä ne on tälläki Yleisradion puolella mut on se kuitenkin kevyempää kaupallisella puolella kokonaisuutena – tosin en minä ympärivuorokautisesti oo Novaa seurannu että en tiedä mitä se sit puolenpäivän aikoihi – kuitenkin se mitä on sattunu nii semmosta jutustelua hyvin paljo.

5.1.2.3. Kaupallisten ja Yleisradion työnjako

Erityisesti Radio Suomea ja/tai Radio Ylen Ykköstä itse kuuntelevat ja Yleisradion palveluja tuntevat Yleisradion ”kannattajat” (ks. jakso 8.2.4.2.) näkevät YLEn ja kaupallisten kanavien välillä vallitsevan selkeän, *sekä kuluttajan että yhteiskunnan kannalta edullisen työnjaon*. Työjako pitää sisällään ajatuksen, että Yleisradion ja kaupalliset kanavat *eivät oikeastaan ole yhteismitallisia* – rahoitusmuoto merkitsee tällöin myös olennaista laadullista eroa:

H: Mut kuuluuks se myöskin käytännössä kun kuuntelee ihan todellisia sitä lopputulosta ni kuuleeko sen eron sitten siel – siinä tasolla?

M64: Kyllä sen kuulee kuuleehan sen siitä että näillähän ei oo sitä velvollisuuttakaan ottaa mitenkä sen nyt sanosin yhteiskunnallista vastuuta näillä kaupallisilla. Kyllä sen kuulee. Sen rahan helinän kuulee tietenki ja se on ihan ymmärrettävää en mää siitä pahassa mielessä sano. Heijän tehtävänsä on se ja hyvin tärkeä tehtävä.

H: Eli sä et halua sanoa et jommatkummat ois parempia tai huonompia sillä akselilla?

M64: Se on – ei ei ei sillä akselilla voi sanoa sitä koska ne on (...)

H: Eri tehtävä?

M64: Nii eri tehtävä joo. Kaikkien kukkien pitää antaa kukkia ihan totta se on myöskin tällä niinkun mä oon sitä korostanu.

Yleisradion yhteiskunnallisesta vastuusta puhuminen näyttää sisältävän myös vissin ”paternalistisen” ulottuvuuden. Haastateltavilla näyttää tosin olevan vaikeuksia muotoilla mielipiteensä sanoiksi - joku puhuu ”hyvän maun rajoista” ja toinen ”sensuurista” :

H: Joo, joo. Mutta kuuleeko tavallaa et jos aatellaa – onko siis jotaki sellasta eroa jos ajatellaa Yleisradion kanavia ja kaupallisia nii onko jotai sellasta että ihan kuuntelemalla voisi erottaa että (naurahdus)..?

M35A: Varmaa on nii että Yleisradion kanavat ehkä ottaa enemmän vastuuta siitä lähetettävästä ohjelmasta ku varsinni nämä paikallisradiot että niillä ei oo minkääläistä vastuuta siitä lähetyksestä antaa tulla mitä suuhun mahtuu...

H: Mites Nova sitte?

M35A: Sillä on varmaan kans mutta ei varmaan nii paljo oo sitä – sitä sitä voisko sitä sensuuriksi vai miksi sitä sanos niinku seurata sitä mitä sitä laitetaa varmaan Yle enemmän seuraa sitä että mitä sinne laitetaa.

H: Onks se sun mielestä hyvä asia?

M35A: Jossain mielessä kyllä mutta kyllä tiesti joskus on hyvä olla tuota vähän räväkämpii ohjelmii mutta kyllä se minusta pääsääntöisesti hyvä on.

Vaikka ”vastuullisuus” liitetään ennen kaikkea Yleisradioon, vastuuta voidaan siis toisaalta odottaa myös medialta ylipäättään. Seuraavan sitaatin nuori nainen ilmaisee

yleisömittauksista puhuttaessa varsin selkeästi ajatuksen, että median sisällöistä päättävien ei tulisi tarjota vain ”mitä kansa haluaa” vaan myös ”mitä kansa tarvitsee”⁹⁶ – anteeksipyytely kuitenkin kertoo, että puhuja kokee ”vanhanaikaisen auktoriteettiuskonsa” vallitsevan kulttuurisen ”aktiivisuuden normin” vastaiseksi:

N24: Onha siinäki se suuntaa-antavuus mutta – kuitenkin ni – mullon ehkä semmonen vanhanaikainen auktoriteettiusko että – uskon sen verran päättäjiin että ne osaa valkata – sen että mitä – lähetetään ulos ja mitä ei – et tottakai pitää niinku kansan ääni ottaa huomioon – mutta ei niinku tehä siitä punasta lankaa että mikä (epäselvää)...

Työnjaon ajatukseen saatetaan kuitenkin yhdistää vaatimus, että ”rahan vallasta vapautetun” *Yleisradion täytyy tuottaa parempaa laatua* kuin ”markkinoilla taistelevien” kaupallisten yritysten – melko monet haastateltavat näyttävätkin implisiittisesti oletavan, että Yleisradio on vapaa taloudellisista paineista:

H: Mites sitten Kajaus jonkin verran sanoit että kuuntelet myöskin Kajausta? Mite sä kuvailisit sitä?

M52A: No ensinnäkin niinkun mittatikkun Kajaoksen tai kaupallisiin radioihin on kyllä semmonen että mittatikki on kyllä eri mittanen.

H: Millä..?

M52A: Että se on selkeesti lyhyempi että – että kyllä julkisen palvelun radioyhtiöllä niinku Yleisradio on nin – nin sille minä ainakin omassa arvoasteikossani asetan huomattavasti paljon huomattavasti paljon niinkun rankemmat nämä tämmöset kriteerit, ja ja kaupallinen radio elää kaupallisuudesta ja sille niinku ikään kuin saa antaa anteeksi sen että sen on markkansa siitä kaupallisuudesta revittävä jollonka se on myös näyttävä... se saa näkyä [...]

Samaan työnjaon ideaan perustuu odotus, että Yleisradion kanavien tulee olla *erilaisia* kuin kaupalliset kanavat. Tämän erityisesti ohjelmakeskeisten kuuntelijoiden esille tuoman näkemyksen mukaan Yleisradion ”erilaiset ei-kaupalliset” kanavat lisäävät *radiomarkkinoiden diversiteettiä ja samalla myös suvereenin kuluttajan valinnanvaraa* (vrt. Ang 1996, 12; myös esim. Hendy 2000a, 217-218) – seuraavassa sitaatissa viitataan myös kohderyhmäkanavien etuihin kuluttajan näkökulmasta (Ruohomaa 1999, 229):

H: No pitäskö Yleisradion kanavien sun mielestä olla erilaisia kun kaupallisten? Enemmän kun nyt - sillai?

N42: No minusta se erilaisuus just palvelee. Markkinamaailma tarvitsee oman kanavansa, nuoret tarvitsee ja sitte – mun omatki tarpeet voi – jos mä oon hirmu väsyny emmä jaksa kuunnella muuta ku musiikkia ja jotaki tämmöstä ja joskus on ihan kiva kuunnella niitä – jotai semmosia jotai vanhoje ihmisten juttuja ja muisteloita ja – haastatteluja joskus – kun ne on iha onnistuneitaki elikkä se että ihmisillä ois vaan mahdollisuus valita niinku televisiossaki että – otanko mä pornoo vai otanko mä tavallisen - draaman. Mieluummi nii et on selkeesti erilaisia ku että joku yrittäis tyydyttää kaikkien tarpeet siinon tää aikakysymys.

H: Mutta niinku nykyään – nykystä enemmän erottua..?

N42: (Huokaus) En mä osaa sanoo.

⁹⁶ Tässä yhteydessä voidaankin kysyä, minkälainen ihmiskuva ”valinnanvapauden ideologian” taustalla on ja pohtia, miksi myös median tutkimuksessa turvallisuushakuinen ”ritualistinen käyttö” usein mielletään ongelmaksi.

Tässä haastateltava ei siis kuitenkaan ota kantaa siihen, pitäisikö Yleisradion kanavien erottua kaupallisista enemmän kuin ne nykyään erottuvat – sitä paitsi hän ilmeisesti (huokaus) kokee kysymyksen menevän jo sellaisiin yksityiskohtiin, joihin hän ei jaksa tarkemmin syventyä⁹⁷. Nykyistä selkeämpää erottautumista ei välttämättä pidetäkään tarpeellisena tai edes suotavana - seuraavassa (kasvatusalalla työskennelleen haastateltavan) sitaatissa on kuultavissa kaikuja Ien Angin (1996, 31-33) kuvaamasta yleisradioajattelusta, jossa ”populaaria” käytetään välineenä ”kasvatuksellisten” päämäärien saavuttamisessa:

H: Joo aivan aivan. Mites sitte tämmönen asia että pitääkö Yleisradion kanavien olla siis sisällöltään kuultuna erilaisen kuulosia - oisko niinku tavoitteena että ois samantyyppisiä ku kaupalliset vai vai pitääkö siinä olla joku semmonen korvin kuultavissa oleva ero?

M64: Kunhan ei oo mitään kosiskelua, nin niin ne voi olla hyvinki paljon samanlaisia ei niitä tarvi ei sitä tarvihe se – siis ainahan niinku taiteessaki on jos - tuuaan joku asia esille tuossa ja sanotaan et kattokaa nyt tätä tässä nii sehä menee pielee että ei si.. ei sitä tarvihe ottaa rasitteeksi kummankaan eikä se tietysti kaupallisella puolla voikkaa olla mutta et Yleisradionkaa puolella ei - vaan siellä pitäs pystyä toimimaan vapaasti – vapaasti vaikka se kuitenkin taustalla on se – se tulee sinänsä jo - varmasti niissä – lakisääteisissä jutuissa siellä esimerkiksi.

5.1.2.4. Odotuksissaan pettynneet

Aineistosta löytyy myös kuuntelijoita, jotka toivovat Yleisradion kanavien erottautuvan nykyistä selkeämmin kaupallisista kanavista. Nimenomaan osa klassiseen radiokulttuuriin sitoutuneesta vanhemmasta väestä toivoo Yleisradion tarjoavan nykyistä enemmän asiapitoisia ohjelmia. Tämäntapaisia näkemyksiä esittävät Radio Suomen ja Radio Ylen Ykkösen kuuntelijat toivoisivat mitä ilmeisimmin elävänsä ”vanhassa radiokulttuurissa”, vaikka he tietävätkin elävänsä ”uudessa”. Odotuksissaan osittain pettynneiden näkemyksiä esitellään tarkemmin seuraavassa jaksossa Yleisradioon liittyvien mielikuvien yhteydessä (jakso 5.2.1.4).

5.2. KUUNTELJOIDEN NÄKÖKULMIA YLEISRADIOON

Kuuntelijoiden suhdetta Yleisradioon tarkastellaan tässä kahdesta eri näkökulmasta: Ensin käydään läpi Yleisradioon liittyviä mielikuvia ja sen jälkeen kartoitetaan, minkälaisissa yhteyksissä haastateltavat spontaanissa puheessaan käyttävät käsitettä ”laatu”. Mielikuvat ovat käsillä olevan aineiston suhteen varsin kattavia sikäli, että Yleisradioon liittyviä mielikuvia kysyttiin kaikilta haastateltavilta. Sen sijaan ”laadusta”

⁹⁷ Useat haastateltavat tekivät haastattelun jossain vaiheessa selväksi, etteivät ole valmiita enää perusteellisempiin pohdintoihin puheena olleesta asiasta.

näyttävät tässä aineistossa puhuvan lähinnä vain ”vanhan radiokulttuurin” arvot enemmän tai vähemmän sisäistäneet haastateltavat.

5.2.1. Mielikuvat Yleisradiosta

Teemahaastatteluissa kysyttiin siis yksinkertaisesti sanan ”Yleisradio” herättämiä mielikuvia. Ne voidaan jakaa kolmeen laajaan kategoriaan: a) lapsuuteen ja perinteeseen liittyviin, b) yhtiön keskeiseen asemaan ja suureen kokoon liittyviin sekä c) julkisen palvelun ideaa peilaaviin mielikuviin.

5.2.1.1. ”Sunnuntaiamusin ne ding- ding- ding”

Sana ”Yleisradio” tuo monille mieleen perinteen, johon sitten liitetään joko positiivisia tai – tässä aineistossa harvemmin - negatiivisia mielleyhtymiä. Lapsuuteen ja yleensäkin perhetilanteisiin liittyvät mielikuvat ovat yleensä positiivisesti latautuneita – niinpä molemmissa seuraavissa sitaateissa on ”sunnuntaiamu”. Huomion arvoista on, että myös nuoret haastateltavat saattavat kertoa tämäntapaisia nostalgisia muistoja:

N19A: Joo. No hei onko Radio Suomessa just ne – aina ko sunnuntaiamusin ne ding- ding- ding tai joskus onko ollu?

H: Ooops - kuule nyt mä en oo ihan varma ite (naurahdus).

N19A: Semmone jännä alkumusiikki aina kun ne tiedottaa että paljonko kello on.

Keski-ikäiselle naiselle Yleisradio tuo mieleen lapsuudenkodin viikonloppujen radionkuuntelun perinteen, jota hän itse kokee nyt jatkavansa. Yleisradio siis edustaa tässä kuvauksessa vanhan radiokulttuurin ideaalin mukaisesti ”radiota yleensä”:

N47: Yleisradiosta tulee mielee (nauraen) mulle tota lapsuuve aika taas kerra sunnuntai-aamuna kuulu jumalanpalvelus - se alako pyhä siitä tai oikeestaan mennäki sinne lauantai-iltaa ku oltii saunassa käyty siellä alko kuuluva kuuven aikaa ne - nyt vaihetaan pyhäks mitkä ne on..?

H: Ehtookellot...

N47: Ehtookellot ja sitte sen jälkeen tuli se musiikkiohjelma tai mikähän se nyt olikaa ku mä muistasin - ja ne oli meillä kotona ne oli – nyt ku rupian aattelee herra isä sieltäkö se on lähtösi – kotonaha meil oli oikeestaan että se oli se lauantai ja sunnuntai semmosia kun tietenki ku ne oli kuusituntisia tai kuusipäiväsiä nuo työviikot - nii tota ei sitä ollukkaa aikaa ennen ku sieltä lauantai-iltapäivästä ruveta kuunteleen ni kyllä siellä meillä kotona loppujen lopuks se radio oli melekei koko sen puoltoista vuorokautta – tietenki ku vieraat tuli se pantiin kiinni mut kyllä se siellä oli niinku hirveen tärkeä tekijä. Että tuota se Yleisradio et se mä muistan aina - ihana kuunnella niitä vanhoja asioita semmosia asioita joita on lapsena kuunnellu - nehän tuo sen lapsuuden takasi saunantuoksuinee ja pullanhajuinee ja kaikkinen ihanine juttuinee semmosine turvallisuuve (naurahdus) - sen turvallisuuventunteen minkä se tuopi, ja kyllä minä oon itekki huomannu jollaki tavalla sitä perinnettä jatkanu. Ja sitä kai se mullaki onpa jännä etten oo tätä aikasemmin ajatellu (naurahdus). Että oikeestaan mähän teen just samallailla nytte itekkin. Nii, nii oikeestaan mä teen et se on aika jännä.

Myös muissa yhteyksissä haastateltavat kuvaavat radionkuuntelua lapsuudenkodista periytyneenä tapana. Samoin jotkut nuoret haastateltavat selittävät, että Yleisradion kanavien ja kaupallisten kanavien erottelu on omaksuttu kotona. Radionkuunteluun – tai ylipäätään eri medioiden käyttöön - liittyvien tottumusten ylisukupolvisesta jatkuvuudesta ei tietääkseni kuitenkaan ole tutkimuksia tehty. Individualismia korostavassa kulttuurissa lähtöoletus on ilmeisesti ollut, että jokainen yksilö ”valitsee” käyttäytymistapansa ja totumuksensa yksin ja ”itsenäisesti”.

Yleisradion ”turvallinen perinteisyys” voidaan liittää myös itse organisaation pitkään ikään. Seuraava sitaatti paljastaa kuitenkin, ettei haastateltavilla välttämättä silti ole kovin perusteellista tietoa historiallisista tosiasioista:

H: Tota niin, mitä sulle tulee mieleen kun sä kuulet sen sanan Yleisradio?

N29B: Minusta se on niin neutraali sana että se ei sillälaililla tuo mittää mielee mut toisaalta se – niinku ollu aina että se on sillälaililla turvallinen – että minunki – se on varmaa minun koko iän ollu se Yleisradio – ehkä se on se tuttu ja turvallinen kummiski (naurua).

Vaikka Yleisradion ”perinteisyyteen” näyttää usein kytkeytyvän myönteisiä konnotaatioita, perinteisyys voidaan kokea myös kielteiseksi ”vanhanaikaisuudeksi” . Tällöin siihen liittyy pysähtyneisyyteen viittaavia miellelyhtymiä, jotka saattavat Yleisradion nuorehkon kuuntelijan mielestä vaikuttaa kiusallisilta:

H. No tuota – mitä sulle tulee mieleen – tästä - sanasta Yleisradio? Ihan – mielikuvia?

N31: Yleisradio - onko se vähä jo vanhanaikane – sanana - se on vähä niinkun – kun must tuntuu et toi Ylen Ykkönen on jo vanhaaikaanen niiden pitäs muuttaa nimi joksikin muuksi. Niin se on niinku vanhanaikaanen. Mut Radio Suomi on jo hyvin - must se on jo ihan moderni, uus nimi. Et et ehkä Yleisradiokin on että se on vähä niinku viiskyt vuotta sitte ko Radio Suomessa tulee se yks ohjelma että – Yleisradio - viiskyt vuotta sitten siinä sitte Matti Hara ja kumppanit koonnu sitä - ni Yleisradio kuulostaa aika paljon - siltä miltä se kuulosti viiskyt vuotta sitte.

H: Aivan.

N31: Et mä mietin vähä sitä et onks se – niin ehkä voi olla ehkä niinku kanavatarjonta on muuttunu mut nimenä oisko vähä vanhanaikane.

5.2.1.2. ”Suomen sähköisen median keskipiste”

Toinen vahva mielikuvarypäs liittyy Yleisradion organisaatioon ja yhtiön tuotteisiin. Tähän perusmielikuvaan saattaa liittyä edelleen turvallisuuteen ja toisaalta kansalliseen yhtenäisyyteen tai ”valtakunnallisuuteen” viittaavia miellelyhtymiä: Seuraava leikittelevän dialogin yhteydessä syntynyt opiskelijapojan kuvaus ”sähköisen median äitihahmosta” kokoaa loppujen lopuksi kaikki keskeiset Yleisradioon tässä aineistossa liitetty mielikuvat:

M19: Ymm. Mul tulee tulee mieleen semmonen jotenki semmonen suuri kompleksi joka niinku siis - on kaiken kaiken Suomen median - tai niinku siis tällasen Suomen sähköisen median

keskipiste – tai josta kaikki on niinku lähteny ja – ja jotenki se niinku semmonen suuri äitihahmo siellä. [...] Jotenki sellanen pyöree jotenki semmonen – semmone jotenki yksinkertanen pyöree olemus josta josta lähtee sellasia – er.. eri suuntiin meneviä asioita.

H: Onks se myönteinen vai kielteinen onko se - paha vai hyvä äitihahmo (naurahdellen)? Syöjätär vai..?

M19: Jotenki sellanen niinku – perusasia sillee niinku aikojen alussa oli Yleisradio.

H: (Nauraen) Joo joo, just just. Et ei oikeestaa sillätaval myönteinen eikä kielteinen itse asiassa?

M19: No ehkä enemmän myönteinen sellanen siis turvallinen - ja tavallinen. Perinteinen.

Neutraaleissa muodoissaan Yleisradion organisaatioon liittyvät mielikuvat saattavat pelkistyä YLEn ”televisiosta tutuksi” logoksi, YLEn televisio- tai radiokanaviksi tai vain ”ohjelmiksi” - näissä yhteyksissä haasteltavat näyttävät siis käyttävän Yleisradiosta nimenomaan lyhyennettä ”YLE”. Voidaankin pohtia, yhdistyykö nimilyhenne YLE mielikuvien tasolla ennen kaikkea yhtiön toimintaan mediayrityksenä – kun koko nimi Yleisradio taas näyttäisi ilmentävän paremmin yhtiön toimintaperiaatetta (ks. seuraava jakso)⁹⁸. Selvästi negatiivisesti latautuneita mielikuvia löytyy tästäkin ryppästä vain pari. Ainoastaan musiikkipitoisia kaupallisia kanavia kuunteleva nuori nainen kuitenkin kokee Yleisradion hyvin etäiseksi ja vieraaksi:

H: Just joo. Just joo. No mites kuule tuota niin – sitte jos mä sanon sellasen sanan kun – ihan tää on sellanen mielikuvajuttu – että jos mä sanon sanan kun Yleisradio nin mitä sulle tulee mieleen siitä?

N20: Että siel on pelekästään keskusteluohjelmaa että ei ollenkaan musiikkia.

H: Joo.

N20: Tullee vaan mielee et kaks ihmistä siellä keskustellee - semmosta.

H: Just. Ei oo niinku sun juttu (naurahdus)?

N20: Ei oikei.

Yksi haastateltava taas puhuu ”hierarkkisesta, ahtaasta” ja ”tosi konservatiivisesta” ”helvetin vanhasta byrokraattisesta laitoksesta” oman kokemuksensa perusteella.

5.2.1.3. ”Yleisradiolla on sellanen yleisvastuu”

Kolmannen mielikuvaryppään perustana ovat mielikuvat Yleisradiosta ennen kaikkea julkisen palvelun periaatteiden toteuttajana: ”Kaiken kansan” palvelijana, tiedon välittäjänä ja yhteiskunnallisen vastuun kantajana.

H: [...] mielikuvana jos puhutaa ihan mielikuvista Yleisradio – mitä se tuo sulle mielee?

N24: Ehkä se on - koko valtakunta - ja siinä se tietty linja – asialinja.

Koko kansan palvelemiseen liittyvät mielikuvat ovat Kainuun aineistossa oikeastaan yllättävän yleisiä. Yksi selitys tähän löytyy siitä, että ilman laajoja taustatietojakin

⁹⁸ Suomesta löytyy lukuisia esimerkkejä yrityksistä, joiden tunnettu nimilyhenne kätkee koko nimen paljastaman toimintaperiaatteen (esim. OP/Osuuspankki).

sanasta ”yleisradio” saatetaan vapaasti assosioimalla päätyä ”yleiseen radioon” – sikäli ”Yleisradio” ilmentää varsin osuvasti yhtiön peruseriaatteita:

H: Justiisa. No sitten tämmönen homma tämmönen niinkun Yleisradio niin mitä sää niinkun jos semmosen sanan kuulet nii mitä sää sillo – mitä tulee mieleen?

N53: Yleisradio?

H: Nii, iha sillai...

N53: Ei kyllä ossaa sanna - että se on semmonen yleisradio josta pitäs tulla oikeestaa laijasta laittaa ohjelmaa. Että semmoseks minä käsitän niinku Yleisradio.

Kainuulaisten mielikuvissa Yleisradioon saattaa yhdistyä julkisen palvelun periaatteen mukainen alueellinen kattavuus. Siihen viitataan yleensä lähinnä tuomalla esille Yleisradion valtakunnallista luonnetta; seuravassa sitaatissa kuitenkin Kainuusta itse jo pois muuttanut haastateltava yhdistää kattavuuden kysymyksen kaupallisten yritysten ja Yleisradion väliseen erotteluun:

H: Mitä sulle tulee mieleen sellanen mielikuva jos sanotaan Yleisradio?

M31: Koko Suomen.

H: Onks se myönteinen vai kielteinen vai mikä se on?

M31: Myönteinen joo. Se on sinänsä et jos aatellaa että jos se kaupallisuutee alkaa enimmäksee mennä ni sehän keskittyy näille - isompi paikkoihin. Jos mainostuloilla eletään ni miks - rakentaa jottai - kalliita radiolähettimiä teeveelähettimiä - asukkaille jossa - samalla antennilla saatas - huomattavasti isompi siis - asiakasmäärä. Tai kuuntelijamäärä tai katselijamäärä.

Yleisradioon saatetaan liittää mielikuvissa edelleen myös sellaisia myönteisesti latautuneita attribuutteja kuin laatu, asiapitoisuus ja yhteiskunnallinen vastuullisuus (ks. myös jakso 5.1.2.). Kuten kuuntelijoiden odotuksia raportoitaessa on jo kuvattu, tämän aineiston kuuntelijat eivät välttämättä kavahda edes perinteisen eurooppalaisen yleisradioideologian mukaista ajatusta kasvattavasta ja ohjaavasta ”patriarkalisesta” Yleisradiosta - toisin kuin esimerkiksi Ang (1996, 31) esittää.

M64: Mielikuva on sellanen että tuota – sillä on Yleisradiolla on sellanen yleisvastuu. Ensinnäkin nin tuota se on pää - media tämmönen sähköinen. Se on yleinen se on niinkun - kaikille kuuluva niinku yleinen äänioikeus. Mutta siihen kuuluu sitten niinku äänioikeuteenki se vastuu että - se palvelee – yhteiskuntaa, sen tehtävä on myöskin palvella yhteiskuntaa. Sen tehtävä on pitää - kaikki ovet ja ikkunat auki – kaikille, mutta että – sitte ku sieltä ikkunasta rupee tulemaan liian paljon kylmää nii pistää sitä pienemmälle – vähän pienemmälle siihen suuntaan että jos idästä tuulee (naurahdus) – taikka pohjoisesta.

5.2.1.4. ”Taitaa olla ostettua tietoa niinku muuallaki paljon”

Perinteiseen yleisradioajatteluun sitoutuneiden kuuntelijoiden Yleisradioon liittyvät mielikuvat saattavat heijastella myös pettymystä uusia arvoja omaksuneeseen Yleisradioon, joka ei enää vastaa heidän ihanteitaan. Tässä ajattelutavassa avainasemassa on Yleisradion suhde luotettavaksi miellettyyn ”viralliseen” valtioon:

H: No kuule mitä sulle tulee mieleen ku sanotaan semmonen sana ku Yleisradio?

N58: No minä oon et se on valtion. Ja valtion rahottama. Ja minä ainakin niinkun - aina olen ajatellu mutta minä luulen että minä olen väärässä - et tuota - siinä pitäs tulla niinkun - asiaohjelmia ja nimenomaan tämmöstä niinkun virkapuolelta ja kaikista tämmösistä - olevia ohjelmia. Mää luulen että sieltä (epäselvää). Näin mää oon sen niinkun...

Näiden vanhempien kuuntelijoiden voidaan sanoa toivovan elävänsä vanhassa radiokulttuurissa, vaikka he tietävät kyllä kulttuurin muuttuneen. Mielikuvat kertovat vahvoista epäilyistä kaupallisuutta ja markkinaorientaatiota kohtaan:

H: No kuule mitä sulle tulee mieleen sanasta Yleisradio?

N62: (...) Nii - se on tota sehän on ollu tietysti semmonen että mä oon pitäny sitä et sieltä voi tulla luotettavaa tietoo. Noissa aina välillä tuntuu että - taitaa olla ostettua tietoo niinku muuallaki paljon mutta - ehkä kuitenkin sitten - luotetuin - näistä radioista.

5.2.2. ”Laatu” ja ”yleisradiolaatu”

”Laatu” on tunnetusti vaikea ja moniselitteinen käsite, joka voidaan määritellä tiettyjen ominaisuuksien ja tiettyjen arvojen suhteeksi (Rosengren & Carlsson & Tågerud 1996, esim. 21). Vanhassa ”paternalistisessa” radiokulttuurissa laatu koettiin ongelmattomaksi itsestäänselvyydeksi, jonka perustana olivat lähettäjakeskeiset arvot kuten ei-kaupallisuus ja tiedonvälityksen korostaminen (Nukari & Ruohomaa 1997, 74-75). Tähän arvoryppäeseen viitataan puhuttaessa perinteisestä ”yleisradiolaadusta”, jonka voidaan sanoa ilmentävän absolutistista laatukäsitystä.

Uuden radiokulttuurin teoriassa taas laatu määritellään kunkin tuotteen kohdalla erikseen suhteessa kohdeyleisön arvoihin, jolloin ”laadukkuus” viittaa ennen kaikkea professionaaliseen suoritukseen. Tässä merkityksessä ”laadusta” onkin tullut yleisökeskeistä pluralismia ohjenuoranaan pitävien yleisradioyhtiöiden erottautumisstrategian peruskäsite (Hellman 1999b, 116) – tällaisen relativistisen laatukäsityksen esimerkiksi Tracey (1998, 272) näyttää tulkitsevan osoitukseksi julkisen palvelun rappiosta ja sen pohjimmiltaan interventionistisen ”kovan ytimen” murtumisesta.

”Laadun” moniulotteisuuden ja moniselitteisyyden vuoksi olen päätenyt tässä liseniaattityössä eräänlaiseen minimiratkaisuun eli kuuntelijoiden spontaanissa puheessa käyttämien laatu-käsitteiden kartoittamiseen⁹⁹. Olen kuitenkin hyvin tietoinen siitä, että tämä lähestymistapa ei yksin anna oikeastaan minkäänlaista kuvaa

⁹⁹ Yksinkertaisesti poimimalla litteroidusta haastattelutekstistä etsi-komennolla sanat, joista löytyy kirjainyhdistelmä ”laa” ja kokoamalla tästä joukosta viittaukset ”laatuun”.

kuuntelijoiden radioon liittyvistä laatukäsityksistä yleensä eikä edes kattavaa kuvaa ”yleisradiolaatuun” liittyvistä käsityksistä.

Toisaalta on huomattava, että mielikuvien ja radiokanaviin kohdistuvien odotusten kautta on jo välillisesti hahmottunut kuva myös kuuntelijoiden ”yleisradiolaatuun” liittyvistä odotuksista. Tällä tavalla piirtyvä kuva on lyhyesti sanottuna varsin perinteinen: Siinä korostuvat ei-kaupallisuus, asiapitoisuus, luotettavuus, vastuullisuus, kulttuurinen pluralismi (”lajasta laitaan ohjelmaa”) ja kansallinen integraatio (”valtakunnallisuus”). Voidaan myös sanoa, että Hellmanin (1999b, 113-129) hahmottelemat julkisen palvelun erottautumis- ja legitimaatiostrategiat näyttävät saavan näissäkin haastatteluissa vastakaikua (ks. myös Kytömäki & Ruohomaa 1999, 29-30).

Käsillä olevan aineiston perusteella näyttäisikin siltä, että oikeastaan ”perinteiselle yleisradiodiskurssille” ei ole vaihtoehtoa. Ne haastateltavat, jotka eivät tuo esille perinteisiä odotuksia, yleensä vaikenevat tai luonnehtivat Yleisradiota vain kursorisesti. Samaan tapaan perinteinen ”yleisradiolaatu” saattaa olla niin vahva käsite, että sen vastakohdaksi ei välttämättä hahmotu ”toisenlainen laatu” vaan ”laadun” puute.

5.2.2.1. Arvoista johdettu ”laatudiskurssi”

Kuuntelijoiden spontaanissa puheessa käyttämiä laatu-käsitteitä kartoitettaessa huomio kiinnittyy ensimmäiseksi siihen, että suurin osa tämän aineiston kuunteliijoista ei haastatteluissa puhu lainkaan ”laadusta” tai ”laadukkuudesta”. Silloin kun näitä käsitteitä kuitenkin oma-aloitteisesti käytetään, niillä viitataan joko a) perinteiseen ”yleisradiolaatuun” tai b) (äänen) tekniseen laatuun.

Teknisestä laadusta puhuvat lähinnä miehet. Äänen laatu askarruttaa esimerkiksi digitaalisen radion ja nettikuuntelun yhteydessä, mutta yllättävän monet miehet käyttävät äänen teknistä laatua kriteerinä myös vertaillessaan Yleisradiota ja kaupallisia radioita:

H: [...] No sitte tommonen asia ku Yleisradio – mitä sulle sanoo semmonen sana kun Yleisradio? Mitä tulee mielee ku sellasen sanan kuulet?

M56: No ainaki paikallisradion radioihi verrattuna ni semmonen asiapitonen ja laadukas.

H: Mitä mitä se on se laatu sitten että..?

M56: No kielenkäyttö toimittajien semmonen asiantuntemus ja - ja - sitten tämä lähetyksen laatu vielä tämä äänen tuota laatu. Se on parempi.

H: Et se kuuluu tavallaa semmonen ero sitte?

M56: Sen huomaa vaikka tuoki on semmonen vaatimaton laite nii se musiikin niinkun semmonen mite mä nyt sanosin semmonen semmonen paremmuus tulee läpi.

Toisaalta monet käyttävät käsitettä ”laatu” ikään kuin perinteisen ”yleisradiolaadun” synonyyminä: Niinpä radiokanavista ”laadukkaaksi” luonnehditaan vain ja ainoastaan Radio Ylen Ykköstä - pari haastateltavaa tosin mainitsee, että myös Radio Suomessa ”voilla laadukkaita ohjelmia”. Nämä haastateltavat näyttävät siis edelleen ymmärtävän ”laadun” ennen kaikkea klassisen yleisradiokulttuurin arvoista johdettuna käsitteenä (vrt. Rosengren & Carlsson & Tågerud 1996, 12), jonka sisällön oletetaan olevan ”itsestään selvä”. He eivät esimerkiksi näytä pitävän tarpeellisena mitenkään selittää, mitä tarkoittavat puhuessaan Yleisradion ”laadukkaista” ohjelmista.

Tässä yhteydessä on syytä kiinnittää huomiota myös siihen, ketkä käsillä olevassa haastatteluaineistossa itse asiassa puhuvat ”laadusta”. Tällöin siis havaitaan, että teknisestä laadusta puhuvat lähinnä miehet. Perinteiseen yleisradiolaatuun kytkeytyvää ”laatudiskurssia” käyttävät toisaalta Ylen Ykköstä ja/tai Radio Suomea kuuntelevat vanhemmat haastateltavat (”kannattajat”, ks. jakso 8.2.4.1.) ja toisaalta akateemisesti suuntautuneet nuoret, jotka eivät itse välttämättä kuuntele Yleisradion kanavia (”arvostajat”, jakso 8.2.4.2.).

Kun eritellään tarkemmin kuuntelijoiden käyttämää sisältöihin viittaavaa laatu-käsitettä, sen ytimestä näyttää löytyvän Yleisradion ”ei-kaupallisuus” - julkinen omistus ja rahoitus. Tässä on tarkoituksenmukaista puhua nimenomaan ”ei-kaupallisuudesta”, sillä nämä uudessa radiokulttuurissa elävät haastateltavat näyttävät mieltävät laaduksi nimenomaan Yleisradion ”erilaisuuden” kaupallisuuden läpätunkemaksi koettuun ympäristöön nähden; tässä laatu-käsityksessä siis kiteytyy suomalaisessa yhteiskunnassa perinteinen epäilevä asenne kaupallista radiota ja televisiota kohtaan (vrt. Hujanen 1996, 191). Nämä asenteet nousevat usein esille keskusteltaessa nykyisenkaltaisen julkisen palvelun vaihtoehtoista:

H: Tuota niin, mite sä näet semmosen mahdollisuuden että jossakihan on tehty sillä tavalla et julkista palvelua on ikään kun – noita tehtäviä on jaettu kaupallisille yhtiöille?

N62: Joo ei niinku nyt yleensä kaikki kaikissa näissä ollaan tekemässä. Et sen mä tiedän ite oon bisneksessä ollu et kaupallisella kaupallisella kanavalla tai jossain muussa missä tahansa nii se tuotto on ensimmäisenä ja laatu tulee vasta sitten, ja sitte siihe vielä – siellä tehdään sitä mitä joku haluaa – maksaja. Tai joku omistaja tai joku – se on ilman muuta tärkeätä.

Jaksossa 5.1.2.3. kuvattuun Yleisradion ja kaupallisten kanavien erilaisuutta ja työnjakoa painottavaan ajattelutapaan liittyy myös juuri tältä pohjalta nouseva vaatimus, että Yleisradion täytyy tuottaa ”luotettavaa laatua”. Taustalla ovat tällöin mielikuvat Yleisradiosta sekä taloudellisesta kilpailusta että yleisön suosion tavoittelusta vapautettuna toimijana:

M19: [...] mä oon aina arvostan Yleisradion kanavia siitä siitä että mä oon aatellu jotenki et niis on enemmän laatuohjelmia koska niitten ei tarvi kilpailla sen - just sen yleisön suosiosta niin paljon. Että että ne - ne ne saa ne samat rahat vaikka ne näyttää sellasta ohjelmaa mikä ei oiskaa sillee - sillee jotenki - sillee niin katsojalukuja hamuavaa. Et jotain jotain sellasta mihin voi luottaa et mullon jotenki sellanen ajatus et kun Kolmosen uutisissakin on sellasta - et haa nyt sanotaan näin et ne kattoo mejän uutisia - jotenki sellanen epäilyt niitä kohtaan - Nelosen uutisista puhumattakaa.

Tämä markkinataloudellisen ajattelun sisäistänyt nuori nainen taas näyttää varsin hyvin ymmärtävän myös Yleisradion sisäisen ristiriidan, eli yhtiön pyrkimyksen toisaalta yleisömenestykseen ja toisaalta laadukkaan maineen ylläpitämiseen:

N19B: Mutta vaikka kyl mä tiijän että varmaan yleläisiä - siis mä luulisin että niitä harmittaa se että MTV Kolmosta katotaan niin paljo ku sitä katotaan - ja sit harmittaa se et ne vois ihan hyvin ostaa sama.. samoja sarjat sinne ja saaha yhtä suuren menestyksen mutta kun ne ei voi kun niillä on ne tietyt - kriteerit siinä ja ne tietyt jutut mutta sitten nii ne tavallaan pitää sen sen tietyn profiilin joka on niinkun semmone niinku vähän niinku ylempi tai semmonen että - että tuota mutta meillä on laatua ja meillä on Avara luonto-sarja [...]

”Yleisradiodiskurssin” yhdeksi keskeiseksi perusoletukseksi hahmottuu tässä siis vastakkainasettelu ”laadun” ja ”populistisen suosion tavoittelun” välillä: Haastateltavat näyttävät olettavan, että laatua tarjoamalla ei saavuteta suosiota - eli että kuluttajat eivät välttämättä halua ”laatua”. Tällöin laatuna näyttäytyy itse asiassa nimenomaan se, ”mitä kansa tarvitsee”. Yleisradion rooliksi hahmottuu näin olleen yhteiskunnallisen vastuun kantaminen tarjoamalla ”laatua” enemmän tai vähemmän vastahakoiselle ”kansalle”:

H: [...] kun aatellaan mitä ohjelmia tehdään minkälaista ohjelmaa tehdään ni pitääkö sen määräytyä sen perusteella et kuinka moni ihminen - kuinka suosittu se on?

M52B: Ei. Se - se on aika väärä - lailla väärä koska kansahan voi ruveta kuuntelemaan iha sen takia että kaikki muutki kuuntelee sitä että sei oo itseisarvo. Meille pitää olla tarjolla ihan laadukkaampiakin ohjelmia.

[...]

H: Että se ois ninku välttämättä se mitä mistä useimmat ihmiset ehkä pitää nii se ei oo välttämättä sitte niin laadukasta?

M52B: Joo tämän kuva mulle on syntynyt.

H: Mitä se laatu osaatko sanoa mitä sä sillä tarkoitat kun puhut laadusta?

M52B: Sillä tavalla että ohjelma on tehty laajalta asiapohjalta eli siihe on asiasta on otettu selevää, sitten jos - jos tuota raportoidaan niinkun tuolta kauempaa sota-alueelta sieltä niin - sillon pi.. sillon pitää olla tosi tarkkana että ei raportoida se mitä nähdään vaan myöskin otetaan niinkun taustoista selevää. Ja sitte et on asiantuntevia henkilöitä siinä mukana.

”Yleisradiolaatu” näytetäänkin ymmärrettävän pitkälle yhteneväisenä ”perinteisen journalistisen laadun” kanssa. ”Perinteisellä journalistisella laadulla” taas viitataan yleensä asiakaskeksyyteen ja eettisesti korkeatasoiseen, monipuolisesti ja perehtyneesti eri näkökulmia esittelevään kriittiseen tuotantoon - joka on siis usein myös suhteellisen kallista. ”Yleisradiolaadun” kriteerinä voidaan pitää myös esimerkiksi kulttuurista diversiteettiä ilmentävää ”monipuolisuutta”:

M19: Tär.. tärkeintä on pyrkiä säilyttämään se laatu siinä. Ja sit monipuolisuus.

H: Joo, joo. Mitä se monipuolisuus tarkoittaa?

M19: Ymm - no no se liittyy yhtee sen laadun kanssa että on hyviä ohjelmia mutta on monenlaisia monen eri alan, erityylyisiä.

Radio Ylen Ykkösen yhteydessä ”laatu” taas yhdistyy erityisellä tavalla ”legitiimiin makuun” ja ennen kaikkea klassiseen musiikkiin (ks. jakso 4.2.3).

5.2.2.2. ”Laatudiskurssi” ja koettu laatu

Tälle Yleisradiota arvostavien kuuntelijoiden omaksumalle ”laatudiskurssille” tunnusomaista näyttää olevan, että laatu-käsitettä ei liitetä ensisijaisesti omiin henkilökohtaisiin mieltymyksiin tai kuuntelutottumuksiin vaan tiettyihin arvoista johdettuihin (Yleisradion) sisällöllisiin ominaisuuksiin. Tässä kontekstissa ”laatudiskurssissa” ei siis itse asiassa ole varsinaisesti kysymys koetusta ja elämyksellisestä laadusta (vrt. Rosengren & Carlsson & Tågerud 1996, 12).

Monien ”yleisradiodiskurssin” omaksuneiden kuuntelijoiden omat kulutusmieltymykset näyttävät olevan samansuuntaisia kuin heidän arvostuksensa. Välttämättä näin ei kuitenkaan ole – muutamat haastateltavat kipuilevat selvästi ”laatudiskurssiin” implisiittisesti kytkeytyvän ”hömppäviihteen” ja ”laatuasian” vastakkainasettelun kanssa, kuten tämä enimmäkseen Radio Kajausta kuuntelevan miehen selitys osoittaa:

H: [...] No ootsä pannu merkille mitä kanavaa sä kuuntelet ooksä sitä – kiinnitäksä huomiota yleesä siihen vai onko sillä väliä?

M56: No sanotaanko se on saattanu olla toi paikallisradioki kyllä tossa päällä mutta – silloin ku - jos haluvaa vähä asiapitosempaa ohjelmaa nii silloin silloin mää käännän kyllä Yleisradion puolelle.

Radio Ylen Ykköstä luonnehtivat tässä aineistossa ”laatukanavaksi” sellaisetkin haastateltavat, jotka eivät itse kuuntele kanavaa; akateemisen perheen television katselua ja populaarikulttuuria harrastava tytär taas sanoutuu omasta median käytöstään puhuessaan eksplisiittisesti irti ”laadusta”:

N19B: Siis siis niinkun Novahan se on niin yksitoikkonen kanava ku olla ja voi. Siis sieltä tulee siis se pyörii täysin sen musiikin varassa ja siis niinkun ne ohjelmat on kohtuu niinkun - kämäsiä verrattuna niinkun tämmösiin esimerkiks siis - mä oon ihan vakuuttunu siitä että Yleltä tulis paljon laadukkaampia oh.. ohjelmia tämmösiä siis tämmösiä jotka on huolellisemmin tehty ja muutenki nää Novan jutut ne on vähän semmosia siis koska ne on oikeestaan niinku – ei ehkä niin vaativalle yleisölle suunnattuja - että siis mitä vanhempi ihminen se vaatii enemmän ni se tavallaan niinku sillee nii siis – mä en oikeestaan siis sillee – kyllä määki vaadin - vaadin laadussa jos mää siis hakisin sieltä sellasia niitä joitaki tiettyjä siis kyllä mä joskus aikasemmin - pari vuotta sitten silloin ku - ehkä vähän enemmänki silloin viis vuotta sitten kuuntelin enemmän

radiota silloin kun telkkari ei ollut vielä niin – semmoinen kuin silloin kun haki joitakin tiettyjä ohjelmia ni ei kyllä kuunnellut Novaa tai tällaista vastaavaa.

Tässä sitaatissa on erityisen mielenkiintoista se, miten *absolutistisen ”laatudiskurssin”* sisäistänyt haastateltava kuvaa omia kulutustottumuksiaan suhteessa kotona omaksuttuun laadukäsitykseen; hän ei vetoa omakohtaisesti koettuun *relativistiseen* laatuun vaan tyytyy määrittelemään omat valintansa ”ei-laaduksi” (vrt. Ang 1995, 92-96). Tämä näyttäisikin olevan tyypillistä käsillä olevan aineiston haastateltaville – mikäli (sisällöllisestä) laadusta ylipäättään puhutaan, se näytetään käsitettävän absolutistisesti. Vaihtoehtoisesti sitten ei puhuta ”laadusta” lainkaan.

Myös ikäperusteinen luokittelu kytkeytyy tässä sitaatissa ”laatudiskurssiin” – haastateltava olettaa, että ”mitä vanhempi ihminen se vaatii enemmän”. Toisessa yhteydessä hän kuvaa samaa ilmiötä makutottumusten muuttumisen kautta – populaarimusiikki ”kuuluu” nuorille ja klassinen musiikki vanhemmille¹⁰⁰:

N19B: Emmä - mitä nyt vanhemmistani voi päätellä ni he on ainakin sitä mieltä että – että tota – no se silloin nuoruudessa kun tuli kuunneltua sitä ja tätä ja tuota mutta sitten niinku se sen jälkeen ja mitä muita tunteita ni vaihtavat usein klassiseen tai johonki tällaiseen.

Ehkä hieman yllättävää on, että myös teknisestä (äänen)laadusta voidaan ”sanoutua irti”. Digitaalisesta teknologiasta keskusteltaessa muutamat sanovat kuitenkin äänen ”huonon” teknisen laadun olevan joskus osa kuuntelun viehätystä:

N47: [...] aika jännä muute kun sanoit tosta ni – että kun se äänen laatu paranee - ni mulla on toi vanha nuhisija tossa ja mä en yhtää niinku must on päinvastoin ja sitte kun aatellaan että onhan mullaki tuolla olemassa nyten LP-levyjä sitte on CD-levyjä ja tottakai niisson hirvee ero mut herra isä kun mä kuuntelen sitä elpparia se on vanha levy musta se kuuluu se krahina siihen sen niinkun sen levyn – se kuuluu siihen iha oikeesti.

5.3. TV-MAKSU JA YLEISRADION ASIAKKUUS

Yleisradion ”asiakkuus” yhdistetään usein itsestään selvästi lupamaksuperiaatteeseen. Tätä miellelyhtymää vahvistavat osaltaan Yleisradion vuosittaiset kvantitatiiviset seuranta tutkimukset, joiden mukaan neljä viidestä suomalaisesta tietää Yleisradion rahoituksen tulevan lupamaksuista - jotka siis tällä hetkellä tunnetaan tv-maksun nimellä. Tämän tutkimuksen laadullinen lähestymistapa avaa kuitenkin tv-maksun ja asiakkuuden suhteeseen näköaloja, joka kutsuvat pohtimaan tarkemmin julkisen palvelun yhtiön asiakassuhteen erityispiirteitä. Erityisesti huomiota kiinnittää se, että

¹⁰⁰ Tämä jaottelu lienee luonteenomaista korkeintaan hyvinkoulutetulle keskiluokalle.

monet haastateltavat näyttävät mieltävän Yleisradion ennen muuta valtiolliseksi toimijaksi.

5.3.1. Käsitykset Yleisradion radiokanavien rahoituksesta

Kainuun aineisto antaa Yleisradion seurantatutkimuksiin verrattuna kuvan yllättävän matalasta tiedon tasosta. Esimerkiksi vuoden 1999 tv-maksututkimuksen mukaan 79 prosenttia suomalaisista – suurin piirtein yhtä moni kuin aikaisempinakin vuosina – tietää tv-maksut yhdeksi Yleisradion rahoituslähteeksi (Kytömäki & Ruohomaa 1999, 38). Kuitenkin Kainuun 30¹⁰¹ vastaajasta suurin piirtein yhtä moni mainitsee valtion kuin tv-maksunkin kysyttäessä avoimella kysymyksellä Yleisradion radiokanavien rahoituksesta. Naisista vain muutama nimeää rahoituslähteeksi tv-maksun, eikä yksikään alle 25-vuotias (ks. myös Kytömäki & Ruohomaa 1999, 38) tiedä, että Yleisradion radiokanavien(kin) rahoitus tulee suurimmaksi osaksi tv-maksutuloista¹⁰².

Taulukko 4: Mielikuvat Yleisradion radiokanavien rahoituksesta

Rahoitusmuoto	Tv-maksu	Valtio	Mainokset	Ei tietoa
Naiset	3	7	1	6
Miehet	9	6	0	3

5.3.1.1. Veroluonteinen maksu television hallussapidosta

Verrattaessa kvantitatiivisen valtakunnallisen seurantatutkimuksen tuloksia Kainuun aineistoon törmätään ensinnäkin siihen, että seurantatutkimuksessa puhutaan Yleisradiosta kokonaisuutena – tässä työssä taas kysytään nimenomaan Yleisradion radiokanavien rahoitusta. Muutamissa haastatteluisa tuleekin täysin selväksi, että radion ja tv-maksun yhteyttä on vaikea hahmottaa:

H: Onks tuota - tiedäksä miten Yleisradion kanavat - rahotetaa?

M39: Hmm, sitä ei kyllä rahoteta ainakkaa millää radiolupamaksuilla enää. Kateta että – tämä on pikkase hämärän peitossa kyllä mulla että ei oo kyllä siitä tietoa.

H: Radiolupahan oli olemassa aikasemmi...

M39: Oli nii muist...

H: Mut sitä ei ole enää sehän on nykyään tällä teevee...

¹⁰¹ Kahden ”ylimääräisen” haastateltavan kanssa faktakysymyksiä ei käyty läpi, koska he olivat kuulleet kumppaninsa haastattelun.

¹⁰² Yleisradion tuloista 82 % tulee tv-maksuista, 14 % toimilupamaksuista ja 4 % muualta (YLEISESTI - ajankohtaista Yleisradiosta 4.12.2000)

M39: Katettaanko se sillä? Se oli mulla mielessä kävi mielessä että onko se nyt sen kautta.

H: Se on vaa yhdistetty tämä radiolupa yhdistettii telkkarilupaa mustavalkolupa yhdistettii väritelkkarilupaa ja nykyään on tää teeveemaksu jolla kaikki helahoito kuuluu.

M39: Siitä on ulukona kaikki sitte nämä kaupalliset kokonnaa mitä nää pari kaupallista toimii meillä?

H: Joo joo ne on sitten ihan mainosrahotuksen pohjalta toimii sitten.

Tässäkin esimerkissä¹⁰³ tulee epäsuorasti esille se yleinen ajattelutapa, jossa *tv-maksua ei yhdistetä niinkään Yleisradioon kuin televisioon sinänsä*. Niinpä muutamissa haastatteluissa koeluontoisesti esiin heitettyyn ajatukseen tv-maksun poistamisesta reagoidaan yleensä ryhtymällä pohtimaan, miten haastateltava tulisi toimeen ilman televisiota. Edes hetkeä aikaisemmin käyty keskustelu tv-maksuista Yleisradion keskeisenä rahoituslähteenä ei välttämättä hämää tätä vahvaa mielikuvaa, joka seuraavassa sitaatissa pulpahtaa uudelleen esille tv-maksun vastineesta puhuttaessa:

H: (...) Ootsä – kun maksat laskua ajatellu sitä sillä tavalla että saatko sä vastinetta rahalles?

M39: (...) Kyllä minä saan vastinetta sille.

H: Ajatteletko sinä kun sitä maksat..?

M39: Minä ajattelen... Suoravelotuksessa on siihe on tottunu kyllä jotta tuota mutta tuntuu kyllä siltä että en minä voisi kyllä elää ilman teeveetä ja – sanottaa että niin pelekästä lehtien varassa pääsee sitä muuallaki näkemää. Se on osana elämää. Tilanne on näe.

Tv-maksu onkin katselijoiden kannalta selvästi veroluonteinen maksu, jota maksetaan käyttökunnossa olevan televisiovastaanottimen hallussapidosta. Tässä mielessä tv-maksu on täysin rinnastettavissa esimerkiksi autoveroon, jota maksetaan kaikista rekisterissä olevista autoista ajetaanpa niillä sitten tai ei.

Kainuun aineistosta välittyvä kuva yllättävän vähäisestä tietämyksestä selittynee kuitenkin osittain myös kvantitatiivisen kyselytutkimuksen ja kvalitatiivisen tutkimusotteen välisistä eroista. Valmiit vastausvaihtoehdot saattavat aktivoida vastaajan ”esitietoisien” praktisen ymmärryksen puheena olevasta rakenteesta, kun taas avoimeen kysymykseen vastaaminen vaatii haastateltavalta aktiivista ja sisäistettyä ”diskursiivista tietoa”¹⁰⁴. Tämä tietoisuuden ”kerrostuneisuus” saattaa huomattavalta osalta selittää myös sitä tässä työssä esiin tullutta ilmiötä, että tieto sähköisen median perusrakenteista näyttäisi olevan sukupuolittunutta. Jäljelle jää kuitenkin tällöin kysymys – miksi?

5.3.1.2. Yleisradio ”valtion radiona”

¹⁰³ Samoin kuin mm. lukuisissa yleisönosastojen kirjoituksissa, joissa vaaditaan Neloskanavaa näkyviin myös Pohjois-Suomessa.

¹⁰⁴ Freud/Giddens/Heiskala 2.2.2001

Kuten taulukosta 4 ilmenee, Yleisradion radiokanavien rahoituksen ajatellaan usein tulevan kokonaan tai osittain ”valtiolta”. Jotkut mieltävät rahoituslähteiksi sekä valtion että lupamaksut – eli haastateltavat olettavat sinänsä paikkansapitävästi, että lupamaksurahoitus ei pelkästään riitä Yleisradion nykyisen toiminnan pyörittämiseen.

Kaupallisten kanavien maksamaa toimilupamaksua ei nimenomaan Yleisradion rahoituksesta puhuttaessa mainitse kukaan, vaikka pari haastateltavaa viittaakin myöhemmin digitalisoinnista ja julkisen palvelun tulevaisuudesta keskusteltaessa toimilupamaksuun. En myöskään itse ottanut haastatteluissa kovin usein toimilupamaksu-teemaa esille. Yleisradion rahoituksesta tietämättömille kerroin yleensä vain, että kahdeksankymmentä prosenttia Yleisradion rahoituksesta tulee lupamaksuista. Mikäli haastateltava kuitenkin vaikutti tässä vaiheessa enemmän kiinnostuneelta kuin kiusaantuneelta, mainitsin lisäksi myös toimilupamaksujen osuuden¹⁰⁵. Tämä maininta ei kuitenkaan kertaakaan herättänyt sen kummempaa keskustelua, vaikka toimilupamaksujen oikeutusta oli huhti-kesäkuussa 2000 jo useaan otteeseen puitu julkisuudessa.

Sen sijaan mielikuva valtiosta Yleisradion rahoituslähteenä on niin vahva, että jotkut haastateltavat kieltäytyvät uskomasta tietojani tässä asiassa. ”Valtion rahoitukseen” tai ”verovaroihin” saattaa myös liittyä mielikuvia siitä, että Yleisradio on välillisesti vastuussa kansalaisille:

H: No mites tuota sitten tiedätsä mistä Ylen kanavat rahotettaa mistä se käyttörahotus tulee?

M34: Valtion butjetti eikö se oo veronmaksajan jollain lailla – välillisesti jotakin kautta. (Kasetin kääntö, jonka aikana kerroin tv-maksun olevan YLEn keskeinen rahoituslähde.)

H: Paljo se maksaa toi teeveemaksu?

M34: Yheksänsaan pintaan vuosi. Mutta aatellaanpa sitten pitäs liikevaihto ja tämmönen koko toiminta nii ei se kyllä teeveemaksulla kyllä pyöri että kyllä se valtiolta tulloo.

Myös seuraavassa sitaatissa haastateltava ottaa hieman epäuskoisena myöhemmin erikseen esille kysymyksen valtion roolista Yleisradion rahoituksessa:

N47: Tämmönen tyhmä kysymys. Onko valtio mitenkää, rahottaako valtio?

H: Ei suoranaisesti siis budjetissa ei oo mitään.

N47: Ku se on jännä ku joku semmone on jääny nuoruvelta semmone ihmeellinen ajatusmaailma et se on tavallaa tää Suomen valtion oma kanava joka on niinku et se on – et nää muut on sitten kaupallisia mut on vissii muutenki niiku tapahtunu Yleisradiossa...

Toisinaan haastateltava taas saattaa esittää käsityksensä valtiosta Yleisradion toiminnan rahoittajana epäröimättä ja ”varmana tietona”:

¹⁰⁵ Toimilupamaksuihin liittyvä ”päivänpoliittinen” keskustelu oli selkeyden vuoksi rajattu pois haastatteluista, sillä halusin keskittyä ”asiakkaiden” ja Yleisradion suhteisiin.

H: No sä sitten – tota noin – mites toi rahoituspuoli – tiedäksä miten Yleisradion kanavat rahoitetaan?

N42: Sen mä tiedän et valtio rahottaa - budjetissaa ja on rakentanu nämä kaikki systeemit ja pitää yllä näitä ja - maksaa Yleisradion toimittajien palkat ja...

H: Tarkkaa ottaen se on niinku se menee ninku – se menee ninku sillätavalla että radio- ja teeveerahaston kautta - mutta lupamaksuistaha se kerätää...

N42: Kaikkiko tulee lupamaksuista? Eikö valtio sitte budjetoi ollenkaa? Eli kuuntelijat maksaa...

Joka tapauksessa siis monet haastateltavat näyttävät mieltävän Yleisradion viime kädessä valtiolliseksi toimijaksi. Kuuntelijan oman valtiokäsityksen mukaan Yleisradio näyttäytyy sitten joko auktoriteettina tai palveluorganisaationa, jonka julkinen rahoitus saattaa erityiseen vastuuseen kansalaisille. Tässä suhteessa ratkaisevaa ei välttämättä olekaan se, ollaanko tietoisia yhtiön rahoituksen yksityiskohdista eli ajatellaanko yhtiön rahoituksen hoituvan ”kansalaisten verovaroilla” vai ”asiakkaiden tv-maksuilla”.

Valtiokeskeisiä ja siltä osin selkeästi ”vanhaan radiokulttuuriin” pohjautuvia mielikuvia löytyy niin aineiston nuorimpien kuin vanhimpienkin haastateltavien puheesta. Yhtä poikkeusta lukuun ottamatta *kuuntelijat näyttävän yhdistävät Yleisradion ”valtiollisuuteen” myönteisiä ominaisuuksia.* Yksi nuori nainen viittaa kuitenkin orwellilaiseen *uhkakuvaan valtiosta, joka toimii kansalaisiaan vastaan:*

N19B: [...] ootko koskaan kattonu tota Babylon viitosta? Siinoli semmonen ajatus että niinkun – niinkun tuo - sen maan hallitus oli – siis siinoli erilainen avaruusasema ja maan hallitus ja sitten niitten välillä oli televisiokanava, ja sitten sitte siinä oli se televisiokanava ja sillä valtiolla oli monopoli siihen ja täysin tuota noin niin se sano niille että mitä sinne ulospäin pistetään – suoraan sanottuna – ja sitten siis - sinne meni vaa tiettyä semmoset et täällon vaa ilosta ja muuta vaik tääll oli vaikka siellä maassa oli sillon niinku ihan kauhee sekasorron tila ja muuta, niin ni siis - ei siis – sillätavalla se on tommosissa asioissahan se on tiesti huono asia koska siis jos jollaki on tosissaan täysi määrä - siis - joku oikeus niinku siis sillee nii onhan se demokratian vastanen sillä tavalla. Mutta siis - kyllä mä uskon että näitä – näitä kuitenkin niinku YLE-kanavia ja siis niitä ja Suomessaki nin tuota on – on niin tarkat lait ja muut täämmöset että niitä vahitaan niin tarkasti että ei semmosta pääse tapahtummaan.

5.3.2. Mielikuvat tv-maksun¹⁰⁶ markkamäärästä

Haastateltavien mielikuvat tv-maksun markkamäärästä vaihtelevat melko tavalla: Arviot liikkuvat ”kuudesta - seitsemästäsadasta” tuhanteen neljäänsataan markkaan vuodessa; yleisin arvio on kuitenkin ”tonnin tietämällä”. Joka tapauksessa lähes kaikilla on jonkinlainen käsitys maksun suuruudesta; vain yhdellä vielä vanhempiensa luona

¹⁰⁶ Haastatteluissa sekä haastattelija että haastateltavat käyttivät kuitenkin yleensä tuttua käsitettä ”teeveelupamaksu”.

asuvalla opiskelijapojalla ”ei ole harmaintakaan aavistusta” markkamäärästä. Puhuttaessa tv-maksusta on kuitenkin hyvä muistaa, että tässäkään asiassa sinänsä varsin yksiselitteinen ”totuus” ei ole mielikuvien tasolla kaikille sama - yhden ja saman summan eri talouksissa saamasta erilaisesta merkityksestä puhumattakaan.

Tv- maksu (heinäkuun 2000 alkuun saakka 882 mk/vuosi ja sen jälkeen 982 mk/vuosi) saatetaan hahmottaa siis omien maksuerien kautta täysiksi satasiksi pyöristettynä:

H: Eli siis muistaksä paljon teijän huushollissa maksetaan teeveelupamaksua?
M39: No se on noi yheksänsattaa.

Jotkut kuitenkin muistavat maksun hyvin konkreettisesti tiettyinä ”lappuna” ja tv-maksun summan jopa markan tarkkuudella:

H: Kun tota – muistaksä paljonko teeveemaksu on vuodessa?
N47: Kaks kertaa vuodessa maksan neljäneljäneljä ni ohan se kaheksankaheksankaheksan..?

Monet pyöristävät toisaalta summan mielessään tuhanteen markkaan. Joku taas suhteuttaa suoralta kädeltä tv-maksun hinnan vertailukohteisiin:

H: Paljos muuten telkkarilupamaksu sua köyhdyttää vuodessa? Tai teeveemaksu nykyää nimenomaan tällä hetkellä?
M52A: Se on tuota kutakuinki saman verran ku mitä Hesariki maksaa että - tai Kainuun Sanomat.

Näiden mielikuvien perusteella voidaan pohtia, millä tavalla maksajat itse asiassa kokevat tv-maksun korotukset. Tässä suhteessa mielenkiintoista on, että vain yksi haastateltava ottaa keväällä 2000 puheeksi julkisuudessa esillä olleen tiedon sadan markan tv-maksun korotuksesta heinäkuun 2000 alusta lähtien – ja hänkin mieltää korotuksen jo tapahtuneeksi. Yksi opiskelijatyttö taas tuo oma-aloitteisesti esiin arvionsa, että tv-maksu on liian kallis.

Toisin sanoen tämän aineiston Yleisradion ”asiakkaat” näyttävät ottavan lupamaksut pitkälti eräänlaisena itsestäänselvyytenä, johon liittyviä kysymyksiä ei laajasti pohdita. Tämä vahvistaa omalta osaltaan kuvaa ”asiakkaiden” melko jäsentymättömästä suhteesta Yleisradioon (vrt. Kytömäki & Ruohomaa 1999, 31).

Aineistosta löytyy kuitenkin yksi esimerkki, joka viittaa median mahdollisuuksiin nostaa teemoja ”yleiseen tietoisuuteen”: Muuan haastateltava (N20) oli lukenut Alma Median maakuntalehtien välissä ilmestyvästä tv- ja radioliitteestä (Treffi) jutun, jossa kyseltiin tv-maksun tarpeellisuuden perään. Haastateltava oletti jutun luettuaan tv-maksun

poistuvan aivan lähiaikoina; tämä tosin jätti hänet miettimään, miten ihmeellä ”television toiminta” sitten tulevaisuudessa rahoitettaisiin.

5.3.3. Suhtautuminen tv-maksuun

Tv-maksu voidaan siis mieltää joko Yleisradion toiminnan rahoitusmuodoksi tai veroluontoiseksi maksuksi ”televisiosta ylipäätään”. Edellisessä tapauksessa voidaan olettaa, että maksaja kokee maksun myötä syntyvän myös jonkinlaisen asiakassuhteen Yleisradioon. Mikäli tv-maksu kuitenkin koetaan pikemminkin autoveron kaltaiseksi ”televisionveroksi”, maksaja ei välttämättä pohdi maksun vastikkeellisuutta. Vastiketta voidaan toisaalta vaatia ylipäätään kaikilta televisiokanavilta – tältä pohjalta nousevaa keskustelua onkin Pohjois-Suomen sanomalehtien Lukijan kommentti-palstoilla käyty vilkkaasti Neloskanavan ja sittemmin myös MTV:n yhteydessä (liite 6).

5.3.3.1. Tv-maksu kansalaisvelvollisuutena

Monet kainuulaiset haastateltavat näyttävät pitävän tv-maksun maksamista lähinnä kansalaisvelvollisuutena, jonka suorittamisessa punnitaan kansalaisen henkilökohtaista moraalia ja ehkä jossain määrin myös ”kansalaisyhteisyyttä” eli maksukykyä: *Puntarissa on siis nimenomaan maksaja itse, eivätkä niinkään Yleisradion palvelut*. Suhtautuminen lupamaksuun näyttää tässä aineistossa mukailevan YLE:n seuranta tutkimuksen (Kytömäki & Ruohomaa 1999, 39) suuntaviivoja sikäli, että erityisesti taloudellisesti hyvin toimeentulevat suhtautuvat maksuun suvaitsevaisesti:

M39: En minä ajattele sitä sillälailla koska oon työelämässä oleva ja olen pystynyt hoitamaan kyseisen maksun ei oo ollut minulle stressaava tekijä.

Useat haastateltavat sanovatkin hoitavansa tv-maksun enempiä ajattelematta siinä kun muutkin veroluonteiset maksut. Maksun vastikkeellisuutta ei välttämättä ole mietitty – mistä saatetaan päätellä asiaa erikseen kysyttäessä, että vastiketta on saatu riittävästi:

M64: En minä sillä tavalla kato ninku tuo vastauski jo osotti että tuota - se on se on yksi niistä maksuista ja me nyt aikonaan pantiin vaimon - kontolle tämä maksu - kun on jaettu näitä talousmaksuja - että tuota - en oo tarvinnu tulla siihen tilanteeseen että mä vertaisin että - että tuota saanko mää - toisin sanoen minä saan jos toisin olis nin silloha minä natisisin aivan varmasti aivan varmasti saan koska ohan se ohan se tuon - suurunen maksu kun vuojen ajalta kahtoo elokuvia nii tulee Ohukainen ja Paksukainen ja sitten saahaan Kivisiä ja Sorasia kattoo ja kuunnella sitte (naurua)...

Erityisesti työttömät ja nuoret eli todennäköisesti suhteellisen heikossa taloudellisessa asemassa olevat saattavat sen sijaan kertoa miettineensä, saavatko rahalleen vastinetta:

M35B: No kyllä välillä tuntuu siltä että ei tuu vastinetta ja välillä tuntuu siltä että tulee.

H: Kuitenki oot sitte miettiny sitä asiaa ku oot sitä laskua (naurahdus) jonnekki kiikuttanu?

M35B: Joo kyllä sitä tuota niin nii kyllä sitä niinkun - aina välillä tulee mietittyä sitä että tuleeko joitaki määrättyjä ohjelmia tulee semmosia joita ei oo ikinä kattonu nii tulee sellanen olo että turhaan maksaa sitä tai tulee jotaki – nyt niinku hirveesti menny tohon suomalaisia sarjoja ei loppujen lopuks tuu enää ne ostetaa ulkomailta ni se vähän on semmonen että...

Seuraavan sitaatin työttömälle yksinhuoltajallekin tv-maksun maksamisessa on yhtä kaikki kysymys enemmän kunniallisuudesta kuin vastikkeellisuudesta:

H: [...] Kun tota – muistaksä paljonko teeveemaksu on vuodessa?

N47: Kaks kertaa vuodessa maksan neljän neljänä ni ohan se kaheksankaheksankaheksan..? (kasetin kääntö)

H: Ni ku sä tiedät sen hinnan ootko sä miettiny ku sä maksat sitä tv-maksua että tota niin että onko se niinkun että saatko sä sille rahalle vastinetta minkä sä maksat?

N47: No kyllä mä saan mut kyllähä se aina harmittaa ku se nousee ku se on vähistä rahoista taas pois mut sitte kun mä taas saan sen maksettu sit mä aina huokasen et taas saa puol vuotta ja se että tuota kumminki musta se on semmonen asia et jos mä en pystyis maksamaa ni minusta ei ois siihe salakatseluu et se ois iha kauhee painajaine jos se ei ois maksettu et se on iha hirveen tärke et se on kauheen tärke muuttaessaki et sen menee vaihtamaa ja osotteet – et ne on tärkeet.

Jotkut kuuntelijat tuovat kuitenkin esille ajatuksen, että opiskeluaikana tai nuorille ylipäätään tv-maksun maksamatta jättäminen on ”moraalisesti hyväksyttävää” - puntarissa on siis jälleen yksilön moraalii. Seuraava pitkäkö sitaatti sisältää myös muita tässä aineistossa yleisiä ajatustapoja – niinpä haastateltava mieltää tv-maksun ”maksuksi televisiosta”, *vaikka tietäinkin* Yleisradion rahoituksen tulevan tv-maksuista:

H: Niin tuota – ootko sä miettiny kun maksat tv-lupaa että tuota - saatko sä vastinetta sille - rahalle mitä sä..? Sille – sille maksulle?

N31: Ehkäpä sitä – (epäselvää) aika...

H: Ni ootsä miettiny?

N31: Mä en oo oikeestaan miettiny – mä muistan sillo ku mä opiskelin sillonha ei ollu - ensinnäkää mulla ei ollu televisiota moneen vuotee ja sitte ku mul oli televisio – ni mä ei kuitenkaa opiskeluaikanaha se on moraalisesti hyväksyttävää ettei maksa televisiolupaa ja – ja sit ku mä menin töihin ja ensi hankin televisioluvan ni must se oli moraalinen kysymys... (Haastattelu keskeytyy, kun tarjoilija tulee hakemaan astiat).

H: Nii että se tuntu paljolta niinkö?

N31: Juu kyllä mä muistan – kyllä se tuntu aika paljolta ja tiesti ku sitä aina mielti sillon sen opiskelijabudjetin kannalta et onhan se valtava iso raha, mut mä en oo niinku miettiny enää sitä ku tiesti mä oon jo monia vuosia maksanu televisiolupaa ni - mä en oo miettiny sitä tältä kannalta et saanko mä sitä vaan mä oon miettiny sitä moraaliselta kannalta et se kuuluu maksaa.

H: Aivan.

N31: Et ku kun mulla kerran on televisio ni mä en oo miettiny sitä et saanko mä rahalleni vastinetta kyllä mä mielestäni saan ko sit tulee niin paljon ni kyllä mä saan ja mul näkyy kaapeli kans et mä voisin kattoo niitä kaapeliverkkoja.

Kahdessa parikymppisen nuoren naisen haastattelussa tv-maksun maksaminen yhdistetään toisaalta selkeästi ulkoiseen pakkoon eli valvonnan lisääntymiseen, kasvaneeseen kiinni jäämisen riskiin ja sanktioiden pelkoon:

N19A: Enno ite maksanu äiti on maksanu - mä oon sanonu et mä en rupee maksaan ni isä sano et sää maksat (nauraen) äiti et hää maksaa sen...

H: Okei okei okei. Mä kysyn aina vaan että ootsä ku sä oot maksanu sitä maksua ni ootsä niinku miettiny että saatsä sille – mistä sä maksat sitä et saatsä vastinetta sille?

N19A: No tottakai nykyään mun kaverit ko on tehostettu tuo – pari kaveria on saanu jo mätkyt ja nytten mitä mä oon jutellu kavereitten kans ni aika moni kavereista on ruvennu maksamaa et vaik on nuoria ni maksaneet sen että ei oo monikaa ennää semmonen että eivät maksas.

H: Joo, joo...

N19A: Että oikeestaa kaikki on mitä mä tiijän et ovat maksanu mutta enne eivät maksaneet että ku vuos sitten kysyyn ni ei olla me maksettu mutta nytten ni joka - tänä vuonna mitä oon kysyyn ni kaikki on ruvennut maksamaan sen että se on ikävämpi saaha niitä mätkyjä sitten.

5.3.3.2. Lehdet ja videot vertailukohtena

Tv-maksulle saatavan vastikkeen riittävyttä haastateltavat suhteuttavat mm. lehtien tilausmaksuihin ja videoiden vuokraukseen: Tällöin päädytään poikkeuksetta arvelemaan, että tv-maksu on hintansa väärsti. Jälleen kerran on kuitenkin syytä huomata, että (MTV3:n sarjoja suosiva) haastateltava ei avoimeen kysymykseen vastatessaan¹⁰⁷ viittaa ”vastikkeella” vain Yleisradion palveluihin vaan *kaikkeen television tarjontaan*. Toisaalta tv-maksulle saatavan vastikkeen riittävyttä suhteutetaan *omaan television katseluun*:

N19B: Mä oon sitä mieltä että lupamaksu on hyvä juttu koska siis - se että tota niinku jotenki siis ku koska telkkarin kattominen tuntuu ilmaselta suoraan sanottuna, siihen verrattuna että käyn vuokraamassa videon. Niinkö jos ajattelee. Tai käy elokuvissa. Siihe ei tarvi niinku maksaa niinku sitä välillistä rahaa vaikka siis se siis mutta ei se siis – vuodessa kuitenkin tonni suurinpiirteinkö se oli ni ei se siis minusta se ei o niin paljo ollenkaan, siis se että jos ajattelee että jostain puhelinelästä joutuu maksamaan niinku niinku jos puhuu tosi paljon - niin joutuu maksamaa sen tonnin kuukauudessa. Ja siis se että – että siis - eikä se - sen television käyttäminen on kuitenkin niinkö esimerkiks mun elämässä niinkö siis suurta että se ei niinku siis yhen tunnin kattominen nii se tulee niin tuhannesosa pennin hintaseks että siis se ei niinku sinänsä tunnu ollenkaa pahalta mun mielestä.

Mielestään tv-maksulle liian vähän vastinetta saavat haastateltavat saattavat perustella näkemystään sillä, että *uusintoja* on liikaa. Toisaalta hinta voi tuntua liian kalliilta suhteessa omaan television käyttöön:

H: [...] eli se on sun mielest liikaa sitä sä oot miettiny?

N24: Oon, on.

H: Koit maksaessasi että se on..?

N24: Joo ja koen kattoessani televisiota että kyllä mä oon maksanu liikaa, just kun näitä uusintoja tulee nii sitte just kolahtaa.

H: Joo, joo. No mikä ois sun mielest semmone sopiva - hinta?

N24: Ymm... no ehkä viissataa – vuolessa.

H: Joo, joo.

N24: Tavallaa se voi olla vähän mutta - kuitenkin siihe nähen mitä kattoo televisiosta.

¹⁰⁷ Yleisradion seurantatutkimuksessa sen sijaan kysytään, miten hyvin haastateltava saa Yleisradion radio- ja tv-ohjelmista vastinetta lupamaksulleen (Yleisökertomus 1999, 38-39).

Myös pari muuta haastateltavaa yhdistää tv-maksun tavalla tai toisella erityisesti kotimaiseen tuotantoon. Molemmat näyttävät olevan sitä mieltä, että ulkomaisen ohjelmiston lisääntyminen voisi olla peruste tv-maksun alentamiselle:

H: Nii sä et oo sitten miettiny sitä että et oo sillee ajatellu että saatsä sille rahalle vastinetta? Siitä mitä sä - maksat? Ootsä ajatellu sitä sillä tavalla?

N58: Oon, oon aatellu sillä lailla että tuota niin - et mun mielestäni se maksu siihen verrattuna mitä mä tällä hetkellä minä televisiosta saan ni minusta se on puolet liikaa. Koska ne sarjat mitä minä seuraan säännöllisesti – ne on kaikki ulkolaisia. Ja mä kuvittelisin että ulukolainen sarja ostaa Suomeen on halavempi ku tehä suomalaisine sarja. En tiedä kyllä mutta sen on ihan vain ...

Yleisradion seurantatutkimusten mukaan suhtautuminen tv-maksuun ei määräydy sen mukaan, miten tyytyväisiä ollaan ohjelmistoon. Vähintään melko hyvin vastinetta tv-maksulle (YLEn radio- ja tv-ohjelmista) koki vuonna 1999 saavansa 68 prosenttia suomalaisista, mutta silti yli puolet olisi ollut valmis poistamaan ainakin osittain tv-maksun (Kytömäki & Ruohomaa 1999, 39). Tätä oudolta vaikuttavaa yhtälöä voisi osaltaan selittää sillä, että vastaajat eivät viime kädessä kuitenkaan ole sisäistäneet yhteyttä Yleisradion palvelujen ja tv-maksun välillä. Kuten seuraavasta sitaatista käy ilmi, tv-maksun kohtuullisuutta voidaan arvioida myös yksinkertaisesti suhteessa omaan talouteen:

N29A: Joku neljäsattaa ois hyvä määrä.

H: Niinkö? Miks just - miks ois se ois hyvä se neljäsataa?

N29A: No se ois semmone että se ei ois niinku tuskallinen (naurua).

H: Mist sä oisit valmis luopumaa jos tota niinkun vähennettäis tota - jos aattelee että jos jos siinä olis semmone suhde että vähennettäis lupamaksua ja jostaki pitäs luopua?

N29A: (Naurua) No eihän mistää tarvis luopua jos vähennettäis vaa sitä maksua. Nii. En tiijä - siihen en kyllä ossaa vastata (naurua).

H: Oisiksä valmis luopumaan Ylen Ykkösestä esimerkiksi?

N29A: No - niin no henkilökohtasesti kyllä, mutta – en - emmä niinku haluais kuitenkin mä niinku haluaisin koska sitähan varmaa kuuntelee aikapaljo - luulisin ainaki että - emmä niinku sillä tavalla...

Tässä törmätään siis jälleen siihen perushavaintoon, että ”kuluttajakansalaisen” valinnanvapautta ei haluta supistaa (ks. jakso 4.1.). Toisaalta sitaatti kertoo omalta osaltaan varsin selväsanaisesti siitä, että tv-maksun maksaja ei todellakaan välttämättä hahmota maksun yhteyttä Yleisradion palvelujen rahoitukseen.

5.3.3.3. Tv-maksu Yleisradion palvelujen hintana

Eräs käsillä olevan aineiston yllätyksistä on ollut se, miten harvat haastateltavat itse asiassa spontaanisti suhteuttavat tv-maksun Yleisradion palveluihin. Vain aivan muutama mieshenkilö näyttää hahmottavan tv-maksun ensisijaisesti Yleisradion

palveluista maksettavaksi hinnaksi – joka tämän nuorehkon miehen mielestä on siis liian korkea suhteessa siihen, että hän itse käyttää vähän Yleisradion palveluja.

H: Mikä on sopiva summa ootsä miettiny paljo sä oisit niinku valmis maksamaan?

M31: No mitä mitä enemmän tuloo näitä mainoksilla eläviä teeveetä nii sitä vähemmän mä oisin valmis maksamaan. Et jos mä en Yle – Yleisradiota kuuntele – jos mä katon enemmän Kolmosta Nelosta mistä mä maksan?

H: Aivan – nii. Että siinä mielessä - tällä hetkellä..?

M31: Tällä hetkellä oikeestaan mä en Ylen kanavilta teeveekanavilta kahto – ainut on ehkä se joskus tuli (epäselvää) se oli semmonen sarja jota minä jopa nauhalleki laitoin jonneki muuvalle lähössä niin – se on semmonen ainut mitä minä seuraan.

H: Ja sitte radiopuolellaki ei oikeestaan?

M31: Harvemmin kyllä että niin – että ku rupeaa miettimään että mitä niillä rahoilla tehään ja - että - vaikee sanoo.

Seuraavan sitaatin haastateltava taas kuuluu Yleisradion ”kannattajien” ydinjoukkoon:

Hän sekä käyttää paljon YLEn palveluja että on hyvin tietoinen sähköisen viestinnän rakenteista ja esimerkiksi Yleisradion rahoituksesta. Hän myös mieltää tv-maksun yksiselitteisesti maksuksi arvostamastaan julkisen palvelun yhtiön tarjonnasta:

H: Ootko miettiny ku sä maksat sitä että että saatsä vastinetta sille rahalle?

M35A: Kyllä minä oon sitä mieltä että kyllä sillä saa.

H: Että oot miettinykki ku oot maksanu et oot miettiny sitä sillä lailla?

M35A: Nii kyllä se on näitten nimenomaa näitten Yleisradion rahottaja ja on ne sillälailla...

Vastinetta vaativan ja ehdollisesti tv-maksun hyväksyvän *asiakkaan* rooliin asettuu oma-aloitteisesti vain yksi haastateltava. Hän ilmoittaa olevansa valmis vaikka maksamaan erillistä radiolupamaksua Radio Ylen Ykkösestä, ”mutta en tiedä sitten muista”.

M52A: No minä näkisin kyllä sen että parasta Yleisradiota mitä Yleisradio kun nyt tällä hetkellä on että siellä toteutuu tämmönen – tai ainakin se niinkun sillä tavalla näyttäytyy et vielä toteutuu tämmönen tämmönen hyvä radionomainen toimitus. Et minä arvostan sitä kyllä ja jos ajattelisin vaikka että pitäis niinkun ruveta maksaa uudelleen radiolupaa nii siitä mä voisin maksaa mutta en tiedä sitten muista.

Tämä haastateltava arvelee tv-maksun olevan paras julkisen palvelun rahoitusmuoto nimenomaan sen vuoksi, että tv-maksukäytäntö saattaa mahdollisesti ”tehdä Yleisradion johdosta nöyrempiä”:

M52A: [...] vaikka joka kerta tietysti ninkun ninkun tuntuu että se niin syvältä perstaskuu raapasee - teeveeluvan tai eihä se ennää teeveelupa ole vaan mikäs riivatun maksu se nyt onkaan mutta yhtä kipeesti se käy sen tota niinkun maksaminen mutta että tiettyä valmiutta siihen kuitenkin on olemassa. Mutta se antaa myös minun mielestä mahdollisuuden niinku vaatia sille rahalle vastinetta eli toisin sanoen niinkun sanoa millon minun mielestäni – joku asia ei o kohdallaan. [...] Ja tekeekö sitten - en tiedä en osaa sanoa - että tekeekö tämä systeemi sitten Yleisradion johdosta nöyrempiä ikään kuin kuulemaan myös että mitä – mitä ihmiset sanovat.

Muuan keski-ikäinen nainen taas ”löysi” haastattelun aikana ”Yleisradion asiakkaan näkökulman” kuultuaan, että Yleisradion toiminta rahoitetaan tv-maksuilla eikä valtion

budjetista kuten hän oli luullut. Vähemmistökielillä tarjottavan palvelun hän on YLEn asiakkaana valmis rahoittamaan, mutta Kainuun Radion yleisökontaktiohjelmaa ei:

N42: Ei. Siitä mä en ota näppyjä mut siitä mä otan näppyjä et joudun kuuntelee jonku – jonku tietyn saman ihmisen – mistä tänään keskustellaa (parodioiden) – ni jos mä oon maksanu siitä ni kiitos ei (naurua).

Monetkaan haastateltavat eivät näytä yhdistävän tv-maksuja koskevia ”henkilökohtaisia mielipiteitään” millään tavoin periaatteelliseen keskusteluun julkisen palvelun Yleisradion tulevaisuudesta (ks. jakso 6) . Vain pari haastateltavaa ottaa teeman uudelleen esille pohtiessaan julkisen palvelun järjestämisen vaihtoehtoja:

N58: Mite kaupal.. kaupalliset yhtiöt niinkun (epäselvää) rahottasi mainostuloilla? Vaikuttasko se sitten tuota niin hintaan?

H: Nii et se lupamaksu..?

N58: Nii sen lupamaksun hintaan?

H: Kyllähä se varmaa sitte jotenki...

N58: Siinä on vaan sitten se että kaupallisella puolel mennee niin sehän silloin niin mitä se edustaa se kaupallinen sinneppäin – et se ei tule niinkun – et se ei välttämättä oo niinkun virallinen. Sehän niinkun sanotaan tutkimuksesta että tutkimuksessaki puhuu todella sen tietää kuka sen on tehny. Niin siinä kävis vähän samallailla.

H: Että sä et sitä oikein..?

N58: No minusta se ei oo välttämätön sikäli koska tuota siinä on hyvin helposti se kävis nii mut jos se pystyttäs takaamaan että näin ei käy ni jos se alentas maksujen hintaa nii silloin se ois hyvä, silloin se ois hyvä.

5.4. YLEISRADION ASIAKKUUDEN ULOTTUVUUKSISTA

Jotkut tutkijat (kuten Tracey 1998, 272-276) näkevät ”asiakkuuden” käsitteen ilmaantumisen julkisen palvelun yleisradioyhtiöiden (ja myös muiden yhteiskunnallisten palvelujen tuottajien) retoriikkaan merkkinä julkisen palvelun ideologian arvopohjan murtumisesta. Yleisöjen puhuttelu ”asiakkaiksi” onkin eittämättä osa sitä kulttuurista murrosta, jossa julkisen palvelun yhtiöiden haasteena on niiden ”kaksoisrooli” toisaalta yhä enemmän mediayrityksinä ja toisaalta edelleen julkisen palvelun tuottajina (vrt. Kemppainen 2000, 109-110).

”Asiakkuus” (tässä ymmärrettynä aktiivisesti omia tarpeitaan tyydyttävän asiakkaan ja vastuullisen sekä toimintansa eettiseen palveluperiaatteeseen perustavan palvelun tuottajan eli YLEn valtion kontrolloimaksi suhteeksi) voidaan siis nähdä ”kuluttajakansalaisuuden” konkretisoitumana, ihanteena ja ideaalimallina (ks. jakso 1.2.2.2). Periaatteessa voitaisiin siis ajatella, että tämä malli sopisi erityisen hyvin kuvaamaan julkisen palvelun Yleisradion ja kuuntelijoiden/katsojien suhteita.

Tässä työssä tarkastellaan ”asiakkuutta” kuitenkin nimenomaan kuuntelijan – siis potentiaalisen ”asiakkaan” – arkielämän näkökulmasta, jolloin käsitteen mielekkyys voidaan monien kuuntelijoiden Yleisradio-suhteiden kohdalla asettaa kyseenalaiseksi.

5.4.1. Tieto, mielikuvat ja mielipiteet

Voidaan ajatella, että julkisen palvelun yleisradioyhtiölle asiakkuus on moniulotteisempi kysymys kuin kaupalliselle yritykselle. Toisaalta voidaan sanoa, että ”asiakkuuden” vaaliminen on vielä huomattavasti tärkeämpää julkisrahoitteiselle yleisradioyhtiölle kuin taloudellista voittoa tavoittelevalle yhtiölle: Yleisradioyhtiön kannalta ratkaisevaa ei ole vain se, meneekö tuote kaupaksi. Olennaista on myös toiminnan legitimitetti (Hujanen & Jauert 1998, 120-121) , joka rakentuu pitkälti yhtiöön liittyvien mielikuvien varaan.

Niinpä erityisesti Yleisradion ja muiden julkisten instituutioiden asiakkuutta pohdittaessa täytyy kiinnittää huomiota tietoisuuden, mielikuvien ja mielipiteiden keskinäiseen suhteeseen. Justin Lewis (emt., 14.5.2000) on itse asiassa esittänytkin, että *mielipiteitä ei (yleensä) voida viime kädessä erottaa tiedosta*. Keskusteltaessa Yleisradion olemassaolon merkityksestä yhtiötä koskevaa perustietoa (tietoa yhtiön palveluista ja rahoituksesta) ei tämän näkemyksen mukaan siis voitaisi erottaa yhtiötä koskevista mielipiteistä. Tuntuukin hyvin loogiselta ajatella, että ainoastaan Radio Ylen Ykkösen Yleisradion kanavaksi tunnistavan haastateltavan mielikuva yhtiöstä on toisenlainen kuin YLE:n koko kanavarepertuaarin tuntevan haastateltavan mielikuva.

Yleisradion kannalta ei oletettavasti olekaan yhdentekevää, tietävätkö Radiomafian kuuntelijat kuuntelevansa Yleisradion kanavaa tai tunnistavatko Kainuun Radion kuuntelijat suosikkikanavansa osaksi YLE-konsernia¹⁰⁸. Käsillä olevassa aineistossa herättää näin ollen huomiota se, että puhuessaan Yleisradiosta kuuntelijat eivät viittaa mihinkään yksiselitteiseen ”asiaan” vaan *tiedot ja mielikuvat Yleisradiosta ovat varsin kirjavia*: Jo tässä suhteessa voidaan siis kysyä, missä määrin kuuntelijoiden suhdetta Yleisradioon voidaan luonnehtia aktiiviseksi ”asiakkuudeksi”.

5.4.2. Yleisradion asiakkuuden rajankäyntiä

¹⁰⁸ Vaikka ei toisaalta ole itsestään selvää sekään, onko esimerkiksi ”paikallisiksi” miellettyjen maakuntaradioiden imagon kannalta edullista ”leimautua” yleisradiolaisiksi toimijoiksi.

Asiakkuuden käsite näyttäisi siis periaatteessa luontuvan hyvin kuvaamaan julkisen palvelun Yleisradion ja sen palvelujen käyttäjien suhdetta, silloin kun asiakkuus ymmärretään ennen kaikkea valtion välillisesti valvoman ja säätelemän tuottajan ja kuluttajan luottamukselliseksi suhteeksi. Aktiivinen asiakas pyrkii tällöin oman elämänsä hallintaan hankkimalla palveluja professionaaliseen etiikkaan sitoutuneelta ammattilaiselta (Eide & Knight 1999, 538-542; Ruohomaa 1993, 60). ”Asiakkuuden” näkökulma näyttäisi tällöin liittyvän nimenomaan Yleisradion toimintatapojen arviointiin eli esimerkiksi yhtiön luotettavuuden puntarointiin ja siihen, katsotaanko yhtiön tarjoavan lupamaksuun nähden kohtuullista palvelua.

Tässä yhteydessä näyttää kuitenkin *käytännössä* varsin ongelmalliselta se, että palvelujen tuottajaa ei välttämättä tunnisteta eivätkä Yleisradion palvelujen käyttäjät aina koe olevansa yhtiön asiakkaita (ks. jakso 5.1.1.). Kun myöskään tv-maksun maksajat eivät odota vastinetta rahoilleen niinkään Yleisradiolta kuin ”televisiolta yleensä” (ks. jakso 5.3.3.), koko Yleisradion asiakkuus-konsepti alkaa näyttää kyseenalaiselta. Voidaanko ylipäätään puhua asiakkuudesta silloin, kun asiakas ei tiedä mitä ”ostaa” ja millä hinnalla?

Julkisen palvelun yhtiön erityisproblematiikka liittyy asiakkuuden ja palvelujen käytön suhteeseen. Ketkä kaikki lopulta ovatkaan Yleisradion asiakkaita – tai voiko julkisen palvelun yleisradioyhtiöllä olla useamman ”tason” asiakkaita? Asia on erittäin ajankohtainen nyt, kun Suomessakin keskustellaan digitaalisen television yhteydessä mahdollisista maksullisista palveluista. Yleisradion asiakkaita voisivat tällöin tulevaisuudessa olla toisaalta palveluistaan välittömästi maksavat käyttäjät, toisaalta kaikki palvelujen käyttäjät ja kuitenkin toisaalta myös kaikki potentiaaliset palvelujen käyttäjät eli kaikki kansalaiset. Tässä suhteessa myös digitaalisen teknologian promovointi saattaa herättää kysymyksiä ja epäilyksiä, kuten luvusta 7 jatkossa käy ilmi.

Ylipäätään asiakkuuden ideaaliin sisältyvä oletus ”asiakkaan” (tiedollisesta) aktiivisuudesta ja tietoisesta valinnasta näyttää kansallisen yhteisyyden vaalimiseen velvoitetun julkisen palvelun Yleisradion suhteen ongelmalliselta.

5.5. LYHYESTI YLEISRADION ASIAKKUUDESTA

Tämän aineiston kuuntelijoiden suhteissa Yleisradio-nimiseen yhtiöön ”asiakkuuden aspekti” näyttää jäävän melko ohueksi lähinnä kahdesta syystä: 1) Joillakin kuuntelijoilla on melko epämääräinen käsitys siitä, mikä Yleisradio Oy on. 2) Toisaalta Yleisradio Oy saatetaan mieltää vahvasti valtiolliseksi toimijaksi, jolloin yhtiön ”itsenäinen toimijuus” jää ikään kuin taustalle ja Yleisradio-suhde jäsentyy osaksi valtion ja kansalaisen suhdetta. ”Valtiollinen leima” näyttäisi kuitenkin monien kuuntelijoiden mielestä takaavan Yleisradio Oy:n luotettavuuden.

YLEn kanavan valinnut kuluttaja ei siis välttämättä tunnista kuuntelemaansa kanavaa Yleisradio Oy:n kanavaksi. Esimerkiksi Radiomafian kuuntelijat saattavat mieltää oman kanavansa niin erilaiseksi kuin mielikuvia hallitseva Radio Suomi, että sitä ei tunnisteta saman tuottajan tuotteeksi. Yleisradion alueradio taas saatetaan hahmottaa enemmän ”paikalliseksi radioksi” kuin osaksi Yleisradio Oy:n organisaatiota.

Kaikki kuluttajat eivät näytäkään olevan *aktiivisesti* kiinnostuneita siitä, kuka ja miten jonkun palvelun tuottaa. Tässä aineistossa erityisesti monien naisten tietoisuus sähköisen median tuotannon rakenteista ja radiokanavien taustoista näyttää olevan pikemminkin *passiivista*. ”Esitietoinen” ymmärrys saattaa kuitenkin keskustelun kuluessa aktivoitua.

Yleisradion ja kaupallisten kanavien olennaisin ero näyttää kuuntelijoiden mielestä olevan *mainosten puuttuminen Yleisradio Oy:n kanavilta*. Mikäli muita sisällöllisiä eroja ylipäätään koetaan olevan, *eri toimijoihin kohdistuvat odotukset näyttävät hyvin perinteisiltä*: Yleisradion radiokanavien odotetaan olevan ei-kaupallisia, asiallisia, luotettavia ja yhteiskunnallisesti vastuullisia. Jotkut kuuntelijat tähdentävät erityisesti *Yleisradion ja kaupallisten kanavien työnjakoa, joka koetaan sekä kuluttajan että yhteiskunnan kannalta hyödylliseksi*. Osa klassisen yleisradiokulttuurin arvoista kiinni pitävistä vanhemmista kuuntelijoista kokee kuitenkin, että Yleisradio Oy on muuttunut liikaa ”muiden” eli kaupallisten kanavien kaltaiseksi.

Monet käsillä olevan aineiston kuuntelijat näyttävätkin mieltävän Yleisradio Oy:n edelleen ennen kaikkea *valtiolliseksi organisaatioksi*, jota he tarkastelevat kansalaisen näkökulmasta. Monet esimerkiksi arvelevat, että valtio rahoittaa Yleisradion radiokanavien toiminnan – ja vaikka yhdeksi rahoituslähteeksi tiedettäisiinkin tv-maksut, valtion uskotaan ehkä tukevan toimintaa budjettivaroilla. Toisaalta haastateltavat kokevat tv-maksun lähinnä *veroluonteiseksi maksuksi, joka yhdistetään*

enemmän televisioon yleensä kuin Yleisradio Oy:n palveluihin.. Tässä aineistossa vain muutamat haastateltavat näyttävät kokevan tv-maksun kuluttajan ja Yleisradio Oy:n välisen asiakassuhteen osoitukseksi.

Haastateltavien Yleisradio Oy:hyn liittyvät mielikuvat voidaan jakaa kolmeen eri ryppäeseen: a) perinteeseen, b) suureen valtakunnalliseen organisaatioon ja c) julkisen palvelun ideaan liittyviin mielikuviin. Tässä aineistossa myönteisesti värityneet mielikuvat ovat vallitsevia. Kielteiset mielikuvat syntyvät kuitenkin samoista peruselementeistä: Perinteisyys voidaan kokea vanhanaikaisuutena, laaja organisaatio byrokraattisena ja vastuullisuus ikävystyttävänä.

”Yleisradiolaatua” taas lähestytään tässä työssä kartoittamalla kuuntelijoiden spontaanissa puheessa esiintyviä laatu-käsitteitä. Tämä kartoitus piirtää kuvan *kiinteästi perinteiseen yleisradiokulttuuriin sitoutuneesta ”laatudiskurssista”*, jota tässä aineistossa käyttävät vanhempien kuuntelijoiden ohella akateemisesti suuntautuneet nuoret. ”Laadusta” puhuttaessa ei kuvata niinkään omaa kokemusta kuin omaksuttua arvomaailmaa; useimmat tämän aineiston haastateltavat eivät näin ollen käytä lainkaan puheessaan käsitettä ”laatu”.

6. KANSALAISET JA JULKISEN PALVELUN YLEISRADIO

Tässä luvussa tarkastellaan julkisen palvelun Yleisradiota kansalaisen näkökulmasta. Huomion kohteena ei siis nyt ole niinkään Yleisradio Oy mediayrityksenä kuin julkisen palvelun toteuttajana; samalla pyritään tekemään analyttinen erottelu julkisen palvelun *periaatteen* ja sen käytännön *toteutuksen* välille. Keskeisiä kysymyksiä ovat siis, *miten kuuntelijat mieltävät julkisen palvelun periaatteen ja onko kuuntelijoiden mielestä Yleisradion olemassaololle edelleen perusteita ja jos on, niin minkälaisia.*

Aluksi kartoitetaan siis toisaalta kuuntelijoiden ”julkisen palvelun” käsitteeseen liittyviä yleisiä mielikuvia ja toisaalta nimenomaan julkisen palvelun radioon liittyviä mielikuvia. Luvun keskeisissä jaksoissa tarkastellaan kuuntelijoiden julkisen palvelun periaatteesta ja sen käytännön toteutuksesta keskustellessaan käyttämiä argumentaatiostruktuureja ja kulttuurisia jäsennyksiä ja pohditaan niiden merkitystä julkisen palvelun Yleisradion legitimitetin kannalta..

6.1. JULKINEN PALVELU JA JULKISEN PALVELUN RADIO

Yksi haastattelujen teemarungon laadintaan vaikuttanut implisiittinen taustaoletus oli, että ”julkinen palvelu” sähköisen viestinnän kontekstissa olisi haastateltaville vieras ja vaikeasti hahmottuva. Sen vuoksi lähdin liikkeelle kysymällä haastateltavilta heidän mielikuviaan toisaalta ”julkisesta palvelusta” yleensä ja toisaalta erityisesti ”julkisesta palvelusta radiossa”.

Mielikuvien kartoitus osoittautui sekä mielenkiintoiseksi että hyödylliseksi: Esitellessäni haastattelun seuraavassa vaiheessa suomalaista julkisen palvelun järjestelmää saatoin ottaa huomioon haastateltavien omat käsitykset asiasta. Toisaalta julkiseen palveluun liittyvät mielikuvat avaavat mielenkiintoisia näkymiä haastateltavien valtiosuhteeseen ja ”kansalaisuuden diskurssin” erilaisiin juonteisiin. Näihin myös sähköisen viestinnän julkisen palvelun kannalta olennaisiin kytkentöihin en kuitenkaan vielä tässä työssä ole perusteellisesti paneutunut. Sen sijaan tutkimushankkeen seuraavassa vaiheessa pyritään ymmärtämään valtion ja kansalaisen suhdetta yhtenä julkisen palvelun radion ja kuuntelijan suhteen peruselementtinä.

6.1.1. Kuuntelijoiden mielikuvat ”julkisesta palvelusta”

”Julkinen palvelu” näyttää sinällään olevan haastateltaville melko tuttu käsite, joka yhdistetään tavalla tai toisella valtion ja/tai kuntien toimintaan. Osa haastateltavista painottaa nimenomaan valtion toimintaa kansalaisiin päin; he mainitsevat esimerkiksi KELA:n ja verotoimiston. Toisaalta monet mieltävät julkisen palvelun ennen kaikkea ”maksuttomaksi” tai oikeastaan verovaroilla kustannetuksi kansalaisille tarjolla olevaksi palveluksi. Esimerkkeinä julkisista palveluista mainitaan tällöin kirjasto, koulu, sairaala ja terveyskeskus, Kajaani-info, päivähoido tai palo- ja pelastustoimi. Muutamat kuitenkin ymmärtävät ”julkisen palvelun” laajemmin ylipäätään julkisesti saatavilla oleviksi palveluiksi – tällöin puhutaan linja-autoista, postista, pankeista ja kauppoista.

Tämän aineiston kuuntelijoiden mielikuvat voidaan mielestäni pitkälti rinnastaa Syvertsenin (1999, 6-7) hahmottelemiin kolmeen ”julkisen palvelun” peruserkitykseen: Julkinen palvelu voidaan ymmärtää joko a) julkiseksi hyödykkeeksi (vrt. valtion toiminta kansalaisiin päin), b) osaksi demokratian ydinaluetta eli julkista sfääriä (yhteisen ”sopimuksen” perusteella veron vastikkeeksi saatu palvelu) tai c) ”kansan” eli kuluttajakansalaisten palvelemiseksi (kaikki kuluttajakansalaisen saatavilla olevat palvelut). Erityisen mielenkiintoiseksi rinnastuksen tekee se, että Syvertsen on semanttisessa analyysissään pohtinut public service-käsitteen merkityksiä yleisradiotoiminnan kontekstissa - kun taas käsillä olevassa aineistossa on kartoitettu ”julkiseen palveluun yleensä” liittyviä mielikuvia.

6.1.1.1. ”Nämä mitä me verovaroilla saadaan”

Monien tämän aineiston haastateltavien käsitykset julkisesta palvelusta voidaan tiivistää otsikon yksinkertaiseen ja latautuneeseen ilmaisuun, joka kytkee julkiseen palveluun sekä kansallisen identiteetin ja yhtenäisyyden idean (”me”) että ajatuksen verovarojen vastikkeellisuudesta ja välillisesti myös siis varojen käyttäjien vastuusta. Tällöin siis julkinen palvelu näyttäisi tuottavan yhteistä hyvää (vrt. Syvertsen 1999, 7):

H: Nii justiisa. No kuule mites semmonen asia jos puhuttaa semmosesta ku julkisesta palvelusta nii mitä sulle tulee siitä niinkun mieleen?

M56: Julkinen palvelu on nämä mitä me verovaroilla saadaan.

Tällä tavoin ymmärretty julkinen palvelu on käyttäjälleen eli ”asiakkaalle” maksutonta tai siitä peritään korkeintaan tuotantokustannukset kattava ”kulukorvaus”. Julkisen

palvelun oletetaan myös olevan tasaveroisesti kaikkien erilaisessa taloudellisessa asemassa olevien kansalaisten saatavilla:

N42: [...] minusta kirjasto on just semmoinen julkinen palvelu – eli se on yhteiskunnan verovaroin ylläpitämä se on asiakkaille tavallaan niinku maksuton korkeintaa niin että se ei tuota voittoa joissaki tapauksissa otetaan vähä siitä niinku kulukorvauksia tai sakkomaksuja tai tämmösiä elikkä julkinen palvelu sisältyy siihen että ku me maksetaan veroja tai lupa - näitä – veroja elikkä sitä kautta me ninku saadaan se – palvelu. Ja sitte sen minulle periaatteeseen kuuluu se että se ei valikoi kohdettaan eli se on kaikille samanlainen - kaikilla kansalaisilla on samanlainen oikeus on palvelun saantii et sit ei katota et onks sulla pussissa satanen vai tonni.

H: Onko sillä sanayhdistelmällä semmoinen myönteinen vai kielteinen kaiku sun korvissas?

N42: Tottakai myönteinen koska mä edustan sellasta maailmaa joka haluaa et ihmisillä on tasavertaset olosuhteet.

Nämä haastateltavat kuvaavat julkisiin palveluihin liittyviä mielikuviaan yleensä ”periaatteellisella” tasolla eli ”kansalaisina”. Pari kuuntelijaa viittaa kuitenkin myös henkilökohtaisiin kokemuksiinsa – julkisen palvelun työntekijän mielikuvat ovat myönteisiä, mutta ”asiakas” tuo esille kielteisen kokemuksensa:

H: Niin nii tuota nii tämä julkine palvelu niin jos sä kuulet semmoset sanat ni mitä sulle tulee mielee?

N58: (naurua) No mä suurinpiirtein sen tiijän mutta minä en ikinä saa ite en oo koskaa tarvinnu palveluja. Se tullee niinku terveydenhoitoa on julkinen palvelu ja kaupungintalolla pitäis olla nämä kaupungin virkamiesten palvelut niinku pelastustoimi ja puhtaanapito ja kaikki tämmöset.

H: Et o saanu niitä?

N58: No sillälailla en tietysti täs jos aatellaa ku assuu kaupunki kerrostalossa ni katu lakastaa mutta tuota mitään niinku semmosta muuta.

H: Et sä siinä mielessä..?

N58: En o sillä lailla mä en oo koskaa kaupungintalolta soittanu enkä pyytäny mitään. Mä joskus ku pojat oli pieniä mä pyysin kunnalliseen päivähoitoon pojat (epäselvää) ei päässeet tota (naurua)...

6.1.1.2. ”Verokarhut ja kaikki muutki”

Julkisen palvelun valtion ja kunnan toiminnaksi mieltävät voivat siis nähdä julkisen palvelun joko kansalaisille verojen vastikkeeksi tarjolla olevina palveluina tai ennen kaikkea valtion toimintana kansalaisiin päin. Voidaan olettaa, että erilaiset puhetavat heijastelevat myös erilaisia valtio- ja demokratiakäsityksiä (esim. Skogerbø 1996, 10-17); niinpä valtion toiminnaksi kansalaisiin päin mielletty ”julkinen palvelu” näyttäisi viittaavan ”kansalaiseen” alamaisena subjektina ja ”valtiollisen toiminnan” kohteena:

N47: [...] mutta heti se ninku pölähtää se valtio sieltä et se on ku verokarhut ja kaikki muutki...

Vaikka ”valtiolliseen toimintaan” voi liittyä selvästi negatiivisia konnotaatioita, julkinen palvelu valtiollisena toimintana voidaan mieltää myös kaikkien saatavissa olevaksi palveluksi – tällöin korostuu esimerkiksi maantieteellisen kattavuuden merkitys (Syvertsen 1999, 6). Seuraavan sitaatin puhuja tarkasteleekin julkisia palveluja varsin

tietoisesti kahdesta eri näkökulmasta, joiden voidaan ajatella juontavan juurensa hänen omiin elämäkokemuksiinsa toisaalta syrjäseudun nuorena ja toisaalta ”valtiollisen” yhtiön työntekijänä:

H: Kuule tota niin kanssa tämmönen mielikuva kanssa ku julkinen palvelu. Mitä se tuo sulle mielee ku sanotaa että julkinen palvelu?

M31: (...)

H: Ei mitää – ei välttämättä?

M31: Tuopi. Minä justiisa mietin sitä että otanko minä negatiivisena tai positiivisena kannan että – (...) ilman julkista palvelua - minä oon siis eläny tosiaan pienen ikäni tai nuoruuteni jossaki lähimpää kauppaa kolkyt kilsaa ynnä muuta - nii ei sitä voi olla niinku sitä julkista palvelua pois heittävä että tietää semmonen paikka jos ei julkista oo ni - jos ei valtio mitenkää muute tai - etuskunta muute valtiota että joku palvelu pittää katkasta Suomen läpi niin ei siellä sitte muuta muuta sitte oo.

H: Sit se negatiivine puoli? (naurahtaen) Tää oli se positiivinen puoli ilmeisesti?

M31: Joo eikö liian byrokraattinen jääpi jauhamaan omiisa jalkoihin että ei lähe eteenpäin menemää - että sitte vasta lähtee eteenpäin ku hoksaa että hei me ollaa jäämässä jonku jalkoihi että nyt on jottai hätä sitte hätä - liian kiireellä vaihetaan tyyliä – siis semmonen pelko vois tulla.

Samantapaiset julkisen palvelun supistumiseen tai uhattuna olemiseen viittaavat teemat nousevat jatkossa esille useiden haastateltavien ”kansalaispuheessa”:

H: [...] Joo, kuule sitte toinen mielikuvajuttu eli kun mä sanon että julkinen palvelu ni mitä sulle – mitä se sulle tuo mieleen?

N31: No, julkinen palveluhan on tota - Kela, Kela ja tota – mitä mitä julkista enää on muuta ku Kela ku miettii (naurua) – ja verotoimisto ja (...)

Mikäli ”kansalaisuuden diskurssiin” otetaan mukaan henkilökohtaisia kokemuksia, ne liittyvät tässä aineistossa usein työttömyyden kokemuksiin. Seuraavassa negatiivisesti värittyneessä sitaatissa haastateltava näyttäisi mieltävän kansalaisuuden nimenomaan valtion ”alamaisuudeksi”:

H: Joo kuule tota sellanen asia mieli – mikä sulle mieleen minkälainen mielikuva kun sä kuulet sellasen sanan että että julkinen palvelu?

M35B: Julkinen palvelu? Heti ensimmäisenä tulee mieleen kaikki valtion virastot joista minä en tykkää siis en ollenkaa...

6.1.1.3. ”Kaupat postit pankit”

”Julkisia palveluja” ei kuitenkaan välttämättä aina ymmärretä valtiollisiksi palveluiksi. Tässä aineistossa lähinnä muutamat naiset ymmärtävät ”julkisen palvelun” ylipäätään kansalaisten saatavilla oleviksi palveluiksi (vrt. Syvertsen 1999, 7):

H: No kuule tuota vielä semmonen että että että kun puhutaan julkisesta palvelusta mitä sulle tulee mieleen sillon?

N60: Julkinen palvelu? No (naurahdus) julkisia palveluja onko ne nuo kaikki mitä ihmisillä on täällä saatavilla kaupat postit pankit (naurua).

Toiset taas päätyvät ilmeisesti lähinnä sana-assosiaatiomenetelmällä ”julkisista palveluista” yksinkertaisesti ”julkisuuteen”:

H: Aivan. Just joo, just joo. Tota – no sitte kuule tämmönen mielikuvajuttu taas nin tota semmonen ku jos mä nyt sanon sulle sanat kun julkinen palvelu nii mitä sulle tulee mielee?

N20: (...)

H: Jos mitään?

N20: No jotain semmosta että julkisuudessa oloa tai vastaavaa et...

Jotkut haastateltavat ottavat ”julkisista palveluista yleensä” puhuttaessa oma-aloitteisesti esiin myös radion – eivät kuitenkaan välttämättä sen vuoksi, että radio mielletäisiin erityisen vahvasti ”julkiseksi palveluksi”. Pikemminkin haastateltavat päättelevät, että tässä kontekstissa kysymyksen julkisista palveluista täytyy liittyä jotenkin radioon:

H: [...] Joo, kuule sitte toinen mielikuvajuttu eli kun mä sanon että julkinen palvelu ni mitä sulle – mitä se sulle tuo mieleen?

N31: No, julkinen palveluhan on tota - Kela, Kela ja tota – mitä mitä julkista enää on muuta ku Kela ku miettii (naurua) – ja verotoimisto ja - julkisia palvelujahan tarjoa nää mutta kyllä se on ihan totta että - jos niinku viittaat siihe että – että radiokanava ja teevee ku nehän on tietysti tämmöstä – aika - heikosti ajatella et ne ois julkisia palveluja. Ei, ei kyllä.

H: Mitä vois olla – radiossa julkinen palvelu? Tai mitä se on – mitä sä ajattelet? Mite sä miellät sen että mitä se vois olla?

N31: Se – se on hankala. (...) Eliikkä - se on niinku julkista palvelua se se että se sitä tulee eikös julkisen palvelun et se on niinku maankattava ja niinkun kansalaisille kaikille kansalaisille eiks radio tällä hetkellä oo ku sä avaat radion missä päin Suomee sehä on julkista palvelua - tai lukuunottamata nää kaupallisetha ei enää oo ku ne ei oo palveluu - sehä on julkista palveluu että se on niinku yhteiskuntaluokasta riippumatta kaikilla käytössä – ni sehän on - tämmönen – julk.. palvelu.

6.1.2. ”Julkisen palvelun radioon” liittyvät mielikuvat

Julkisen palvelun radiosta puhuttaessa itse asiassa yllättävän monet haastateltavat päätyvät tavalla tai toisella perinteisen radiokulttuurin arvoja heijasteleviin mielikuviin, vaikka eivät yhdistäisikään julkista palvelua yksiselitteisesti Yleisradioon. Toinen mielikuvarypäs kasautuu uutisten ja tiedotusten ympärille. Julkinen palvelu voidaan ymmärtää myös eräänlaiseksi palvelujournalismiksi, sikäli kun ajatus ”julkisesta palvelusta radiossa” avautuu haastateltavalle lainkaan.

6.1.2.1 ”Edelleenki esimerkiks ihmiste sivistäminen”

Jälleen kerran aineistossa törmätään klassisen yleisradiokulttuurin arvoista juurensa juontavaan mielikuvaryppäeseen, joka näyttää kuuluvan samaan sarjaan Yleisradion

yhteiskunnallista vastuuta korostavien mielikuvien (ks. jakso 5.2.1.3.) sekä Yleisradion ja kaupallisten kanavien erilaisia tehtäviä korostavien odotusten (jakso 5.1.2.3.) kanssa:

H: No mitkä vois olla semmosia – onko julkisen palvelun radiolla jotaki sellasia tehtäviä?
 N47: On edelleenki esimerkiks ihmiste sivistäminen. Et kyllä minun mielestäni se on erittäin tärkeä ja suuri kysymys minun mielestä sivistyksen kannalta ja en tiijä – oliskohan nii tietosia ihmiset maailman asioista tuo meille maailman lähelle meillekki jotka ei päästä tuonne liikkumaa ei oo mahdollisuuksia matkustella eikä kulukea sieltähä tulee tosi paljo sellaisia asioita että meki tiijetää niinku tavallaa sitä kautta se on taas kerran sitä mielikuvilla matkailua ja – kyllä, kyllä mun mielestä.

Tämäntapaisista mielikuvista kertovat näyttävät usein myös samaistavan Yleisradion julkisen palvelun yleisradiotoimintaan:

H: Mites radiopuolella mitä vois olla julkinen palvelu tai mitä sen pitäis olla sun mielestä?
 M34: (...) No mitä se nytte tällä hetkellä on Ylellä tää kaikkea uutista ja muuta vastaavaa ja tullee urheiluita ja näitä kato näistä kisoista ja muita.

Usein ”julkisen palvelun radion” ja Yleisradion samaistavat haastateltavat näyttävät tarkastelevan Yleisradiota nimenomaan, vain ja ainoastaan tietyn asiakeskeisen ja yhteiskunnallisen vastuun vaatimukseen kiteytyvän diskurssin puitteissa. Tämä ”laatudiskurssin” kanssa pitkälti yhteneväinen ”yleisradiodiskurssi” näyttää taas rajaavan joitakin näkökulmia ”itsestään selvästi” keskustelun ulkopuolelle: Esimerkiksi radiolle välineenä ja monille kuluttajille kuuntelijoina tärkeä musiikki ei näytä olevan relevantti keskustelunaihe tämän diskurssin puitteissa. Vaikka siis kulttuurinen dikotomia viihdemusiikki - asiapuhe ei välttämättä jäsenä kuuntelijan puhetta radion kuuntelusta, se kuitenkin strukturoi vahvasti puhetta julkisen palvelun Yleisradiosta:

M51: [...] Yleisradiosta tulee mieleä se että sillä on joku tuommonen muuki ku musiikinsoittotehtävä joka liittyy – liittyy sitten – laajemmi tällasee kansalaisten koulutus- ja opetustehtävään.

Ilmeisesti juuri ”yleisradiodiskurssin” rajoitusten vuoksi esimerkiksi radion musiikkipolitiikan mahdollisista julkisen palvelun ulottuvuuksista (vrt. Hendy 2000b, 224-240) keskustellaan Suomessa yleensä korkeintaan pienissä asianharrastajien ja asiantuntijoiden ryhmissä. Sen sijaan sekä urheilu että yllättäen myös huumori mainitaan käsillä olevassa aineistossa (tosin vain yksittäisissä kommentteissa) julkisen palvelun yhteydessä:

H: Jos puhutaan radioon liittyen julkisesta palvelusta nii mitä se vois silloin olla?
 Tai mitä se sun mielestä on?
 M52B: Se on se on semmosta että tasapuolisesti jaetaan kaikille ihmisille asioista tietoa faktaa myöskin hieman tommosta huumoria – se on sitä palvelua faktaa ja huumoria se on julkista palvelua.

6.1.2.2. ”Tämmöne uutispalvelu”

Kaikki haastateltavat eivät kuitenkaan yhdistä ”julkista palvelua radiossa” nimenomaan Yleisradioon tai klassisiin yleisradioperiaatteisiin vaan yleisesti uutisiin, säähän ja muihin tiedotuksiin. Pari haastateltavaa mainitsee erityisesti ”viralliset STT:n uutiset”:

H: Mutta jos puhutaa radiosta mitä se olis siinä?

N43: (...) Noo tuli ensimmäisenä mielee vaikka tota STT:n uutiset jotenki.

H: Joo.

N43: Ja tämmöne uutispalvelu – mutta tota – mitäs muuta voi olla...

Uutisten ohella julkiseksi palveluksi voidaan siis mieltää myös säätiedot ja muut tiedotukset, ja aivan erityisesti viranomaistiedotukset. Tällä tasolla ”julkiseen palveluun radiossa” näyttää näin ollen edelleen liittyvän ”valtiollisuuden” konnotaatioita:

H: Mites jos puhutaa radiosta mitä se sun mielestä siellä on tai mitä se vois olla?

M19: Julkinen palvelu? Mul tuli mielee jotain kaikkia tiedotuksia.

H: Ymm. Ymm. Ymm. Ymm. Minkätyyppisiä tiedotuksia?

[...]

M19: No mulle ensinnä tuli mieleen joku - joku joku Säteilyturvakeskus tiedottaa ydinvoimala on räjähtäny tai jotain sellasta (naurahdus).

STT:n uutisten ohella tämän aineiston haastateltavat mainitsevat ”julkista palvelua radiossa” pohtiessaan pariin kertaan myös Kainuun kaupallisen paikallisradion Kajauksen. Seuraavan sitaatin haastateltava ymmärtääkin julkiseksi palveluksi ilmeisesti kaikki jokaisen kuultavissa olevat radion kautta välittyvät tiedot – ja jälleen erityisesti julkishallinnon virastojen tiedonannot:

H: Jos puhutaan radiosta nin mitä voisi olla julkinen palvelu radiossa?

M35B: Jaa tuoha on aika hyvä kysymys siihe en ossaa ainakkaa vastata iha heti sentää – no Kajaus nyt tekee sitä että työvoimatoimistoo ilmottelee avoimista työpaikoista ja kurseista. Sehä on julukista palavelua minun mielestä. Se on tuo kysymys näistä tämmösistä asioista jotka koskee niinkun kaikkia. Ei tarvitte joka virastosta käyvä erikseen kysymässä et miks tämä on tämmönen ja miks tämmönen on tämmönen. Se tulee niinku kaikille niinkun samanaikaisesti jotka on radiota kuuntelemassa siellähän se välittyy se tieto sitten näille muille eteenpäin. Sen minä oon käsittäny niinkun semmoseksi - julkiseksi - mitä ne yleensä niissä radiossa tuleeki.

6.1.2.3. ”Myydään jääkaappi tai auto tai tämmösta”

Joidenkin haastateltavien on vaikea hahmottaa ”julkista palvelua radiossa” oikeastaan millään tavalla, sillä he eivät ole tottuneet yhdistämään sinällään monille tuttua ”julkisen palvelun” käsitettä radioon:

N31: [...] jos niinku viittaat siihe että – että radiokanava ja teevee ku nehän on tietysti tämmöstä – aika - heikosti ajatellaa et ne ois julkisia palveluja. Ei, ei kyllä.

H: Mitä vois olla – radiossa julkinen palvelu? Tai mitä se on – mitä sä ajattelet? Mite sä miellät sen että mitä se vois olla?

N31: Se – se on hankala. (...) Elikkä - se on niinku julkista palvelua se se että se sitä tulee eikös julkisen palvelun et se on niinku maankattava ja...

Seuraavan sitaatin haastateltavan mielestä julkista palvelua voisivat olla vaikkapa paikallisradion osto- ja myyntiohjelmat. Näistä mielikuvista valtiollisuuteen liittyvät konnotaatiot ovat siis kokonaan karisseet, ja julkinen palvelu saatetaan ymmärtää lähinnä jonkinlaiseksi ”palvelujournalismiksi” (vrt. Eide & Knight 1999, 525-547):

H: Entä jos puhutaan radiosta mitä ne [julkiset palvelut – EM] vois olla radiossa – et varmaan oo miettiny sitä mutta mikä tulis mieleen?

N60: (...) Mitähän sä oikei tarkotat, mitähä se oikei on?

H: Nii mitä on julkinen palvelu radiossa?

N60: Nii jotaki tiedottamistaha se kai on niinku Kajanuksessa esimerkiksi myydään jääkaappi tai auto tai tämmösta (naurua).

6.2. JULKISEN PALVELUN LEGITIMITEETIN PERUSTEET

Julkisen palvelun legitimiteetin perusteita lähestyttiin teemahaastatteluisissa edellä raportoitujen kuuntelijoiden omien julkiseen palveluun liittyvien mielikuvien kautta. Kuultuani haastateltavan omat määritelmät esittelin itse kullekin voimassa olevan Yleisradiolain 7. pykälän, jossa määritellään julkinen palvelu (liite 4); annoin jokaiselle kopion tästä pykälästä ja lisäksi selostin sisällön sanallisesti. Selostuksessani pitäydyin varsin tarkkaan lakitekstissä enkä kertonut esimerkiksi siitä, miten Yleisradio käytännössä toteuttaa näitä velvoitteita.

Tässä yhteydessä pyrin siis tarkastelemaan julkisen palvelun periaatetta mahdollisuuksien mukaan erillään sen käytännön toteutuksesta eli Yleisradiosta. Kokonaan periaatetta ja käytännön toteutusta ei kuitenkaan voida erottaa jo senkään vuoksi, että laki nimenomaan kytkee julkisen palvelun tehtävät Yleisradion toimintaan. Julkista palvelua esitellessäni toin siis esiin myös sen, että näitä tehtäviä toteuttavan Yleisradion toiminta rahoitetaan suurimmaksi osaksi tv-maksuilla eikä Yleisradio toisaalta saa myydä kanavilleen mainoksia.

Kysymystä julkisen palvelun järjestelmän hyväksyttävyydestä pohjustin mainitsemalla, että esimerkiksi Yhdysvalloissa vastaavaa järjestelmää ei ole – sen sijaan lähes kaikissa Euroopan maissa toimii jonkinlainen julkisen palvelun yhtiö. Useat haastateltavat eivät ilmeisesti olleetkaan aiemmin tulleet ajatelleeksi, miten sähköinen viestintä muissa maissa on organisoitu; osa haastateltavista ei ollut koskaan tullut ajatelleeksi sitäkään, miten Suomessa tuotetaan televisio- ja radio-ohjelmia. Tässä yhteydessä onkin syytä jälleen korostaa, että tutkimuksen tämän osion tavoitteena ei ole niinkään kartoittaa

haastateltavien ”mielipiteitä” kuin julkisesta palvelusta keskusteltaessa käytettäviä kulttuurisia jäsenyyksiä ja perusteluja.

6.2.1. Suhtautuminen julkisen palvelun periaatteeseen

Keskustelua julkisen palvelun periaatteista käytiin haastattelutilanteissa pitkälti kuuntelijoiden ehdoilla: Yksi halusi pohtia Yleisradio Oy:n merkitystä, toinen kiinnitti erityistä huomiota joihinkin julkisen palvelun tehtäviin ja kolmas kuittasi teeman lähinnä vaikenemalla¹⁰⁹.

Keskustelujen perusteella voidaan sanoa, että huomattava osa haastateltavista suhtautuu julkisen palvelun periaatteeseen kaiken kaikkiaan hyvin pragmaattisesti. Tätä suhtautumistapaa voisi kuvata sanomalla, että peruskysymys ei tällöin ole niinkään ”miksi?” vaan ”miksipä ei?”. Näiden haastateltavien puhe ilmentää hyvin Hellmanin kuvailemaa rutiininomaista ja totunnaista (1988, 125-126) tai Yleisradion kvantitatiivisissa tyytyväisyystutkimuksissa hahmottunutta ”jäsentymätöntä” (Kytömäki & Ruohomaa 1999, 31) suhdetta sekä julkisen palvelun ideaan että sen käytännön toteutukseen. Voidaan myös sanoa, että olennaista on tällöin oikeastaan juuri ”kansalaismielipiteen” puuttuminen.

Yksittäisistä julkisen palvelun tehtävistä haastateltavat nostavat useimmin esille kielivähemmistöjen palvelut, jotka voidaan ymmärtää joko keskeisiksi julkisen palvelun tehtäviksi tai aivan päinvastoin julkisen palvelun periaatteen kannalta ”tarpeettomiksi” ja ehkä jopa kansallista yhtenäisyyttä rapauttaviksi painotuksiksi. Kriittisesti kielivähemmistöjen palveluihin suhtautuvat tässä aineistossa nimenomaan muutamit vanhimpaan ikäryhmään kuuluvat haastateltavat.

Yleisradion legitimiteetin kannalta keskeiseksi temaksi nousee ”ei- kaupallisuus”. Tähän avainsanaan kiteytyvät käsitykset julkisesta palvelusta kansalaisten alueellista ja kulttuurista tasa-arvoa turvaavana periaatteena (vrt. Hellman 1999b, 113-114). ”Yleisradiodiskurssin” ja sen kanssa yhteen kietoutuvan ”laatudiskurssin” (ks. jakso 6.1.2.1.) kautta ei-kaupallisuuteen kytkeytyvät myös mielikuvat (kaupallisen) ”hömpän” vastakohdaksi asettuvasta ”laadusta” (vrt. Hellman 1999b, 116).

¹⁰⁹Tiukemmin strukturoitu haastattelu olisi todennäköisesti antanut enemmän tietoa yksityiskohdista, mutta vähemmän haastateltavan omista jäsenyyksistä.

”Ei-kaupallisuuden” voidaan sanoa tässä yhteydessä ilmentävän (julkisen) valtion ja (yksityisten) kaupallisten toimijoiden dikotomista vastakkainasettelua: Lähtöoletuksena näyttää tällöin olevan, että ”markkinavoimat” hallitsevat maailmaa ja ”ei-kaupallisuus” tarjoaa vapautta ”rahan vallasta”. Voidaan myös sanoa, että negation kautta toimiva ”ei-kaupallisuuden” vaatimus on pohjimmiltaan enemmän eettinen kuin rationaalinen argumentti.

6.2.1.1. ”Ei ikinä oo ees tullu ajateltua et joku tämmöne voi olla”

Osa haastateltavista tuntui kokevan ”kansalaismielipidettä” edellyttävät kysymykset yksinkertaisesti liian vaikeiksi. Huomion arvoista on, että siitä huolimatta haastateltava saattaa kuitenkin esittää kommenttinaan jonkin ”tiedostamattomaan” mielikuvaan perustuvan ”kulttuurisen itsestäänselvyyden”. Tällaisia kommentteja voidaan kuitenkin pitää kulttuurintutkimuksen kannalta itse asiassa erityisen mielenkiintoisina:

H: [...] Miltä se kuulostaa onko tää hyvä vai huono systeemi mikä on on olemassa - Suomessa?

M17: Niin no onha se tiesti hyvä että ei ei joka välillä tietystikkää oo mittää kaupallisuutta survottu että - jottai on kuitenkin semmosta vappaata - oon pikk.. oon kyllä vähä - nyt hakoteillä koko hommasta en minä ossaa sanoa.

H: Joo ei sun oo mikää pakko ottaa siis kantaa ku ei siis - (naurahdus) se on iha selvää että - mut iha kysyin vaa että jos - jos sulla on joku - mut - mutta et oo varmaa asiaa koskaa tullu miettineeks?

M17: No ei kyllä ensimmäisen kerran tuli ninku koko asia - homma niinku vastaan.

Useat eri-ikäiset haastateltavat sanovat, että eivät ole koskaan ajatelleet tällaisten julkisen palvelun periaatteiden olemassaoloa – yksi nuori mies luonnehtiikin julkista palvelua ”piilorakenteeksi”:

M19: No toi on just siinä suhteessa piilorakenne että ei tuu sillee aatelleeks että haa nyt mä käytän julkista palvelua.

Jotkut hämmästelevät myös sitä, että periaatteet on kirjattu ”ihan lakiin”¹¹⁰. Seuraava pitkähäkö pohdiskelleva sitaatti kuvaa samalla haastateltavan skeptisen pragmaattista suhtautumistapaa:

H: Joo. Nii. Nii onks tällane systeemi sit sun mielestä tarpeelline – siis kaikkialla ei tietenkää tällasta systeemi ole. Esimerkiks Am.. Amerikassahan ei ole täntyyppistä – täntyyppistä järjestelmää niinku Suomessa. Et pidät sä tämmöstä tämmöstä tota..?

N45: Niinno – mistä tämä on saanu alakusa et jos aatellaa että mitenkä kauan tämmönen julkisen – että niillä on iha lakipykälät tämmöset että – että että jokuhan se on niinkun juontanu että miks on ninkun lähetty tämmösseen.

H: Kaksikymmentäluvulla tämä lähti liikkeelle.

¹¹⁰ Tämä saattaisi myös viitata siihen, että nimenomaan lakitekstin käyttäminen julkisen palvelun periaatteiden esittelyssä voi olla ongelmallista – lakiin kirjattuja julkisen palvelun pykälää saattaa olla vaikeampi kritisoida kuin Yleisradion toimintaa.

N45: Et ollaanko me suomalaiset just että joka paikassa täytyy olla lakipykälä takana ennen ku me uskotaa (naurua)... [...] että onko se sitten – et niihän se on täytyy jostain ammoisista ajoista – jokuhan tämän on saattanut juluki ja se asia on koettu hyväksi ja sitä on jatkettu koska sitä ei oo niinku lopetettu vielä...
[...]

H: Nii, et sulle se on semmonen asia et että että sei ninku sun sä et o sitä miettiny ja se on sillätavalla että..?

N45: Ei ikinä oo ees tullu ajateltua et joku tämmöne voi olla esimes että niinku – lakisäädöksiin perustuu että - mitä kaikkee sieltä niinkun pittää tulla. Että ei todellakkaa ei radion kuuntelijana ei – mutta tään läpykän ku lukkee...

6.2.1.2. ”Sillätavalla kyllä sitä kaupallisuutta vastaan”

Käsillä olevassa aineistossa huomiota kiinnittää se, että julkisen palvelun legitimitettä pohtiessaan useat haastateltavat näyttävät hahmottavan julkisen palvelun periaatteen nimenomaan ”markkinatalousperiaatteen” vastakohdaksi; muutamat viittaavat jopa ”vapauteen rahan vallasta” (ks. myös jakso 5.1.2.3.). Taustaoletuksena näyttäisi siis joka tapauksessa olevan uuden radiokulttuurin perusasetelma, jossa kaupallinen toiminta on sääntö ja ”ei-kaupallinen” poikkeus. Huomion arvoista on toisaalta se, että julkisen palvelun periaate yhdistetään tässä nimenomaan palvelua toteuttavaan organisaatioon (vrt. Hujanen& Jauert 1998, 126); Yleisradion julkinen omistus- ja rahoitusmuoto korostuu arvona sinänsä niillä haastateltavilla, joiden odotukset voidaan tiivistää suomalaiseen sananlaskuun ”sen lauluja laulat, kenen leipää syöt” . Tämäntyyliä kannanottoja voidaan myös luonnehtia arvoista johdetuiksi:

H:[...] nii tosissaa tästä systeemistä että mitä mieltä oot että onko se tarpeellinen tulevaisuudessa – nyt ja tulevaisuudessa?

M55: Kyllähän sitä pittää pikkusen olla tuota että ei se pääse ihan tämä (...) rahan vallan yksinomaseksi päätettäväksi mitä sitä lähetetään.

Tämä haastateltava on käsillä olevassa aineistossa ainoa, joka viittaa keskusteluissa myös mediayritysten omistuksen kansainvälistymiseen – tässä mukaan tulevat sitten myös (arvojen perusteella tietynlaisen tulkinnan saavat) kokemukselliset elementit:

M55: [...] nin mihinkähä se mennee niinkun Ämteevee ryökäle Pierssonille niinku englantilaeselle tämä koko maenostuotannon nii kyllä sen näkkee siel on niitä kaikkee muuta minä en inhoo niin paljon vuan tätä valamiiks naurettuja ohjelmia nii ei...

Julkisen palvelun ei-kaupallisuutta näyttävät arvostavan tässä aineistossa yhtä hyvin nuoret kuin vanhemmatkin haastateltavat:

H: [...] onko tää eurooppalainen suomalainen systeemi - hyvä - järjestelmä vai vai onko esimes tää amerikkalainen systeemi – tämmonen mikä toimii enemmän kaupalliselt pohjalta nin oisko se sitten - jos näitä kahta vertaillet mielessäs nin nin mitä – miten niitä vertailisit?

M20: No - mä en ole koskaa kyllä Jenkeissä käyny mutta luulisin että tää eurooppalainen systeemi on parempi ettei markkinavoimat nin paljo pääsis sit vaikuttamaa nii paljo tähän ohjelmatarjontaa ja - sitä myötä sisältöä.

H: Ja sä uskot että markkinavoimat vaikuttaa jos se on mahdollista – mit.. miten tavallaan?

M20: No yleensä sillä tavalla että - eetteristä tulee vaan juuri tasan tarkkaan tietyille suunnille - suunnattua ohjelmaa että mitä niinku tällä hetkellä kiinnostaa juuri jotaki tiettyä ihmisryhmää että se ois niinku se ohjelmatarjonta sataprosenttisesti vaan sitä. Mutta tottakai se eurooppalaisessaki järjestelmässä on oltava että - on silloin tultava sitä ohjelmaa mitä kansa haluaa mutta myös - esimerkiks juuri vähemmistöilleki suunnattua ohjelmaa.

Taustalla voidaan nähdä toisaalta perinteinen epäluulo markkinataloutta kohtaan (vrt. Hujanen 1996, 191) ja toisaalta perinteinen luottamus valtioon:

H: [...] onko tämmönen systeemi niinku esimerkiks Suomessa hyvä vai oisko parempi kenties semmonen amerikkalaistyyppinen systeemi?

N24: Ymm... ehkä mä kuitenkin - piän enemmän tästä - mejän mallista. Et - siinä - on kuitenkin se – ymm... valtio takana tai tää - isommat päättäjät jotka - sen kuitenkin pystyy niinku hallittemaa sen homman.

Yllättävän monissa kommentteissa julkisen palvelun periaatteita ja/tai niiden toteutusta julkisen palvelun Yleisradiossa luonnehditaan järjestystä luoviksi ja luottamusta herättäviksi elementeiksi (markkinoiden) ”villin menon” tai ”hulabaloon” keskellä – tämä arvio näyttää perustuvan sekä omaksutuille arvoille että omalle kokemukselle:

H: Niin onko tää järjestelmä sun mielestä tarpeellinen, jatkossa myöskin?

N62: Kyllä, kyllä ehdottomasti. Sit se jos sitä ei olis nii sithä se olis aivan villiä. Sitä on muutenki ihan tarpeeks asti ja sitten ne ei niinku – minust tuntuu että mistä sitä vois niinku luottaa et kuitenkin et et sitä voi nyt pitää sitten kivijalkana tällä alueella.

Turvallisuuden kaipuu kaoottiseksi koetun informaatiotulvan keskellä näyttää olevan lähtökohtana myös niillä haastateltavilla, jotka arvioivat julkisen palvelun periaatteiden olevan tulevaisuudessa entistä tärkeämpiä. Tällaisesta luottavaisen kansalaisen näkökulmasta tiedon suodattaminen näyttäytyy erityisesti julkisen palvelun yhtiön velvollisuutena; katsantokanta näyttäisi olevan vastakkainen valinnanvapautta korostavalle kuluttajan suvereniteetin ideologialle (ks. Ang 1996, 12-13):

N42: [...] sitte se että puhutaa siitä informaatioähkystä elikkä - elikkä se on mun mielestä myöski tuota jonku Yleisradion tehtävä tai muun tehtävä on niinku suodattaa sitä tietoa niin että se – me poloset käyttäjät kaikesta siitä – nii et joku ois - samallail ku kirjastonki tehtävä – et joku ois jo valmiiksi – niitä polkuja aukonu että mun ei tartte - olla ninku – äärettömään tietomereen hukkumaisillani.

Vaikka kansalaisen kannalta ”annetun” järjestyksen kaipuu näyttäisi perustuvan tyystin erilaiseen maailmankuvaan ja ihmiskäsitykseen kuin kuluttajan valinnanvapauden ideologia, nimenomaan julkisen palvelun median tehtäväksi koettu olennaisen tiedon suodattaminen (vrt. demokratian toimintaedellytysten luominen; Yleisradiolain 7. Pykälä; liite 4) voidaan mieltää myös kuluttajan rationaalisen valinnan helpottamiseksi. Tämä kuitenkin edellyttää luottamuksellista suhdetta valtioon:

H: Miksi se ois tärkeempää kun nyt – tulevaisuudessa?

M52B: No tämä tulee tämä maalima nii monimutkaseksi että sitä ei ihmine ei yksin yksin pärjää eikä omilla tiedoilla – eikä tieto riitä – riitä joka tilanteeseen.

H: Eli tavallaan semmosta niinkun tietoa ja jonkunlaista valikointiakin?

M52B: Tietoa ja valikointia ja sit semmosta järjestelmällisyyttä et sen löytää sen tiedon sieltä sitten.

H: Et tieto - tietoähky¹¹¹ uhkaa?

M52B: No se uhkaa muuten se ähky mutta kato ihminen ei voi yksinään sulattaa mahottoman paljon et se ottaa sitten ottaa sen mikä on tarpeellista.

Ei-kaupallisen julkisen palvelun tarpeellisuutta voidaan kuluttajakansalaisen näkökulmasta perustella myös tarjonnan sisällöllisellä monipuolisuudella ja ”yleisradiolaadulla” (ks. jakso 5.2.2.1.) eli ”vanhan radiokulttuurin” arvojen perusteella – niitä vastaan tosin asettuu seuraavassa sitaatissa ”uudelle radiokulttuurille” tyypillinen taloudellisen rationaalisuuden periaate. Tässä aineistossa useat nuorehkot haastateltavat näyttävätkin muotoilevan kantaansa julkisen palvelun periaatteeseen samantapaisessa ”neuvottelussa” lähtöoletuksiltaan erilaisten diskurssien kesken:

N31: [...] mähän oon hyvin paljon vastaan sitä semmosta – niinku sillätavalla kyllä sitä kaupallisuutta vastaan koska se tuo just nämä – mun mielestä niinku tämä kaupallisuus tuo just nämä tämmöset kevyet – et niinku ihmisille ei anneta maholl.. sillai ei niinku se valinnanmahollisuus on – et jos niinku sen mukaan mitä – mitä seurataan mihinkä saahaan mainostajia - niin tietenki niitä ohjelmia tuotetaan ja suositaan ja sitte kun ihmisille jää se valinnan mahollisuus, et kyl se ois niinku hyvä et ihmisille jäis se mahollisuus valita et kyllähä mä periaatteessa tuen tämmöstä – niinku julkisena tuotettua - radio- ja televisiotoimintaa.

H: Ymm. Periaatteessa?

N31: Nii – niin tai oikeestaan...

H: (Naurahnaen) Käytännössä?

N31: (Naurahnaen) Käytännössäki että kait se on - kyllä se niinku sillätavalla on että – että tuota eihän kaikkea voi mitata rahassa et ei voi niinku mitata rahassa ja sit että kuinka moni niinku ihmine – ihmine katsoo – et kyllä pitää antaa se on ihan sama juttu jos kirjastoo – et oha se niinku väärin jos meil on kirjastossa vaa Arto Paasilinnoja, et kyllä meillä täytyy kirjastossa ihmisille olla jotaki muutaki. Tai se et jos kirjastot tulee maksulliseksi – että kyllähän se niinku tää on ihan – tai ihan samanlainen juttu että – kyllä mä niinku kannattasin sitä – jollaki tavalla – oli se sitte vero-verovaroista tai mistä tahansa – tahansa - maksettava mut kyllä mä ninku se että - tämä – tämä on ainaki mun mielestä tekee sitte sitä et säilyy nämäki nämä tämmöset – ei nii suositutkaa – ei paljon kuunnellut sitte – kanavat.

Monet haastateltavat sanovat kannattavansa nykyisenkaltaista dualistista järjestelmää, jossa kaupalliset toimijat ja julkisen palvelun yhtiö toimivat rinta rinnan mutta ”erilaisella logiikalla” (ks. jakso 5.1.2.3.). Tämä asetelma voidaan nähdä myös kuluttajan kannalta edulliseksi:

M52A: Siis ehdottomasti niinku – en minä kaipaa niinkun ainakaan uutta – sanosko ninkun Yleisradiota toista Yleisradiota. Toki niinkun olen kannattamassa sitä että – että sananvapauden nimessä kanavia radiokanavia ja – ja televisiokanavia niinkun saa olla enempikin kun tämä – tämä tuota yksi ja ainut koska niinkun mä sanoin tästä ninkun minun mielestäni ainaki täällä Kainuussa kävi että kun kaupallinen vaihtoehto tuli nii sehän vaikutti myös tähän Kainuun Radioon. Ja...

¹¹¹ M52B:n haastattelu tehtiin myöhemmin samana päivänä kun N42:n haastattelu.

H: Myönteisesti vai kielteisesti?

M52A: No kyllä mä luulen että sillä oli myönteinen vaikutus siinä mielessä että – että että tuota ainakin silloin ponnisteltii varmaa – ainakin tuntu siltä et ponnisteltii tämmöseen monipuolisempaan suuntaan et se herätteli vähän kuitenkin.

Tässä aineistossa ainoa valtion potentiaalisena uhkana näkevä nuori nainen puolestaan katsoo kaupallisten kanavien toimivan ”valtiollisten” julkisen palvelun kanavien kontrolloijina. Haastateltavan suhtautuminen valtioon näyttää siis jälleen ratkaisevalla tavalla muovaavan hänen suhtautumistaan julkisen palvelun periaatteeseen – tässä kuitenkin niin, että nimenomaan markkinatalous näyttäytyy monopolistisen valtion vastakohtana eli ”vapautena” :

N19B: Kyllähän sitä sanotaan että markkinatalous on siis sille niinku parempi vaihtoehto että tavallaa onhan meillä niinkun yks valtio joka määrää että tämmöstä ja tämmöstä ja siis sille niinku että voishan sitä verrata sillä tavalla että meillä on tämmönen pieni venäjä meillä tässä jossa on tietyt asiat tiettyyn määrään ja mutta siis - emmä sano että siis se Venäjän tilanne on siis huono että kyllä se niinku ajatuksena on hyvä ja siis kyllähän se niinku toimii mutta siinä pitää olla rinnalla mun mielest se tekee niinku hyvän että siinä on se – että on sitte semmosia että niinku MTV:tä ja muuta.

6.2.1.3. ”Kaikki mitä tulloo nii kaikilla kielillä se viijjään”

Julkisen palvelun tehtävistä puhuttaessa haastateltavat korostavat siis tiedon välitystä ja nimenomaan luotettavan ja olennaisen tiedon tarjoamista; kulttuurin tukemisen merkitys tulee esille lähinnä epäsuorasti yleisön suosion tavoittelusta vapaata ”yleisradiolaatua” korostavissa painotuksissa. Myös kielivähemmistöjen palvelu näyttää yllättävän monien haastateltavien mielestä kuuluvan julkisen palvelun ydintehtäviin; se sisällytetään olennaisena osana tasapuolisuuden ja universaalien palvelun vaatimuksiin:

M35B: Kyllä koska tuota niin nii - tässähan tulee otetaan huomioon kaikki - tai siis otetaan huomioon - se väestö mikä on tässä maassa. Eliikkä tulee romanit ja tulee tuota niin nii kaikki semmoset kielivähemmistöt mitkä kuuluu myös...

H: Et sust on tärkeä et heidät huomioidaan myöski?

M35B: Tottakai koska tuota niin nii silloha me mentäs semmoseen valtioon joka on rasistine valtio ja se ei varmasti oikei tuolla maailmalla tee hyvää kuvvaa se. Ja on pystytty kuitenkin pitämään tämä mejän oma rasistinen asenne nii mahdollisimman matalana.

Lähtöoletuksena näyttää yleensä tällöin olevan, että kaupalliset toimijat eivät haluaisi tai eivät mainosrahoituksen mahdollisuuksien rajallisuuden vuoksi itse asiassa edes voisi ottaa huomioon vähemmistöjä tai toisaalta alueellista tasa-arvoa eli syrjäseutuja; julkisen ei-kaupallisen palvelun tarpeellisuus juonnetaan siis kaupallisen logiikan oletetuista käytännön rajoituksista. Palvelun tuottamistapaa sinänsä ei silti välttämättä pidetä ratkaisevana vaan ensisijaisia ovat sisällölliset kulttuurisen ja maantieteellisen kattavuuden vaatimukset:

H: [...] kumpaa järjestelmää sä pidät ninku toimivampana ja parempana?

M31: Jaa. Toimivampi - on kyllä semmonen kaupallisempi - mutta parempana on se - julkinen. Sillo saapi jokkainen saman palvelun.

H: Sun pitäs äänestää ni kumpaa sä äänestäisit jos olis tommonen hullunkurinen äänestys (naurahdus)?

M31: Julukista joo.

H: No entä sitten sä puhuit äsken tossa et jos ois joku laki joka ikäänkun velvottas kaikille tarjoamaan jotaki..?

M31: Ois semmonen laki jos ninku lähettää - jos Yle poistuu kuvioista pitäs olla laki...

H: Oisko se sun mielestä hyvä et se poistuis vai vai tota - pitäisiksä hyvänä sitä?

M31: Mä en tiiä taas sitte sitä että tulisko se sitte liian yksipuolista musiikkia kaikki siihen mistä sais eniten kuulijoita todennäköisesti jos puhuttaa ratiokanavista joku kanava lähtis erikoistumaa johonki vois olla iha hyväki asia mut se justii se on edellee se paikka - sanotaan että keskittyy justiisa näihi asutuskeskuksii Helsinki Tampere Oulu nii pois päi sitten nuo syrjäkylät jääpi pois jos se menee iha kaupalliseksi elikkä sen takia pitäs olla joku laki että mikä se - tarjovais saman palvelut myös Utsjoelle nurkkakammarii että...

Kielivähemmistöjen palvelu on toisaalta ainoa lakiin kirjattu julkisen palvelun tehtävä, jota haastatteluissa kritisoidaan. Muutamat vanhimmista haastateltavista arvostelevat vähemmistöjen palvelua juuri kansalliseen kulttuuriseen yhtenäisyyteen vedoten:

H: Mitä sä arvelet onko sinun mielestä niinku täntyyppinen järjestelmä niinku Suomessa on onks se sun mielestä tarpeellinen - olemassa?

M56: (...) Nii kyllä kai se niitten mielestä tietysti noi vähemmistöjen mielestä se on hyvä mutta - mutta mutta (...) - yks tämmönen asia mihinkä minä oon kiinnittäny huomiota ja joka on ehkä vähä ärsyttääki on tämmönen suomenruotsalaisten osuus näissä teeveelähetyksissäki siihen prosenttimäärää mitä sitä mitä väestöryhmää tässä Suomenmaassaki on ni jos pistää kanavan päälle nii saattaa olla koko ilta pelkkää ruotsinkielistä ohjelmaa...

Kielivähemmistöjen palvelua arvostelevat mieltävät ”vähemmistöt” ilmeisesti ”epäsuomalaisiksi aineksiksi” ja uhkaksi kansalliselle kulttuurille. Tässä yhteydessä saatetaan viitata pakolaisiin ja yleensäkin maahanmuuttajiin. Toisaalta puhujat saattavat olla valmiita hyväksymään saamenkieliset palvelut, koska saamelaiset määritellään ”alakuperäisiksi suomalaisiksi”:

M59: Oikein ku olisi nii eihän tarvisi Suomessa muuta ku tätä suome.. suomenkieltä mutta tämä näkyy menevän että kaikki mitä tulloo nii kaikilla kielillä se viijään ja - ja kulttuurit ja tämmöset mitä siinä on ni...

H: Nii nii onks se sun mielestä niinkun - liikaa?

M59: (...) Toeselta kannalta sei oo mutta toeselta kannalta on. Kun meillä kuitenkin aeka tiukka se - perushomma on että tota Suomi on Suomi ja tota sitä otettaa porukkaa mite sattuu ja meilläähä Suomessa oma kansa kärsii paljo enempi ku näitä tulee sanotaa tuonnehi tulloo - niille annetaan isompi tukku rahhaa kouraan mitä täällä nämä pieneläkeläeset...

Kaiken kaikkiaan siis varsin monet haastateltavat näyttävät reagoivan - kukin laillaan - Yleisradiolle delegoitujen julkisen palvelun tehtävien lähinnä implisiittisesti ilmentämään vahvaan kansalliseen eetokseen: Jotkut viittaavat myönteisessä hengessä kansallisen yhtenäisyyden ylläpitämiseen tai ”kaikkien tässä maassa asuvien” palvelemiseen, kun taas toiset pyrkivät vetämään rajaa enemmän ja vähemmän ”oikeiden” suomalaisten välille. Yllättävän monet kiinnittävät huomiota myös kansalliseen kriisitiedotukseen

liittyviin tehtäviin, jotka voidaan nähdä jopa koko julkisen palvelun järjestelmän viimekätisenä legitimaationa:

N47: No nyt semmone hirvistys tuli mieleen ku sota-aika. Tää ja ainaha se semmone vaikka sitä ei niinku ääneen puhutakkaa nii ainaha se on seki mahollisuus että meijänki elämän aikana semmonen vielä tulis – ni kyl mä ainaki siinä vaiheessa ku joku kriisi – olkoo joku kriisitilanne ei tarvi välttämättä olla edes sota – nii kyllä mä siinä vaiheessa käännän kääntäsin radion tosiaa sinne valtion valtion radion puolelle koska mä niinkun koen sen että se tavottaa sieltä ne päättäjätkin ja ne jotka siitä asiasta tietää. Ja ja ja tota että jotenkin niiku itestä tuntuu että siinä tilanteessa pitäs niinku saaha tietää se koko maan tilanne että se ei riitä enää sitte se paikalline. Että kyllä mä niinkun on – ainaha pittää varautua semmosee ikänä kukkaa ei niitä toivo nii kyllä mä luulen että edelleenki semmosessa tilanteessa ku joku katasrofi tapahtuu esimerkiks tää Tsernobyl oli niin kyllähä se oli radio se mistä mekin sillo kuunneltii kyllähän se radio oli ettei sitä ei niinkun se jotenki oli niinku ihan selevä itestään selevä että mitä nyt on tapahtunu ja minusta se on kyllä ihan yks erittäin tärkeä tai niitä tärkeimpiä tärkeimpiä että se pystyy niinkun tavallaan suojelemaa meitä – nii justii elikkä tavallaan pystyy niinku meitä kansalaisia suojelemaa...

6.2.2. Julkisen palvelun käytännön toteutus

Kuten jo aiemmin on todettu, julkisen palvelun tehtävien ja julkisen palvelun tehtävien toteutuksen tarkastelu analyttisesti erillisinä ulottuvuuksina ei ole helppoa eikä kaikilta osin edes mahdollista. Osittain tämä johtuu siitä, että julkisen palvelun periaatteen ytimeksi voidaan ymmärtää joko perinteisesti ei-kaupallinen sähköisen viestinnän organisaatio (Suomessa Yleisradio Oy) tai sitten – uudemman tulkintamallin mukaan – tietyt sisällöt (vrt. esim. Hujanen & Jauert 1998, 126). Toisaalta oli jo alun perin odotettavissa, että arkipäiväänsä elävät haastateltavat eivät välttämättä miellä julkisen palvelun problematiikkaa erityisen relevantiksi keskustelunaiheeksi: Tällöin haastateltavien lähtökohtana on todennäköisesti olevien olojen enemmän tai vähemmän passiivinen rutiininomainen hyväksyntä.

Koska kuitenkin pyrin työstämään tässä tutkimuksessa edellä mainittua erottelua, olen kysynyt vielä erikseen haastateltavien periaatteellista suhtautumista kaupallisten toimijoiden potentiaaliin mahdollisuuksiin hoitaa julkisen palvelun tehtäviä¹¹². Tosin tämäntapainen ”keskustelu” ei välttämättä ole ollut mielekästä silloin, jos koko julkisen palvelun tematiikka on ollut haastateltavalle jotain aivan uutta ja outoa.

Näiden keskustelujen perusteella suhtautumista julkisen palvelun käytännön toteutukseen näyttää määrittelevän ennen kaikkea se, nähdäänkö sinällään laajaa kannatusta saavien *julkisen palvelun tehtävien määrittelyssä keskeisenä* tehtäviä

toteuttavan organisaation eli Yleisradion *julkinen omistus* vai kiinnitetäänkö huomiota laissa lueteltuihin julkisen palvelun *tehtäviin sinänsä*. Mikäli keskeisenä nähdään tehtävät sinänsä, myös kaupallista toteutusta pidetään yleensä periaatteessa mahdollisena.

Toisaalta muutamit haastateltavat huomauttavat, että *Suomessa kaupallinen toimija jo hoitaa julkisen palvelun tehtäviä* (vrt. Hellman 1999a, 426-427):

H: Okei. No voisko sun mielestä julkisen palvelun tehtäviä – se mitä käytiin äsken läpimme ni tota hoitaa siltä tavalla Suomessa että jaettas ne ikäänkun – kaupallisille kanaville? Esim lakisääteisesti määrättäis?

N42: (...) No kyllähä se ois joku kulttuuri – sehän menee jo itteasias jos aatellaa jotain...

6.2.2.1. ”Liian vaikeita kysymyksiä”

Monien haastateltavien suhtautuminen julkisen palvelun tehtävien toteutuksen vaihtoehtoihin ilmentää Hellmanin (1988, 125-126) kuvaamaa Yleisradion rutiininomista hyväksyntää – julkisen palvelun tehtävien hoitamisen vaihtoehtojen miettimistä ei ole koettu ajankohtaiseksi, jos julkisen palvelun periaatteesta ylipäätään ollaan oltu tietoisia. Jotkut haastateltavat yksinkertaisesti kieltäytyvät pohtimasta kysymystä, jolla ei heidän kannaltaan näytä olevan minkäänlaista merkitystä:

H: Nii. Tota voiskos sitä ajatella siltä tavalla että jaettas noita tehtäviä kaupallisille?

N54: Onnistusko se sitte..?

H: Mihi sä epäilet et se tökkäis se asia..?

N54: Liian vaikeita kysymyksiä...

H: (Nauraen) Onko liian vaikeita kysymyksiä?

N54: Oon.

Muuan haastateltava taas katsoo, että ”tavallisella kansalaisella” ei ole kerta kaikkiaan mahdollisuuksia vaikuttaa tämäläisiin asioihin. Asian pohtiminen on siis turhaa:

M59: En minä osaa sanoo ei meidän iäni ei kuulu mihinkää.

H: Et sä et usko et sä pystyt vaikuttaa siihen?

M59: Ei ei ei varmasti ei.

Osa haastateltavista taas osoittaa ”vastuullista kansalaisuuttaan” kieltäytymällä ottamasta kantaa kysymykseen, josta he eivät katso tietävänsä tarpeeksi.

Mielenkiintoista näissä kommentteissa onkin toisaalta niistä heijastuva käsitys yhteiskunnan toiminnasta ja yksittäisen kansalaisen roolista yhteiskunnassa ja toisaalta niiden ilmentämä varsin *pragmaattinen asennoituminen*.

¹¹² Tavoitteena ei tässäkään tapauksessa ole siis ollut niinkään ”kerätä mielipiteitä” kuin tutkia haastateltavien käyttämiä argumentaatorakenteita.

6.2.2.2. ”Kyllä minä antasin Yleisradion hommina olla”

Osa haastateltavista katsoo julkisen palvelun tehtävien toteuttamisen onnistumisen edellyttävän nimenomaan näitä tehtäviä toteuttavan Yleisradio Oy:n *julkista rahoitusta ja omistusta*. Julkisen palvelun ytimessä on tällöin puolueettomuudeksi ja luotettavuudeksi tulkittu *yhteiskunnallinen vastuu* (ks. jakso 5.2.1.3.), joka perustuu toiminnan ei-kaupallisuuteen ja näyttäytyy siis yksityisen kaupallisen voitontavoittelun vastakohtana:

H: Tuota niin, mite sä näet semmosen mahdollisuuden että jossakihan on tehty sillä tavalla et julkista palvelua on ikään kun – noita tehtäviä on jaettu kaupallisille yhtiöille?

N62: Joo ei niinku nyt yleensä kaikki kaikissa näissä ollaan tekemässä. Et sen mä tiedän ite oon bisneksessä ollu et kaupallisella kaupallisella kanavalla tai jossain muussa missä tahansa nii se tuotto on ensimmäisenä ja laatu tulee vasta sitten, ja sitte siihe vielä – siellä tehdään sitä mitä joku haluaa – maksaja. Tai joku omistaja tai joku – se on ilman muuta tärkeätä.

Haastateltavat rinnastavat Yleisradio Oy:n tässä(kin) yhteydessä paitsi kirjastoihin myös Postiin ja VR-konserniin. Rahoitusmuodon suhteen haastateltavat eivät siis välttämättä pidä ratkaisevana sitä, että Yleisradion toiminta rahoitetaan nimenomaan tv-maksuin – kuten luvussa 5 on kuvattu, monet haastateltavat kokevat tv-maksun yhtä kaikki veroluonteiseksi maksuksi (ks. jakso 5.3.3.).

”Rahan valtaa” saattavat pelätä yhtä lailla nuoremmat kuin vanhemmatkin; monet viittaavat tässä yhteydessä myös yleiseen *kaupallistumiskehitykseen* (ks. esim. ed. sitaatti). Nimenomaan nuoremmat haastateltavat näyttävät kuitenkin selittelevän ja pyytelevän anteeksi ”markkinakriittisyyttään”. Olen tulkinnut tämän viittaavan siihen, että erityisesti nuorehkot kuuntelijat kokevat *omien arvostustensa olevan ristiriidassa hegemonisen markkinakeskeisen ideologian kanssa*:

N29B: Ymm... ehkä ei kannattas – ku kuitenkin ne - kaupalliset kanavat niisson kuitenkin se - raha määrää vähä liikaa niissä – (...) että – ni - tai emmätiijä onko mulla väärä mielikuva mutta mullon semmonen että - kuka sinne nytten - maksaa eniten ni sen kantaa tuodaa enemmän julki.

H: Et sä niinku epäilet että semmonen - riski olis olemassa?

N29B: Nii en tiijä oonko liian epäileväinen (naurahdus) mutta tuota - mä en ninku tai tietenkä nykyää ku kaikki pyörii rahalla ja - se on just se päivän sana että – mutta tuota ite en niinku jaksa usko että se - kuitenkin on hyvä asia jos - liian mennää kaikki - niinku tekemää just – että - vaan se voitto silmissä (epäselvää)...

Edellisen sitaatin kaupallisen koulutuksen saanut haastateltava perustelee vielä keskustelun kuluessa ”markkinakriittisyyttään” *omakohtaisilla kokemuksillaan*:

N29B: Mä luulen et mul on just tää työttömyys ollu hirvee hyvä koulu et niinku sillee avautu silmät että ei se oo niin kuule aina että - mitä koulussaki annettii ymmärtää että...

Jotkut haastateltavat tuovat jälleen esille tässä työssä jo useaan otteeseen esitellyn *kaupallisten kanavien ja Yleisradion työjaon*. Nämä sähköisen median rakenteita kohtuullisen hyvin tuntevat haastateltavat näyttävät lähtevän siitä, että *julkisen palvelun tehtävien hoitaminen edellyttää joka tapauksessa julkista rahoitusta*: Joko tehtävät hoitaa Yleisradio Oy tai kaupalliset toimijat saavat julkista tukea - yksinomaan mainosrahoituksella julkisen palvelun tehtävien ei uskota hoituvan:

H: Jos tää nykyinen systeemi purettas ja samoja tehtäviä määrättäs kaupallisille. Piätsä sitä mahdollisena – tai parempana mitä nykyinen – nykyinen vaihtoehto?

N42: Een mää piä mahdollisena - mä oon vissii liian konservatiivinen.

H: Mut säet piä sitä ajatuksesta tai se ei oo sulle hyvä ajatus?

N42: No mäen oikeen tiedä jos mä annan jonku tehtävän toiminnan markkinatalouden – liikeyritykselle – tottakai se voi hoitaa sitä mut ku siinä ei oo lakisääteistä – mut mite me voijaan lakisääteisesti velvottaa esimerkiksi joku tämmönen yksityinen taho, joka kuitenkin perustuu – sehän voi tehdä konkurssin tai muuta vastaavaa - että musta on sitte taas toisaalta väärin se, että ne jotka lähtee toimimaa markkinatalouden periaatteella – että mun mielestä niitä ei sitten taas saa mennä yhteiskunnan tukemaan. Että sitten – toimikoot.

Useiden haastateltavien puhetta näyttää toisaalta (tämän haastattelun kontekstissa) jäsentävän kulttuurinen erottelu, jossa *kaupallisen radion perustyyppinä näyttäytyy nimenomaan paikallisradio*. Kun pohditaan kaupallisten toimijoiden mahdollisuuksia, viitataan paikallisradioiden sekä ammatillisesti että taloudellisesti puutteellisiin toimintaresursseihin:

H: [...] että on jaettu näitä julkisen palvelun tehtäviä kaupallisille yhtiöille. Miltä semmonen tota noin ihan ajatuksena kuulostaa?

M35A: Ei kyllä minä antasin Yleisradion hommina olla sen että – ainaki minun minulle on tuo Kajaus niin tuhottoma huono maine minun mielestä sillä on että tota uskottavuus niinku kärsii sillä tiedolla mitä siltä tulee että tämä on niinku uskottava ja puolueeton – semmonen tunne on että se on puolueeton ja antaa niinku oikeeta tietoa. Ne mainokset sotkoo siinä niin paljo (naurahdus).

Tässä tapauksessa voidaan tietenkin kysyä, missä määrin vastaukset olisivat erilaisia, mikäli huomio kiinnitettäisiin enemmän televisioon - jolloin ”kaupallisen toimijan” perushahmona näyttäytyisi todennäköisesti MTV3-kanava. Mainokset tai oikeammin mainosten puuttuminen suomalaisesta julkisen palvelun tarjonnasta puhuu joka tapauksessa joidenkin haastateltavien mielestä julkisen palvelun puolesta – kuten aiemmin on todettu, mainosten puuttuminen voidaan kokea kuluttajaystävällisenä piirteenä (ks. jaksot 4.4.2. ja 5.1.2.1.):

H: [...] sellastakin on niinkun pohdittu että voisko näitä tehtäviä niinkun jakaa kaupallisille?

N24: Kyllä varmaan vois jakaa mutta ei kuitenkaa ni - ei niinku lopullista valtaa koska kaupallisuus on mulle ainakin¹¹³ 13 sanana tai terminä semmonen se iskee liikaa vastaan. Siionon

¹¹³ Tässä sitaatissa – samoin kuin edellisessä (M35A) – kannattaa jälleen kiinnittää huomiota siihen, että haastateltava ei vetoa ”kulttuuriseen itsestäänselvyyteen” vaan käyttää ilmaisua ”mulle *ainakin*” (ks. myös esim. N19B jaksossa).

liikaa se pintapuolisuus ja se mainostaminen ja myymine ja se rahan - käsittely siinä - vastaa et - mä tykkäisin enemmän tästä.

Argumentaatio saattaa perustua myös ”laatudiskurssiin”, jossa siis julkisen palvelun Yleisradio edustaa ”yleisradiolaatua” eli viihteellisyyden ja pinnallisuuden vastakohtaksi asettuvaa asiallisuutta ja syvällisyyttä:¹¹⁴

H: Tosiaan siis se - siis - sä sanot että sä pelkää jotenki että että tuis Nelosen säätyttöjä (naurahdus)?

N31: Niin, nii koska eikös se jos iha ajattelee niin tota – jotenki must kyllä ne kriteerit laskee jollaki tavalla onhan se niinku nähtävissä – niinku miettii jotaki Maikkarin uutisiaki ni sekin et se on viihteellistä et siin on se loppukevennys – ja ku mä mietin niinku uskottavuutta ni kyllä mä pidän niinkun - Ykkösen uutisia uskottavimpana. Et jotenki must se taso on parempi.

6.2.2.3. ” Miksei ne saisi iha yhtä laadukasta tuotettua ku tota – Yleisradio”

Kun haastateltavat pohtivat kaupallisten toimijoiden mahdollisuuksia toteuttaa julkisen palvelun tehtäviä huomiota kiinnittää se, että *kaikki ylipäätään tähän keskusteluun suostuvat haastateltavat näyttävät pitkälti jakavan julkisen palvelun periaatteisiin kiteytetyt arvot* (vrt. myös esim. Syvertsen 1999, 5-11). Julkisen palvelun periaate voidaan kuitenkin kytkeä ensisijaisesti tiettyyn organisaatioon (kuten edellisen jakson sitaateissa) tai sitten ennen muuta tiettyjen *sisältöjen tarjontaan*:

H: Mi.. miltäs sellanen ajatus - periaattees kuulostaa et et jaettas ikäänkun noit tehtäviä kaupallisille?

M20: No kyllä sekin voi onnistua - kunhan ne toteutetaan hyvän toimintaperiaatteen mukaan.

H: Jonka perusasia on..?

M20: Että - toimitaan niinku esimerkiks ninku tässä laki määrää lain kirjaimen mukaa että siitä ei ruveta poikkeamaa ainoastaan oman – oman tota - menestymisen tähän että - vaik poikkeuksella tienattaisiin enemmän nin tota sei ehkä oikein enää palvele asiaa.

Nämä haastateltavat – joista osa on kaupallisten kanavien ja osa Yleisradion radiokanavien vakituksia kuuntelijoita - eivät siis näytä näkevän mitään olennaista ”olemuksellista” ja laadullista eroa julkisrahoitteisen ja mainosrahoitteisen toiminnan välillä:

M41: Kyllä minusta, seki on varmaa ihan toimiva systeemi että - verkotetaan joku tietty määrä - palavelemmaa näitä – julkisia julukisia ja muita. Kyllä varmaan iha hyvä ajatus on seki.

H: Että piät ninku ihan mahdollisena - periaatteessa?

M41: Tullee kuitenkin huomijoitua kaikki ryhmät.

Toisaalta nykyistä *Yleisradiota käytetään julkisen palvelun tehtävistä suoriutumisen arvioinnin mittarina* (vrt. esim. Collins 2000, 55-56). Esimerkiksi tämä (Radio Suomea

¹¹⁴ Tässä yhteydessä lienee syytä erikseen muistuttaa, että ”kansalaismielipiteiden” ymmärretään tässä työssä perustuvan nimenomaan *mielikuviin*, jotka prosessoituvat tiedollisista ja kokemuksellisista elementeistä erilaisten diskursiivisten rakenteiden puitteissa.

kuunteleva) haastateltava asettaa kysymyksen, voisivatko kaupalliset toimijat tuottaa ”yhtä laadukasta” palvelua:

N43: (...) Vois kait sitä joku muuki tämän saman - tarviiko ollenkaa - olla tämmönen... [...] sillohan sitä varmaan Ylee – tuettasko sitä toimintaa että se - niija miksei ne saisi iha yhtä laadukasta tuotettua ku tota – Yleisradio...

Mainosrahoituskaan ei välttämättä ole kynnyskysymys edes sellaisille haastateltaville, jotka kiinnittävät radiota kuunnellessaan huomiota mainoksiin ja pitävät mainoksia/mainosten puuttumista keskeisenä erona kaupallisten ja Yleisradion kanavien välillä; seuraavassa sitaatissa rajalinja vedetäänkin käyttäjälle ilmaisten ja tilausmaksullisten kanavien väliin. Kannanottoa erillisen julkisen palvelun yhtiön puolesta perustellaan ennen kaikkea käytännöllisesti Yleisradion ”varmuudella”¹¹⁵ – mutta myös YLEn palvelujen maantieteellisellä kattavuudella:

H: [...] miltä se kuulostaa sun mielestä kuulostaaks se hyvältä tai huonolta tai minkälaiselta vaihtoehdolta semmonen ajatus että..?

M34: Niin no ku aatellaa pyssyykö se hallinnassa sitte jos ne kaupallisille mennee ei kaupallisetkaa ainakaa vielä kansalaisilta peri mittää ku sehän on jottai mainoksia että nehän ne maksaa että sama se kuka sen lähettää loppujen lopuksi – mutta parempi se on Ylellä ku se tulee varmemmi ja sitte ku toesaalta ku - kun aatellaa että onha paikalliset radiot - sieltähä se tulee parraiten ja sitten toesaalt se näkyvyysalue eihän Kajjauskaa yllä joka pitäjää Kaenuussakaa...

Käsillä olevassa aineistossa yksi lähinnä kaupallisia radioita kuunteleva haastateltava kuitenkin katsoo, että *itse asiassa kaupalliset radiokanavat tarjoavat jo nyt palvelua ”tasapuolisesti kaikille”* - julkisen palvelun hän ymmärtää ennen kaikkea ”tiedotteina”, jotka voivat parantaa kaupallisten radioiden kuuntelijoiden palvelua:

M35B: Nii no tietysti tuota nin nin – kyllähän varmasti - jos ajatellaan silleesti että kuinka moni kuuntelee kuitenkin näitä kaupallisia radioita nin tuota nin nin kyllä se olis varmasti iha hyvä että se tulis välillä tuota muutaki ku sitä omaa kaupallista ohjelmaa että sitä tulis just näitä tiedotteita ja ennen kaikkee se että sinne otettas huomioo sitte muutki otettas lapsista ihan tuonne vanhuksii asti huomioo. Mut kyllä yleesähä näissä radiossa mitä nyt oon muutamia kuunnellu nii kyllähä se aika hyvin otetaa loppujen lopuks huomioo.

H: Tällä hetkellä nii?

M35B: Että ei taija olla missään sellasta että joku voi tulla sanomaa että sillä kanavalla ei oteta huomioo heitä eikä se tule niinku tasapuolisesti kaikille.

Kysymys kaupallisten toimijoiden valvonnasta nousee esille useissa kommentteissa. Vaikka periaatteessa pidetään mahdollisena ja suotavanakin julkisen palvelun tehtävien delegoimista kaupallisille toimijoille, kaupallisten toimijoiden saatetaan arvioida tarvitsevan julkista valvontaa.. Valvonnan käytännön järjestämisen oletettujen hankaluuksien vuoksi tämän näkökulman esille tuoneet haastateltavat näyttävät kuitenkin usein lopulta kallistuvan nykyisen järjestelmän säilyttämisen kannalle:

N29A: No periaattees se kuulostaa iha hyvältä, että tällee ehkä saatas sit sitä yhteiskunnan maksutaakkaa vähemmäksi mutta toisaalta sitte sitä täytyy valvoo jollaki tavalla – että ne sitten – noudattaa sitä.

H: Ymm.

N29A: Oisko se sitten – meniskö se sama raha siihe valvomisee ku siihen ylläpitämiseen..?

Tämän kolmikymppisen naisen kommenttiin näyttää joka tapauksessa sisältyvän samantapaista ”diskursiivista neuvottelua” kuin joidenkin muidenkin nuorehkojen haastateltavien kannanottoihin; voisi jopa sanoa, että uuden ja vanhan radiokulttuurin murros näyttäytyy ristiriitaisina diskursiivisina juonteina heidän ajattelussaan.

Samantapainen ristiriita – tällä kertaa tosin ”yksityisen” ja ”yhteisen” edun ristiriitana esiintyvä – tulee kuitenkin esiin myös seuraavassa vanhemman naisen haastattelussa:

N58: Mite kaupal.. kaupalliset yhtiöt niinkun (epäselvää) rahottasi mainostuloilla? Vaikuttasko se sitten tuota niin hintaan?

H: Nii et se lupamaksu..?

N58: Nii sen lupamaksun hintaan?

H: Kyllähä se varmaa sitte jotenki...

N58: Siinä on vaan sitten se että kaupallisella puolel mennee niin sehän silloin niin mitä se edustaa se kaupallinen sinneppäin – et se ei tule niinkun – et se ei välttämätää oo niinkun virallinen. Sehän niinkun sanotaan tutkimuksesta että tutkimuksessaki puhuu todella sen tietää kuka sen on tehny. Niin siinä kävis vähän samallailla.

H: Että sä et sitä oikein..?

N58: No minusta se ei oo välttämätön sikäli koska tuota siinä on hyvin helposti se kävis nii mut jos se pystyttäs takaamaan että näin ei käy ni jos se alentas maksujen hintaa nii silloin se ois hyvä, silloin se ois hyvä.

Kaiken kaikkiaan kuitenkin vain pari haastateltavaa ottaa julkisen palvelun tehtävien toteutuksen vaihtoehtoista keskusteltaessa oma-aloitteisesti esille tv-maksujen alentamisen – ja yksi haastateltava sanoo nimenomaan pitävänsä tv-maksua valtion budjettirahoitusta parempana vaihtoehtona. *Tv-maksun ”näkyttömyyttä”* julkisen palvelun vaihtoehtojen pohdinnassa voidaan pitää hämmästyttävänä, olkoonkin että monet haastateltavat mieltävät tv-maksun lähinnä veroksi muiden verojen joukossa. Saattaa kuitenkin olla, että omasta maksusuorituksesta puhuminen (lupamaksu *kansalaisen* henkilökohtaisen moraalien ja ”kansalaiskunnan” mittarina, jakso 5.3.3.1.) koetaan laajemman yhteiskunnallisen ”kansalaisuusdiskurssin” puitteisiin sopimattomaksi.

¹¹⁵ ”Varmuudella” voitaisiin ajatella viitattavan tässä joko tekniseen laatuun, pitkäaikaisen

6.2.3. Julkisen palvelun suppea ja laeva määritelmä

Julkisen palvelun käsitteen ”laveuden” määrittelyn rajasin alun perin haastattelujen ulkopuolelle, sillä halusin keskittyä tämän tutkimuksen kannalta oleelliseen eli julkisen palvelun periaatteiden ja niiden käytännön toteutuksen/toteuttajan välisen suhteen tarkasteluun kuuntelijoiden näkökulmasta. Toisaalta oletin julkiseen palveluun liittyvien kysymysten olevan monille haastateltaville etäisiä ja arvelin siksi joutuvani antamaan haastattelujen aikana melko paljon taustatietoja; tässä tilanteessa jokaisen uuden teeman esittely paisuttaisi pakollista ”taustatietopakettia” ja lyhyesti sanottuna oli siis olemassa riski, että haastattelu alkaisi muistuttaa luentoa tai oppituntia.

Haastattelujakson aikana keväällä 2000 keskustelu ”täyden palvelun” tai ”täydentävän palvelun” Yleisradiosta alkoi kuitenkin levitä Euroopan Unionin esityslistoilta kotimaiseen julkisuuteen. Näin ollen otin aiheen kokeiluluontoisesti esille muutamissa loppuvaiheen haastatteluissa, mikäli haastateltava vaikutti tematiikasta kiinnostuneelta. Kuten jo aiemmin on useaan kertaan todettu, kaikki haastateltavat eivät kuitenkaan olleet halukkaita pohdiskelemaan ”periaatteessa” heidän elämänsä kannalta ilmeisen irrelevanteilta tuntuvia kysymyksiä. Käytännössä tästä aiheesta keskusteltiinkin vain puolen tusinan nuorehkon kuuntelijan kanssa.

Muutamit julkisen palvelun yhtiön ja viihteen suhdetta pohtineet haastateltavat pitävät ”viihteen” rajaamista pois julkisen palvelun yhtiön toimenkuvasta huonona ajatuksena. Perusteluissa vedotaan laatukriteereihin sisältyvään kulttuurisen diversiteetin vaatimukseen. Seuraavan sitaatin haastateltava ottaa teeman jopa oma-aloitteisesti esille julkisen palvelun tulevaisuuden yhteydessä:

H: [...] mihin suuntaan pitäis kehittää toimintaa esimerkiks tällasta julkisen palvelun yleisradiotoimintaa? Onks siinä jotaki sellasta mitä pitäis tulevaisuudessa tehdä – mitä nyt ei oo tehty? Tai jättää pois jotaki mikä nyt on – kuuluu tähä repertuaariin?

M19: Tär.. tärkeintä on pyrkiä säilyttämään se laatu siinä. Ja sit monipuolisuus.

H: Joo, joo. Mitä se monipuolisuus tarkoittaa?

M19: Ymm - no no se liittyy yhtee sen laadun kanssa että on hyviä ohjelmia mutta on monenlaisia monen eri alan, erityylisiä.

Toinen haastateltava puolestaan vetoaa koettuun laatuun ja julkisen palvelun yhtiön yhteiskunnalliseen vastuuseen. Tämä vastuullisuus on hänen mielestään myös aistittavissa Yleisradion viihdeohjelmissa:

kokemuksen kautta kerääntyneeseen ammattitaitoon tai vakaaksi koettuun talouteen.

M35A: Ei kyllä se on Yleisradiolla pitäs tai näillä julkisen palvelun mitä ne nyt olikaa – pitäs olla viihdeohjelmia ihan samalla tavalla – seki on niinku parempaa siellä se on niinku uskottavampaa se viihde tai sillälailailla – se on silläki on se kontrolli mullon semmonen käsitys siellei niinku sillai kettää nollata eikä mollata sillailailla niinku kaupallisilla – ehkä emminä tiijä semmonen tuntuma vai on.

Ajatus Radiomafian yksityistämistä ei myöskään innosta kanavan vakiokuuntelijaa, joka sanoo pitävänsä (valtakunnallisia) mainoksia ”turhina” kainuulaisten kannalta.

Julkisen palvelun kanavien alueellisella kattavuudella ei nyt puheena olevissa muutamassa keskustelussa varsinaisesti perustella ”täyden palvelun” Yleisradiota.

Kainuusta Etelä-Suomeen muuttanut mies olettaa kuitenkin Radiomafiaa kuunneltavan nimenomaan syrjäseuduilla:

H: [...] No ketkä sit sun mielestä kuuntelee Mafiaa?

M31: Nuoremmat jotka ei kuuntele Novaa, jossaki muuvalla ku täällä. Siis – ja ehkä justiisa nuo maaseudun paikkakunnat pohjosek Itä-Suomen joissa ei kuulu paikallisradioita nii hirveesti. Ne on kyllä jääny jääny tota just näihe alueradioiden jalkoihin just nämä Ylen puolen ohjelmat.

H: Joo eli tavallaa ainaki täällä missä tarjontaa on enemmän ni Mafia on jääny pois ja sit siellä missä ei oo niitä nii..?

M31: Uskosin näin. Joo.

Pari julkisen palvelun tematiikasta kiinnostunutta kuuntelijaa pitää periaatteessa mahdollisena viihteen rajaamista pois julkisen palvelun yhtiön toimenkuvasta.

Perusteluina ovat tällöin Yleisradion ja kaupallisten kanavien työnjaon selkeys ja toisaalta jälleen yleisradiolaatu:

N31: Nii, nii. Ehkä se on toivottava kehitys koska sit se niinku se laatu säilyy – jotenki tämä ajattelin sitä ku - tuli nyt oli se - Tänään iltapäivällä täytti vuosia – olikse kymmenen vai ykstoist vuotta ja siitä tuli iha viime viikolla ohjelma radiosta ja siinä esimerkiks sanotti sillätavalla sillonku tää alko tämä Iltapäivällä- ohjelma ni siinä oli tota - musiikkia – mut sitte - se on vuosien saatossa jääny pois – ni mä niinku toivosin et jos niinku tämmösiä päätöksiä tehdään ja jos mietitään että tämmönen kansallinen kanava säilytetään nin - mustahan se olis aika selkeä toisaalta että niinku rajattas tämmöset - kaupalliset ja viihteelliset ohjelmat pois – voihan olla tämmöne asiaohjelmaki viihteellistä.

”Viihteen” ja ”asian” raja ei siis kuitenkaan näytä yksiselitteiseltä. Näin ollen Radio Suomi toteuttaa haastateltavan mielestä Yleisradion radiokanavista parhaiten julkisen palvelun periaatteita, sillä vaikka esimerkiksi Radio Ylen Ykkönen edistää kulttuurin kehitystä Radio Suomi tavoittaa kansalaisia kaikkein kattavimmin:

N31: [...] kyllähän niinku Radio Suomi on – on tota - julkista palvelua ihan selvästi – et niinku sehän on - sehä on tämmönen – tukee kyllä toimivaa kansanvaltaa kyllä niiku se on niinku semmonen kaikkien – [...] niin tota kyllä must ehkä tällä hetkellä Radio Suomi tukee kaikista eniten näitä kaikkia – niinku siis kaik.. jokaisen saataville ja tukee kansanvaltaa ja on jotai vähemmistöille ja erityisryhmille ja – ja tota – ja näitä viranomastiedotuksia siellä on erinomaisia kaikki nää sää ja nää hätätiedotukset että kyllä musta ninku tällä hetkellä Radio Suomi on ilman muuta niinku on eniten tämmösen julkisen palvelun niinkun tämmösen... [...] mä mietin vaa sitä mitä että mikä on niinku tällä hetkellä mä uskosin että kaikkien kansalaisten niinku eniten saatavilla tai se on helppo valita – ehkä se on se Radio Suomi – kuitenkin.

Käsillä olevan aineiston muutamia esimerkit osoittavat, että perinteistä ”yleisradiolaatua” voidaan käyttää argumenttina yhtä lailla puolustettaessa kuin vastustettaessakin ”täyden palvelun” Yleisradiota. Ratkaisevaa näyttäisi olevan se, jäsennetäänkö laadukkuutta ”asian” ja ”viihteen” vastakkainasettelun kautta vai painotetaanko kulttuurista ja alueellista kattavuutta ja/tai läpäisyperiaatteella toteutuvaa yhteiskunnallista vastuuta.

6.2.4. Keskustelua julkisen palvelun Yleisradion legitimitetistä

Tämän lisenssiaattityön kirjoitusvaiheen aikana sekä julkinen keskustelu että poliittiset päätökset ovat tuoneet koko ajan uutta tietoa ja myös luoneet uusia näkökulmia tarkasteltavana olevaan aiheeseen, mikä kertoo tematiikan olevan näinä aikoina poliittisessa ja yhteiskunnallisessa polttopisteessä. Liikenne- ja viestintäministeriön työryhmä onkin viime talvena tarkistanut Yleisradion tehtävänasettelun ja esittänyt kaupallisten kanavien toimilupamaksujen puolittamista; ”kansalaismielipidettä” aiheesta on etsitty mm. julkishallinnon keskustelufoorumilta, jossa julkisrahoitteiset televisio-ohjelmat ja palvelut olivat maaliskuun 2001 keskustelunaihe (<http://www.euro.fi/vm-keskustelu/forum.asp?vtype=77&ID>); virtuaalikeskustelu tarjoaa oman työni kannalta mielenkiintoista vertailumateriaalia.

Käsittlemättä tarkemmin nettisivuilla käynnissä olevaa keskustelua¹¹⁶ voidaan todeta, että monet tässä tutkimuksessa eriteltyt argumentaatiostruktuurit ja perusoletukset ovat tunnistettavissa myös keskustelufoorumille lähetetyissä kannanotoissa. Toisaalta voidaan todeta, että käsillä olevan työn aineistosta puuttuvat nettikeskustelussa esiintyvät aggressiivisesti Yleisradion lakkauttamista vaativat ja ylipäätään julkisen palvelun periaatteiden arvon kiistävät kannanotot.

Aggressiivisen kriittisten kannanottojen puuttuminen aineistosta saattaa viitata siihen, että vastoin oletuksia sekä kaupallisia että Yleisradion kanavia kuuntelevia haastateltavia yhdistää jonkinlainen neutraali tai myönteinen perusasenne Yleisradioon – mikä on tietenkin mahdollista ottaen huomioon, että suurin osa haastateltavista on rekrytoitu Yleisradion järjestämien yleisötilaisuuksien yhteydessä (vrt. jakso 2.1.1.1.); aggressiivisen kriittisiä näkemyksiä ei tullut esille myöskään tilaisuuksien yhteydessä suoritetussa kyselyssä, johon vastasi yli tuhat kävijää (ks. liitteet 1 ja 2). Tämän lisäksi

¹¹⁶ LM aikoo laatia nettikeskustelun pohjalta selvityksen.

voidaan pohtia, missä määrin vuorovaikutus haastattelutilanteissa on mahdollisesti muovannut ”kansalaismielipiteitä” (ks. jakso 2.2.1.2.) – ja rajoittaako haastateltaville tarjottu ”vakavasti otettavan kansalaisen rooli” aggressiivista mielipiteenilmaisua.

Toisaalta herää kysymys, missä määrin esimerkiksi asuinpaikka ja sosioekonominen asema muovaavat haastateltavien näkökulmaa. Mielestäni voidaan perustellusti olettaa, että Kainuussa ja muilla syrjäisillä alueilla julkisen palvelun alueellisen kattavuuden periaatteella on suurempi painoarvo kuin esimerkiksi Etelä-Suomen kaupungeissa. Tämä näkökulma nousee myös eksplisiittisesti esiin joidenkin haastateltavien puheessa (esim. jakso 6.1.1.2.).

Haastateltavien sosioekonomisen aseman merkitystä tässä työssä ole kovin paljoa pohdittu – siihen suppea laadullinen aineisto ei anna mahdollisuuksiakaan. Saattaa olla kuitenkin hyvä pitää mielessä, että yhteensä 32 haastateltavasta kymmenkunta oli haastattelun aikaan tavalla tai toisella työttömänä – joko ”varsinaisesti” työttömänä, työllisyyskoulutuksessa, tukityöpaikassa tai työttömyyseläkkeellä. Työttömyyden mahdollinen vaikutus yleisradiosuhteeseen ei kuitenkaan ole millään tavoin itsestään selvä: Yleisradion tutkimusten mukaan juuri työttömät ovat opiskelijoiden ja työläisten ohella tyytymättöimpiä tv-maksulle saatuun vastineeseen (Kytömäki & Ruohomaa 1999, 38) ja toisaalta: Mitä pienemmät tulot, sitä vastahakoisemmin tv-maksuun suhtaudutaan (emt., 39). Joidenkin työttömien haastateltavien argumenteissa julkisen palvelun Yleisradio rinnastuu kuitenkin muihin ”kannatettavaan” julkisiin palveluihin (esim. jakso 6.2.2.2.) .

Eräs jatkotyöskentelyn kannalta keskeinen kysymys onkin, missä määrin median käyttäjät rinnastavat julkisen palvelun yleisradiotoiminnan muihin julkisiin palveluihin. Tämän aineiston perusteella näyttäisi siltä, että siinä kun toisille ajatus on täysin vieras toisten mielestä vastaavuus on itsestään selvä. Voidaan myös sanoa, että juuri tämän kaltaisissa kysymyksissä mielipiteiden ja tietojen erotteleminen on vaikeaa: Yleisradion mieltäminen kirjastoon rinnastuvaksi julkiseksi palveluksi edellyttää ainakin jonkintasoista tietoa Yleisradio Oy:n omistus- ja rahoitusmallista.

Joka tapauksessa julkisen palvelun Yleisradion legitimitetin kannalta keskeisen argumentin eli ”ei-kaupallisuuden” ympärille rakentuva perustelurakenne houkuttelee viittaamaan myös suhtautumista hyvinvointivaltioon yleensä mittaaviin tutkimuksiin. Esimerkiksi Forma (1999) osoittaa väitöskirjatyössään, että suomalaisten enemmistö

kannattaa nykyisenkaltaisten sosiaalisten etuuksien ylläpitämistä (emt., 49-53) valtiontalouden tiukkuudesta huolimatta. Hyvinvointivaltion kannatus ei hänen mukaansa perustukaan ainoastaan itsekkäisiin lähtökohtiin vaan myös moraalisiin sitoumuksiin (emt., 77-78). Forma kiinnittää kuitenkin huomiota siihen, että joissakin sosiaaliturvaan liittyvissä kysymyksissä yhteiskunnan eliittien ja kansalaisten mielipiteet eroavat. Hän näkeekin potentiaalisena riskinä mielipiteiden polarisoitumisen ja hyvinvointivaltion kannatuksen rapautumisen eliittien keskuudessa (emt. 98-99).

Myös Elinkeinoelämän valtuuskunnan EVA:n tuoreen tutkimuksen mukaan (EVA-raportti 2001) 85 prosenttia suomalaisista katsoo, että ”hyvinvointiyhteiskunta on hintansa väärsti”; terveyden- ja sosiaalihuollon, poliisitoimen, koulutuksen ja tutkimuksen kehittämistä pidetään tärkeämpänä kuin veronalennuksia.

6.3. LYHYESTI KANSALAISTEN SUHTEESTA JULKISEN PALVELUN RADIOON

Tässä työssä kansalaisten ja julkisen palvelun Yleisradion suhteen tarkastelu on aloitettu kartoittamalla käsitteeseen ”julkinen palvelu” liittyviä kuuntelijoiden omia mielikuvia. Nämä mielikuvat voidaan ryhmitellä kolmeen ryppäeseen, jotka näyttävät ilmentävän myös *erilaisia käsityksiä kansalaisuudesta*. Julkiset palvelut voidaan mieltää vastikkeiksi maksetuista veroista, jolloin valtion ja kansalaisen suhde näyttäytyy eräänlaisena ”yhteiskuntasopimuksena”. Toisaalta julkiset palvelut saattavat tuoda mieleen enemmänkin kansalaisen ”alamaisuuden” valtion nähden. Kolmannessa ryppäessä ”kuluttajakansalainen” mieltää kaikki yhteiskunnassa tarjolla olevat – siis myös kaupallisella periaatteella toimivat - palvelut ”julkisiksi palveluiksi”.

Vastaavasti ”julkiseen palveluun radiossa” liittyvät mielikuvat voivat rakentua näkemykselle julkisen palvelun radion erityisestä yhteiskunnallisesta vastuusta. Toisaalta julkinen palvelu radiossa voidaan mieltää joko yksinkertaisesti tiedon välittämiseksi tai sitten ennen muuta ”tiedotteiden” välittämiseksi ja eräänlaiseksi palvelujournalismiksi.

Keskusteluun kansalaisten ja julkisen palvelun Yleisradion suhteesta on kuulunut olennaisena osana suomalaiseen lainsäädäntöön kiteytettyjen julkisen palvelun periaatteiden esittely haastateltaville, jotka *eivät välttämättä ole olleet lainkaan tietoisia lainsäädännön tasoisesta sähköisen viestinnän julkisen palvelun periaatteiden sääntelystä. Kaikki haastateltavat näyttävät kuitenkin hyväksyvän julkisen palvelun*

periaatteet kielivähemmistöjen kattavan palvelun periaatetta lukuun ottamatta; kielivähemmistöjen palvelua arvostelevat tässä aineistossa kuitenkin ainoastaan muutamat yli 55-vuotiaat haastateltavat.

Kaikki haastateltavat näyttävät myös enemmän tai vähemmän rutiininomaisesti hyväksyvän suurimmaksi osaksi tv-maksuilla toimintansa rahoittavan Yleisradio Oy:n julkisen palvelun periaatteiden toteuttajaksi. Vaihtoehtoisia julkisen palvelun toteutustapoja ei ole helppo hahmottaa, ja monet pragmaattisesti orientoituneet haastateltavat kieltäytyvät pohdiskelemasta tämäntapaisia kysymyksiä.

Pohdiskeluun antautuneiden haastateltavien Yleisradion legitimizeettiä ja julkisen palvelun kaupallisen toteutuksen mahdollisuuksia punnitessaan käyttämien argumenttien perusteella voidaan sanoa, että osa kaiken ikäisistä haastateltavista näyttää mieltävän julkisen palvelun ytimeksi *ei-kaupallisuuden* ja *yhteiskunnallisen vastuun*. Tällöin julkisen palvelun periaatteiden toteutus kytkeytyy nimenomaan *tiettyyn organisaation sekä rahoitus- ja omistusmuotoon – eli käytännössä valtion omistamaan julkisrahoitteeseen Yleisradioon*, joka koetaan juuri valtiollisen kytkentänsä vuoksi ”luotettavaksi ja puolueettomaksi” palvelujen tarjoajaksi. Valtio mielletään tällöin kansalaisten yhteistä etua puolustavaksi toimijaksi, jonka vastakohtaksi asettuu ”rahan valta” eli yksityiset kaupalliset intressit.

Erityisesti jotkut nuorehkot haastateltavat kuitenkin selittelevät ja puolustelevat luottamustaan valtioon ja epäluottamustaan ”markkinoita” kohtaan, minkä olen taipuvainen tulkitsemaan osoitukseksi markkinakeskeisen ajattelun hegemonisesta asemasta heidän ikäkausikulttuureissaan.

Osa haastateltavista toisaalta näkee julkisen palvelun ytimessä ennen muuta *tiettyjä sisältöjä* ja *toimintaperiaatteita*, kuten esimerkiksi kulttuurisesti ja maantieteellisesti kattavan palvelun. Tällöin julkisen palvelun käytännön toteutusta ei välttämättä kytketä Yleisradioon, sillä *julkisrahoitteisen ja kaupallisen toiminnan välillä ei nähdä olennaista laadullista eroa*. Tässä suhteessa myöskään mainokset eivät näytä olevan kaikille haastateltaville kynnyskysymys, vaan raja saatetaan vetää *käyttäjälle ilmaisten ja tilausmaksullisten kanavien väliin*.

Mikäli julkisrahoitteisen ja kaupallisen toimijan välillä ei nähdä olennaista laadullista eroa, eri toimijoiden paremmuutta julkisen palvelun periaatteiden toteuttajana

arvioidaan *praktisesti*. Käytännölliset argumentit näyttävät usein puhuvan vallitsevan käytännön eli Yleisradio Oy:n puolesta – Yleisradiota voidaan kuvata esimerkiksi ”varmaksi” palvelujen tuottajaksi. Kaupallisten toimijoiden ei välttämättä uskota pystyvän tuottamaan kriteerit täyttävää julkista palvelua ainakaan ilman valtion tukea; osa haastateltavista taas arvelee, että kaupalliset toimijat eivät ole julkisen palvelun tehtävistä kiinnostuneita. Tässä yhteydessä on kuitenkin huomattava, että nyt käsillä olevassa radiokeskeisessä aineistossa monet mieltävät ”kaupallisen toimijan” perustyypiksi kaupallisen paikallisradion.

Julkisen palvelun toteutuksen vaihtoehtoja pohdittaessa tulee esiin myös *Yleisradion rooli laatukriteereiden asettajana ja vertailukohtana*. Kaupallisten toimijoiden tuottaman julkisen palvelun katsottaisiinkin edellyttävän toimivaa valtiollista valvontajärjestelmää. Sen sijaan *yllättävän harvat tuovat esiin* kansalaisen kannalta yleensä keskeisenä pidettyä näkökulmaa eli *tv-maksua* tai laajemmin *”yhteiskunnan maksutaakkaa”*.

Yhtä kaikki *osa haastateltavista siis pitää kaupallisia toimijoita periaatteessa mahdollisina julkisen palvelun tehtävien toteuttajina*. Koska tässä tutkimuksessa huomiota on kiinnitetty ennen kaikkea haastateltavien argumentaatioon eikä niinkään mielipiteiden kartoittamiseen, tässä yhteydessä ei ole yksilöity olisiko kysymys Yleisradion korvaamisesta kokonaan kaupallisilla palveluilla vai julkisen palvelun velvoitteiden ulottamisesta myös kaupallisille kanaville. Muutamit haastateltavat huomauttavatkin, että *Suomessa julkisen palvelun tehtävät ovat jo nykyisellään käytännössä jakautuneet Yleisradion ja kaupallisten toimijoiden kesken*.

Kaiken kaikkiaan voidaan sanoa, että monet haastateltavat näyttävät pitävän Suomen nykyisenkaltaista dualistista sähköisen viestinnän organisaatiota onnistuneena. Kaupallisten yhtiöiden ja Yleisradion rinnakkaisen toiminnan saatetaan kokea tarjoavan *kuluttajakansalaiselle maksimaalisen määrän laadullista valinnanvaraa*. Kaupallisten yhtiöiden ja Yleisradion kilpailua pidetään kuluttajakansalaisen kannalta edullisena, jos Yleisradio koetaan laadun takeeksi ja kaupallisten yhtiöiden uskotaan ”piristävän” Yleisradion toimintaa. Yksi haastateltava katsoo kaupallisten yhtiöiden myös kontrolloivan valtion potentiaalisesti monopolistisen vallan riskiä.

7. TULEVAISUUDEN KUUNTELIIJA JA UUSI TEKNOLOGIA

Luvussa käydään suhteellisen tiiviisti läpi kuuntelijoiden suhdetta radioon liittyvään uuteen teknologiaan, jolla ymmärretään siis tietokonepohjaista eli digitaalista radioon liittyvien viestintäsisältöjen vastaanottoa (vrt. Nieminen 1999b, 18), käytännössä nimenomaan digitaalista radiota ja radiopalveluja internetissä. Tutkimuskysymys kuuluu: Miten kuuntelijat suhtautuvat edessä olevaan teknologiseen murrokseen?

Tässä työssä uusi teknologia ei kuitenkaan ole keskeinen kiinnostuksen kohde vaan ainoastaan yksi näkökulma kuuntelijan ja julkisen palvelun radion suhteeseen; tätä viestittänee epäsuorasti myös ”verkon” kirjoitusasu internet (eikä siis Internet; ks. Nieminen & Saarikoski & Suominen 1999, 13-14). Haastatteluihin ei olekaan sisällynyt kovin laajoja keskusteluja median konvergenssista eikä niissä ole käyty läpi kaikkia uuden teknologian sovellutuksia, kuten esimerkiksi radion kuuntelua matkapuhelimen tai tulevaisuudessa ehkä jollakin muulla nimellä tunnettavan ”kolmannen sukupolven matkaviestimen” kautta. Lähtökohtana on siis kaiken aikaa ”perinteisen” analogisen radion ”tavallisten” kuuntelijoiden arkipäivä, jonne viestit ”uudesta teknologiasta” vähitellen tihkuvat.

Vaikka keskeisenä huomion kohteena on radioon liittyvä uusi teknologia, myös digitaalisen television käsitteleminen tässä yhteydessä on välttämätöntä: Sähköisen median digitaalinen murros hahmottuu nimenomaan kulttuurisesti hallitsevan television kautta, eivätkä läheskään kaikki haastateltavat muista koskaan edes kuulleen digitaaliseen radioon liittyvistä suunnitelmista¹¹⁷. Haastatteluihin onkin sisällytetty (tarvittaessa) myös lyhyt esittely ”digitaalisen radion lupauksista” eli uusista kanavista, äänen laadun paranemisesta ja lisäpalveluista.

Julkisen palvelun Yleisradion roolia tässä luvussa sivutaan mm. keskusteltaessa radion ja television digitalisoinnin katselijoille/kuuntelijoille aiheuttamista kustannuksista, kuten esimerkiksi tv-maksun korotuksesta. Yksityiskohtaiset pohdinnat julkisen palvelun tehtävien digitaalisen kauden tulkinnoista ja esimerkiksi YLEn omistamien maksukanavien mahdollisuudesta on kuitenkin jätetty tutkimushankkeen seuraavaan vaiheeseen: Syksyille 2001 suunnitellun haastattelujakson aikaan digi-tv on juuri aloittelemassa toimintaansa laajojen markkinointikampanjoiden säästyksellä, joten

¹¹⁷ Kainuussa digitaalista radiota ei voinut eikä edelleenkään edes periaatteessa voi kuunnella, sillä digitaalista lähetysverkkoa ei tälle alueelle ole (vielä) rakennettu.

haastateltavien digitaaliseen murrokseen liittyvien mielikuvien voidaan olettaa täsmentyneen.

Toisaalta Yleisradion tulevaisuuden rooliin liittyviä odotuksia on käsillä olevassa tutkimuksessa jo jossain määrin tarkasteltu pohdittaessa julkisen palvelun legitimiteettiä jaksossa 6.2.1.2.

7.1. RADIO JA INTERNET

Internetin levinneisyyttä ja käytön lisääntymistä tutkitaan tietoyhteiskunnaksi pyrkivässä Suomessa tiuhaan tahtiin. Esimerkiksi Suomen Gallupin keväällä 2001 julkistamien tulosten mukaan yli 60 prosenttia 15-79-vuotiaista suomalaisista on käyttänyt internetiä edellisten kolmen kuukauden aikana. Eniten verkkoyhteyksiä käyttävät nuoret alle 34-vuotiaat suurten kaupunkien asukkaat. Eniten on viime aikoina kuitenkin lisääntynyt 50-64-vuotiaiden ja maaseudun haja-asutusalueiden käyttö (tiedote 27.3.2001; myös <http://www.gallupweb.com/inetstat.htm>). Demografisista tekijöistä tulotason on kuitenkin havaittu vaikuttavan selkeimmin internetin käyttöön: Sellaisten talouksien asukkaista, joissa vuositulot alittavat 120 000 markkaa, harvemmalla kuin joka kolmannella on ylipäätään pääsyä internetiin (kotoa, työpaikalta tai opiskelupaikalta).

Radion kuunteluun ja vähemmässä määrin myös muiden radioon liittyvien palvelujen käyttöön taas saattaa vaikuttaa paikka, missä internetiä käytetään. Erityisesti nuoret käyttävät internetiä usein paitsi kotona myös oppilaitoksissa, kavereiden luona ja kirjastoissa (Saarela 2000, 29), missä käytettävissä oleva ajan voidaan olettaa olevan rajallisempi kuin kotona. Tilastokeskuksen kuluvan vuoden alussa julkistaman Kuluttajabarometrin mukaan Kainuussa internet-yhteys on vain 25 prosentilla kotitalouksista; tietokoneen omistaa 36 prosenttia kainuulaisista kotitalouksista.

7.1.1. Internetin käyttö

Käsillä oleva aineisto antaa kainuulaisten haastateltavien internetin käytöstä pitkälti samansuuntaisen kuvan kuin kvantitatiiviset tutkimukset suomalaisten internetin käytöstä. Kainuun aineistossa kaikki alle 45-vuotiaat haastateltavat kertovat käyttävänsä tai ainakin jossain vaiheessa käyttäneensä kotona, koulussa, työpaikalla, kirjastossa tai tuttavien luona internetiä. Kotona yhteys on kuitenkin vain muutamilla:

H: Mut tuota niin - käytäksä nettiä?

N19A: Nettiä? Joo koulussa käytän.

H: Aha. Just joo. Mitä sä teet - sillä?

N19A: Sillä? No mä oon käyny aika paljon käyn omia sähköpostiani lukemassa ja sitten aikapaljon runosivuilla nykyään käyn ja kaikilla erilaisilla sitte Sonera mullon Soneran liittymä tossa nii minä sitten siellä niillä sivuilla käyn sitä kautta oon pääsy omiin - omille sivuille tai silleen siellä käyn ja sitte oon käyny jossaki aikapaljon noita kilpailuja aina kun on erilaisia kilpailuja ja sitten just jossakin Mafian sivulla et näyttää Listan tai jotaki tämmösiä nin...

Yli 45-vuotiaiden osalta internetin ja yleensäkin tietokoneen käyttö näyttää olevan käsillä olevassa aineistossa sukupuolittunutta sikäli, että vain yksi yli 45-vuotias nainen sanoo käyttäneensä tietokonetta työssään ennen eläkkeelle jäämistään. Vapaa-aikana yli 45-vuotiaat naiset eivät käytä tietokonetta. Kaikki työelämässä mukana olevat vanhemmat miehet sen sijaan käyttävät myös internetiä joko työn puitteissa tai kotona. Eläkkeellä olevista haastateltavista kuitenkin sen enempää miehet kuin naisetkaan eivät näytä olevan kovin kiinnostuneita Internetin tai yleensäkin tietokoneen käytöstä:

M64: En mä oo käyttäny – joo siis tää on justiin mä sanoin alue mä tiedän että tietokonetta käytin jonku verran viimesinä työvuosina ja on mulla itellänikin mutta se on nii vanha - oon käyttäny jonkun verran kotona mutta internettiä en todellakaan – ja se johtuu siis – mä en ota muuten kan... se johtuu siis että mä en tunne sitä kohtaan mielenkiintoo yksinkertasesti ehkä se johtuu minun iästäni.

Erityisesti vanhemmat naiset näyttävätkin *vierastavan periaatteessa* yleensä kaikkea tietotekniikkaa, jonka pelätään uhkaavaan inhimillistä sosiaalista kanssakäymistä (ks. jakso 7.3.2.). Tässä aineistossa vain yksi vanhempi nainen sanoo olevansa ylipäätään kiinnostunut tietokoneesta ja nettiyhteyksistä – hän on kuitenkin muutamien muiden haastateltavien tavoin kokenut niiden käytön *liian vaikeaksi*:

H: No mites sit tämä – onkos tämä nettijuttu tuttu?

N58: Ei minulle ei (epäselvää)...

H: Ei oo kotona..?

N58: On, on tietokone mää oon ostanu tietokoneen mutta tuota minun piti harjotella se mutta mä oon antanu periksi mä en siihen opi itekseni mun pitää hankkia jotenki koulutusta. Ja siinä on - jos ossaan käyttää nii sillä pääsee nettiin.

7.1.2. Radion kuuntelu internetin kautta

Radion kuuntelu näyttää luontuvan internetin käytön oheistoiminnoksi (esim. Suomen Trenditieto 23.11.1999). Myös käsillä olevassa aineistossa pari ATK-alaa opiskelevaa nuorehkoa haastateltavaa kertoo kuuntelevansa päätteellä työskennellessään aina musiikkia joko levyiltä tai radiosta. Radiota ei kuitenkaan välttämättä kuunnella verkon kautta vaan internetin käyttöön yhdistetään analogisen radion kuuntelu:

M34: Ei kun eriksee tuo ratio. Minä siihe – ku en kato kun nettiyhteyttä en käytä - koulussa saan tarpeeks en kehtaa tuohon laittaa eikä oo sellasia hifilaitteita tuolla pärjääpi ku se syöpi kato taas koneesta jos siellä on joku muu semmonen työ.

H: Nii voimaa syö sitten se...

M34: Nii ni ku on olemas radio ja siitä kuuluupi yhtä lailla ni ko aattelen että siellä on puolenkymmentä kanavaa nii jo siinä on valinnanvaraa et siinä joku ees kehtaa mitä kehtaa kuulla.

Nettiradion kuuntelua rajoittavat haastateltavien mielestä toisaalta tekniset hankaluudet ja toisaalta internetin käytön aiheuttamat kustannukset. Radion kuuntelusta ei haluta maksaa, kun useita kanavia on kuultavissa ilmaiseksikin:

H: No ootsä koskaa sitä kautta kuunnellu radiota netin kautta?

M41: Oon joskus kokkeillu mutta en en kyllä...

H: Isommasti..?

M41: Se halavemmalla tullee tuota perinteisesti.

Nettikuuntelun kotona vaatimat laite- ja yhteyshankinnat sekä käyttökustannukset selittävät todennäköisesti sen, että tämän aineiston nuoret haastateltavat eivät juurikaan ole harrastaneet nettikuuntelua. Useimmat kotikoneeseensa nettiyhteyden ostaneet keski-ikäiset ovat kyllä kokeilleet radion kuuntelua, ”jotta toimiiko se”. Nämä kuuntelijat eivät ole kuitenkaan kokeneet Kainuussa analogisina saavuttamattomien kanavien – esimerkiksi Kiss FM:n tai Radio Aionon - vetovoimaa niin suureksi, että kuuntelu olisi säännöllistynyt. Ulkomaisten kanavien kuuntelua internetin kautta ei mainitse yksikään tämän aineiston haastateltava.

Mahdollisuuden kuunnella radiota internetin kautta arvellaankin hyödyttävän ja kiinnostavan lähinnä ulkomailla oleskelevia suomalaisia:

M31: Se ehkä noista ratiokanavista jotka sillatavalla mitä ne verkossa on että jos vaikka matkustelloo ja tälläkeino ja haluaa sitte vaikka uutiset kuunnella ni se on iha OK että...

H: Et sieltä kuulee sitte?

M31: Sieltä kuulee että siitähä se on hyvä.

H: Esimes kotimaan uutiset?

M31: Kotimaan uutiset jos niinku haluvaa paikalliset uutiset jaa että mitähän tuolla puolen maailmaa nyt on tapahtunu.

H: Ootsä ite kokeillu sellasta?

M31: En ole kokeillu.

7.1.3. Radion oheispalvelut internetissä

Radion kuunteluun liittyvät oheispalvelut internetissä kiinnostavat kainuulaisia haastateltavia selvästi enemmän kuin nettiradion kuuntelu. Yllättävän moni nuorehko haastateltava kertoo tutustuneensa myös YLEn nettisivuihin; alun perin useimmat

näyttävät päätyneen sivuille hakeakseen lisätietoa suosikkisarjoistaan tai muista televisio-ohjelmista:

H: Ootsä esimes käyny koskaa radioitten sivulla tai kuunnellu netin kautta radiota siis siellä on nykyään tarjolla aika – aika laaja..?

N24: Yymm. Ylen sivuilla oon käyny.

H: Joo. Mite sä sinne eksyit – menitsä vahingossa vai muistaksä ooksä menny niinku (naurahdellen) tietosesti kattomaa jotaki?

N24: Hmm... mitenkähä se oli, ensimmäisen kerran taisin mennä kattomaa jotaki - sarjajuttua sieltä tai televisio-ohjelmia.

H: Joo, just.

N24: Ja sitten löysin - se oli - positiivinen yllätys mulle et siel on niin paljon kaikennäkösiä juttuja.

Radiomafian sivut mainitaan haastatteluissa useampaan kertaan – haastateltavat ovat esimerkiksi osallistuneet erilaisiin kilpailuihin tai tutustuneet suosikkiohjelmiansa taustasivuihin. Jotkut haastateltavat suhtautuvat kuitenkin toisaalta varauksellisesti myös oheispalveluihin – taustatietojen voidaan esimerkiksi kokea heikentävän radion ”näkyttömyyteen” perustuvaa vetovoimaa (vrt. Shingler & Wieringa 1998, 73-93):

H: Sä oot käyny siellä ja..?

N24: Oon oon mutta välillä tunnustaa et se menee vähän liian pitkälleki kyllä – no just näistäki sarjoista puhutaan - joo ni sitten siellä on jonku – sä oot luonu jostaki radio-ohjelmasta oman mielikuvan minkänäkösiä ne tyypit siellä on – sitte sä meet sivuille ja näät että aha – tuommosiako ne onki ja sitte kerrotaa sen harrastuksia ja kaikkia ja sukulaisuussuhteita ja kumminkaimojen nimet ja kissojen ja koirien nimet ja ni – toisaalt se niinku se oma image niinku mikä oli pääs tai se mielikuva nii se puhkeaa ja sitten niinku - on vähän niinku tyhjän päällä.

H: Se ei oookkaa niin hohdokasta?

N24: Aivan nii et se on sillee et ku omassa pikku päässään ku luo sen kuvan nii se on sillee ehkä mielekkäämpää.

Uuden teknologian valikoivina kuluttajina esittäytyvät nuoret (ks. jakso 7.3.3.) eivät siis välttämättä innostu kaikista radiokanavien tarjoamista verkkopalveluista vaan näyttävät odottavan internetin löytävän oman perinteistä radiota täydentävän roolinsa:

M31: En oo vielä ottanu kantaa siihe että tämänhetkine mieli - jos sinne ei niinku mitää asiasisältöä löyvy jos se on sitä kilpailuja ja sitte mainoksien jakelutietä se on minusta sillon kyl että sei - oikeestaa se on vaa rahankeruuta ei se oo palvelua.[...]

H: Mitä siellä vois olla ootsä koskaan miettiny sellast asiaa? Mikä olis sulle palvelua?[...]

M31: Nova todennäkösesti se oli Nova (epäselvää) se on minusta yks hyvä palvelu voi niinku vanhoja juttuja kuunnella uuvestaa ja että just niitä voi ollakki kyllä että jostaki jutusta enemmänä taustatietoja jos kuulee jonku jutun ja niipoispäin.

Esimerkiksi vuoden 2000 Nuorisobarometrin tuloksista käy ilmi, että nuoret uskovat varsin yleisesti tietoyhteiskunnan lisäävän kansalaisten eriarvoisuutta (Saarela 2000, 37). Muutamit haastateltavat tuovat tätä epäilyä oma-aloitteisesti esiin myös tämän aineiston haastatteluissa esimerkiksi ”radion verkkoon menemisen” yhteydessä:

N31: Kyl se on varmaa hyvää kehitystä mut se jakaa sit kansaa toisaalta nihi joilla on se mahdollisuus mennä verkkoihin ja – ja kenellä ei ja sit toisaalta taas se että – että – no se ehkä

jakaa taloudellisesti mut niinkun - et joilla on niinku mahdollisuus – mahdollisuus hankkii verkkoyhteydet mutta – kyllä se jakaa vähä niinkun – niinkun koulutuksellisesti et se niinku tiettyjen – tiettyjen taitojen omaavien käytössä – et jostai syystä se tuntuu vähä vieraalta.

Internet-palvelujen kehittämisen myönteiseksi puoleksi useat haastateltavat arvioivat *sähköpostin myötä alentuneen vuorovaikutuksen ja palautteen antamisen kynnyksen* – jopa niin, että joskus ”mahdollisuuksien käyttämättä jättämistä” täytyy jo erikseen perustella (vrt. ”aktiivisuuden normi”, jakso 3.4.2). Uusi tietokone ja nettiyhteys ovat rohkaisseet myös tämän Radio Suomen uskollisen kuuntelijan suhteellisen tiiviiseen vuorovaikutukseen kanavansa kanssa:

M55: [...] Sillon tuli siinä mukana kaekki sähköpostit minusta on kyllä helepompi ei tarvi soettaa siinä on erilainen jännitys mutta tuossa voepi ihan rauhassa vähän mieltä että mitä minä tuohon kirjotan ja vähän niinku jonkinlaista huumoria jos sitä yleensä meikeläisellä on vaan sitä voepi aena sekkaa laettaa sitten.

7.2. DIGIRADIOON JA –TELEVISION LIITTYVÄT ODOTUKSET

Digiradioon liittyvistä odotuksista puhuttaessa on otettava huomioon, että monet haastateltavat eivät keväällä 2000 muista koskaan kuulleensakaan digiradioon liittyvistä suunnitelmista. Läheskään kaikki eivät ole huomioineet myöskään keskustelua digitaalisesta televisiosta:

H: [...] Nii tosiaan semmonen asia että ootsä tästä digiradiosta kuullu?

N60: No en ikuna mittää.

H: Sei sano sulle yhtään mitää?

N60: Ei yhtään mitään.

H: Digitelkkari?

N60: No en siitäkää oo kuullu. Kysytäänkö muuten tuolta jos se on keittäny sen kahvin ettei jäähy...

Useat haastateltavat ovat ”kuulleet jotakin” digi-tv:stä, mutta eivät ole ”jaksaneet kiinnostua” aiheesta. Monet myös toteavat, etteivät ole yrityksistään huolimatta ymmärtäneet digitaalista murrosta käsitteleviä televisio-ohjelmia tai lehtijuttuja. Syyksi muutamat mainitsevat juttujen liian teknisen kielen ja näkökulman:

M35B: En mä en oo ite siihen niinpaljo tuota niin nin perehtynyt mä muistaakseni jossaki sähköposti – tai jossaki nettisivuilla oli siitä mutta mä en jaksanu kiinnostua niin paljo. Siinä oli niinpaljo tuota niinni teknistä tietoo. Sitä ei jaksa.

H: Et se ei ollu käytän.. sei liittyny sun arkielämää vaa se oli tosiaan sitä spesiaalitetoo sitte siinä?

M35B: Elikkä se on tekniikkatietoo niin paljo. Ei jaksa sulattaa sitä tekniikkaa aivan tajuttomasti.

Seuraavaan suuntaa-antavaan taulukkoon on joka tapauksessa koottu haastateltavien oma-aloitteisesti esiin tuomia digiradioon ja -televisioon liittyviä odotuksia. Useimmiten digitaalisen teknologian odotetaan siis tuovan mukanaan lisää kanavia, mitä kaikki

haastateltavat eivät kuitenkaan miellä myönteiseksi kehitykseksi. Monien mielestä ”tavallisen ihmisen kannalta” olennaisinta digitaalisessa kehityksessä on kuitenkin sen mukanaan tuoma tarve uusia vastaanotinlaitteita. Toiset odottavat myös äänen ja kuvan teknisen laadun paranemista, toiset taas television kautta toteutettavaa internetyhteyttä tai yleisemmin ”vuorovaikutuksellisia” palveluja.

Taulukko 5: Digiradioon ja televisioon liittyvät odotukset

	Ei mitään	Laitehankintoja	Lisää kanavia	Tekninen laatu	Interaktiivisuus
N	8	4	2	0	3
M	2	7	11	5	2

Kun tämän aineiston haastateltavat ryhmitellään sukupuolen perusteella, digiradioon ja televisioon liittyvät odotukset näyttävät melko sukupuolittuneilta. Yksikään nainen ei esimerkiksi odota äänen ja kuvan teknisen laadun paranemista (vrt. myös jakso 5.2.2.1.). Melkein kaikilla miehillä näyttää olevan jonkinlainen (vaikka ehkä varsin epämääräinen) käsitys digitaalisesta tulevaisuudesta, kun sen sijaan monilla naisilla ei ole oikeastaan minkäänlaisia odotuksia uuden teknologian suhteen. Naisten ”odotusten puuttumisella” näyttäisi olevan yhteytensä monissa haastatteluissa esiin tulleeseen perheen sisäiseen työnjakoon, jossa kodin tekniset laitteet ovat nimenomaan miehen vastuulla.

7.2.1. Määrä lisääntyä – laatu heikkenee?

Erityisesti miehet näyttävät siis odottavan digitaaliselta uudistukselta televisiossa ja myös radiossa kanavakirjon laajenemista. Kaikki eivät kuitenkaan usko radion kanavatarjonnan lisääntyvän samassa määrin kuin television tarjonnan, eikä mahdollisten uusien radiokanavien uskota juuri vaikuttavan omaan elämään:

H: Just joo. Mite sä ite tähä digiradion tuloo suhtaudut?

M35A: Mä tiijä nii isoo merkitystä ei ehkä oo ku televisiopuolella on että - kanavat ilmeisesti kasvaa tai mahdollisuus kanavien kasvamiseen eli siinä mielessä ohjelmapalvelu vois vaan lisääntyä mut emmä tiijä onko siinä sen isompaa.

H: Onks siin sulle - sä et ite siis sillai oota sitä?

M35A: Een mä en usko että mulle sillä sen isompaa on merkitystä (naurahtuen).

Vain muutamat haastateltavat esittävät edes jossain määrin yksilöityjä toiveita uusista radiokanavista – yksi kuulisi mieluusti hevirokin teemakanavaa, toinen ei panisi pahakseen ”tanssimusiikkikanavaa” ja jotkut puhuvat urheilukanavasta – aina ei tosin

tule täysin selväksi, tarkoitetaanko tällä television vain radion urheilukanavaa.

Useimmat uusiin kanaviin liittyviä toiveita esittävät toivovat ennen kaikkea, että Etelä-Suomen kaupungeissa kuuluvat kanavat kuuluisivat myös Kainuussa: Useat nuoret haastateltavat mainitsevat Kiss FM:n, muuan nuorehko nainen myös Radio Dein. Monet eivät välttämättä koe ”tarvitsevansa” mitään uutta, mutta pitävät kanavatarjonnan laajenemista sinällään myönteisenä kuluttajan valinnan vapautta lisäävänä kehityksenä:

N20: No kyllähä se tietenkin ois mukava että tuis joitahi uusia kanaviaki. Että ei se mitenkää paha asia olisi - tietenkää.

H: Osaaksä niinkun tota niin – jotakin semmosta tiettyä mitä sää ite haluaisit mikä mikä puuttuu nytten?

N20: No ei oikeastaan puutu mikkään. (Yhteistä naureskelua)

Innokkaimmin uusia kanavia tuntuu kuitenkin odottavan eläkeläismies, joka kuuntelee radiota aamusta iltaan ja ehtii päivän aikana kuunnella useita kanavia:

H: Joo, joo. Ja esimerkiks - olikse se sitten näin että silloin ku tää Nova tuli sä kumminki sillä tavalla surffaillet että ku joku uus niinku Nova ni sä meet sitte kuuntelemaa kokeilet sitte?

M59: Kuha seki digitaali tänne asti kuuluu nin - kyllä mä surffailen siellähi.

Toisaalta erityisesti työssäkäyvät haastateltavat kiinnittävät huomiota kuunteluun ja myös television katseluun käytettävissä olevan ajan rajallisuuteen (vrt. jakso 3.4.2.1.): Uusia kanavia ei kaivata, jos nykyiseen kanavatarjontaan ollaan suhteellisen tyytyväisiä:

H: No mitä sä arvelet siis minkätyyppisiä niinku uusia palveluja tai kanavia sää ite käyttäisit jos jos tota niitä – mitä sää tarvittisit?

M34: No en ainakkaa – ku tuossaha on - ku aattelee on - Ykkönen Kakkonen Kolmonen Nelonen ja täällä kato kaapelikanavat nii ihan tarpeeksi on - että ei niinku mitää niinkun ylimäärästä mitä pitäsi tulla.

H: Et osaa kaivata mitään (naurahdus)?

M34: Joka tunti taas tullee urheilua elokuvia tai muuta vastaavaa että kyllä on - iha kiitettävästi että eihä sitä kerkii kahtoo yötä myöte pitää kahtoo televisiota - että kyllä nukkuuhi joskus.

Lisäkanavien voidaan toisaalta epäillä merkitsevän käytännössä laadun heikkenemistä:

H: Mitä se sun mielestä tuo tullessaan? Digiteevee jos puhutaan ensiks siitä?

M19: No - mä vähän pelkään et se tuo - tullessaan tason laskemista (naurahdus).

H: Missä mielessä?

M19: No kun on tietty määrä asiaa mitä mitä suomalaiset ihmiset pystyy tuottamaan ja siis jos se jaetaan vielä neljä kertaa useemmalle kanavalle ni se - taso laskee.

H: Eli sä et usko että pystys niinku tuottamaan - yhtä hyvää tai parempaa – enemmän?

M19: No - mä en usko että se on kovin realistista. Ne vaan sieltä ostaa halvalla ja sitte vaan panna sitä.

Samaa (yleisradio?)laadun ja (kaupallisen) määrän vastakkainasettelua (vrt. Hellman 1999b, 115-117) heijastelee myös seuraava sitaatti, jossa kanavavalikon laajenemisen radiossa epäillään tuovan tullessaan lisää halpahintaista ja huonoa kaupallista viihdettä:

H: Joo joo. No minkälainen kuva sulla on mitä se tuo tullessaa tää digitaaliradio?

M31: Enemmän mainoksia huonompaa musiikkia.

H: Täh? No? Ei kuulosta oikei hyvältä?

M31: Se on vähä niinku jos aatellaa mitä siinon jos tulee teeveekanavia lisää vanhoja enemmän teeveekanavia vanhoja uusintoja käyvvää läpi niissä se vaa pelottaa että niinku itse semmoset asiaohjelmat ja tuommoset jääpi kokonaa unholaa että se on menee hyvin paljo viihteelle sitte äs äs näitä ostoskanavia tuleeha tietenki olemaa – jauhetaa kehutaa puoli tuntii jostaki tuotteesta ja...

Tässä pienessä aineistossa *suhtautuminen digitaaliseen teknologiaan ei näytäkään olevan ikäsidoonasta*: Eläkeläismies odottaa uusia kanavia, mutta nuoret arvostelevat digitaaliseen radioon ja televisioon liittyviä suunnitelmia. Nuorehko akateeminen nainen pelkää puolestaan digitaalisen teknologian entistä suuremmassa määrin mahdollistaman yleisöjen pirstoutumisen *murentavan yhteisiä kansallisia kokemuksia*:

H: [...] tuota minkälainen kuva sulla on että mitä se tuo tullessaan tämä tämä digitaalisuus sitte?

N31: No kaisse on sitte mitä yhteiskuntatieteilijät ninku puhuu ylipääntäsä tästä ajasta että niinku häviää ajan merkitys häviää tai se pirstoutuu – ja ehkä jotku paikatki ehkä sit jollaki tavalla häviää et niinku ne yhteiset kokemukset – ihmisten yhteiset kokemukset niinku murenee ja ehkä häviää jollakin tavalla - kun ei oo enää sitä – niinku ennenvanhaa tuli aina puoli yheksältä kaikilta kanavilta uutiset - et se – se ajatus häviää – et ei voi enää keskustella että kuuntelitko sä eile illalla - et se jotenki siis semmonen...

7.2.2. Uusi teknologia on uusia laitteita

Osa haastateltavista ei näe digitaalista murrosta sisällöllisenä murroksena: He eivät odota niinkään uusia palveluja kuin uusia teknisiä laitteita. Tämä uusien teknisten laitteiden hankinta saatetaan kokea ikään kuin kuluttajan välttämättömäksi tehtäväksi siinä väistämättömässä ja itsestään selvästi edistykseksi mielletyssä prosessissa, joka nimetään tekniikan kehitykseksi::

H: No mites semmonen juttu ku tulevaisuus - digiradio sanooko semmonen mitää?

M51: No jotain.

H: Mitä se sanoo?

M51: Ensinnäki tulee mielee vaa että laitteet menee vanhaks.

H: Onko se siis - myönteinen asia vai kielteinen asia?

M51: Myönteinen.

Vastaavasti haastateltavat saattavat olla valmiita hyväksymään myös ”kohtuulliset” lupamaksun korotukset, jotta Yleisradio ”pysyisi mukana tekniikan kehityksessä”:

M35A: No kyllä sen että kohtuullisessa määrin että ei niin kaheksankaheksankaheksan jos on nyt ja se noussoo yheksänkaheksankaheks... elikkä satasen noussoo - nii se aika paljo kyllä on että - mä kyllä mä sen jossai määrin hyväksyn tuntuu vaan äkkiä että paljonlaisesti maksuja on nii paljon tässä maassa että en tiijä - hyvä sillon ajatella että onko se kohtuullinen nousu vai – äkkiä vaikuttas isolta.

Toisaalta monet digitaalisen radion ja television ennen kaikkea uusiksi teknisiksi laitteiksi ymmärtävät näyttävät suhtautuvan digitaaliseen teknologiaan ainakin jossain määrin varauksellisesti – kysytään, miksi tekniikan täytyy jatkuvasti muuttua:

H: Joo. Tuota, mites sit nää tämmöset nää uudet palvelut. Tällasia niin esimerkiks - ootsä kuullu digiradiosta sanooksse sulle mitään?

N54: No ei tuota muuta ku sen että se on jotai - joku tekniikan ihme.

H: Onks se sun mielestä semmonen hyvä vai huono asia ootkonä sitä ollenkaa miettiny?

N54: No tota mä oon ku mä oon mä en oo niinku tekniikan ihmisiä ollenkaa ni must on ihan kamalata ku aina uudistuu ja uudistuu nää systeemit että ei pysy matkassa.

Tässä yhteydessä jotkut haastateltavat sanovat pelkäävänsä myös, että uusien laitteiden ”ostopakko” ja muut teknisen kehityksen kuluttajilta edellyttämät investoinnit kärjistävät yhteiskunnallisia eroja – kysytään, ovatko uudet tai edes entisetkään palvelut tulevaisuudessa enää vähävaraisten tavoitettavissa:

N48: Tota nytte ku tää digi tulee nii sit ne nostaa niitä hintoja nostaa näitä lupamaksuja?

H: Kyllä se, kyllä se.

N48: No entäpä jos ihmisillä ei ookkaa varraa ostaa näitä kalliita digitaalilaitteita nii eikö niit voi tavallisella televisiolla kattojat - köyhät ihmiset ei pysty kattomaakaa televisioo tai kuuntelemaa radioo?

Toisaalta taas useat haastateltavat olettavat uusien teknisten laitteiden hintojen laskevan niin, että jonkin ajan kuluttua digitaalisen tekniikan hinta ei ole enää nykyisenkaltainen kynnyskysymys. Digitaalisten laitteiden arvellaankin yhtä kaikki vähitellen yleistyvän:

H: Mites tällanen juttu ku digiradio ja yleensäki digiaika – mite se tiedätsä siitä - se - tuttu juttu?

M35B: Jonki verran siitä että nin nin se on minusta iha hyvä systeemi koska televisiolähetykset rupee tulemaan kohta – tai tuleeki jo osa – digilähetyksinä. Se on vaa se että jos sit tarvittee ostaa uusia laitteita ja uusia tuota niin radioita ja muita nii niin se on siinä taas että kuinka kauvan ihmisillä on varaa ostaa niitä. Se tulee aika kalliiks tuota niin että jos ruvetaan ajattelee digilähetyksiä niin ni pitäs ostaa televisio se maksaa melekein seittemän tonnia se on aika iso rahamäärä loppujen lopuksi. Mä uskon että se – nyt tulee se hitaasti mutta muutaman vuojen päästä kuhan hinnat rupee näissä laitteissa laskemmaa nii se tulee yleistymää sitte aika rajusti että varmasti menee että kodissa rupee olemaan sitte.

7.2.3. Teknisen laadun merkitys

Äänen ja kuvan tekninen laatu on sellainen näkökohta, johon tässä aineistossa kiinnittävät huomiota ainoastaan muutamat miehet. Digitaalisen tekniikan lupaus lähetysten teknisen laadun paranemisesta on joidenkin haastateltavien mielestä pätevä argumentti, joka puhuu tekniikan kehittämisen ja uusien laitteiden hankinnan puolesta:

H: No sitte tää digi – sullaha tiesti tosiaanki autoihmisenä nin – mitä digi sulle sanoo?

M39: No kyllä se sanoo niin paljo että minulla on digi digitaalivalamius omassa autosoittimessa on että sehän tulloo semmonen laatikko ja saa kuunnella seedeetasosta. Ja se toimii tuolla

käsittääkseni tuolla kehä kolomosen sisäpuolella.

Pari haastateltavaa arvelee radion äänen laadun paranemisen saattavan jopa jossain määrin muuttaa kuuntelutapoja: CD-tason äänenlaatuun tottuneiden mielestä nykyinen radio ei oikeastaan sovellu varsinaiseen keskittyneeseen musiikin kuunteluun:

M52A: Enempi – tiesti nyt ehkä sitten kun nää digitaali- digitaalilähetykset tulee jollonka taas äänen laatu nousee kohenee ja sillä tavalla nii sillon niinku se voi muuttua – mutta että nykysellä tällä analogisella tekniikalla niin se ero on niinku niin iso että – että siinä musiikki tuossa radiossa se on enempi tausta - taustamusiikkia sitten.

Digitaalisista lupauksista kuultuaan taas jotkut haastateltavat arvelevat, että äänen laatu kiinnostaa lähinnä vain asiaan erityisesti perehtyneitä ”hifistejä”, jotka kuuntelevat poikkeuksellisen laadukkailla stereolaitteilla. Sen sijaan ”tavallisille kuuntelijoille” nykyinen radioäänen laatu riittää useimpien mielestä mainiosti - pääasia on, että ”sieltä jotaki tulee”. Joskus radion ”nuhina” voidaan kokea jopa ”aidoksi” tunnelmatekijäksi:

N47: [...] Ja se että tuota sitä mä sanon – aika jännä muute ku sanoit tosta nii – että ku se äänen laatu paranee - ni mulla on toi vanha nuhisija tossa ja mä en yhtää niinku must on päinvaston ja sitte ku aatellaan että onhan mullaki tuolla olemassa nytten älpeelevyjä sitte on seedelevyjä ja tottakai niisson hirvee ero mut herra isä ku mä kuuntelen sitä elpparia se on vanha levy musta se kuuluu se krahina siihen sen niinkun sen levyn – se kuuluu siihen iha oikeesti. Et musta se mä en välttämättä ees mee mullon tuolla älpeelevyllä sanotaa mullon tuolla Abba-yhtyettä ku oon Ruotsissa asunu sillo seitkytluvulla mä sieltä aikapaljo ostin Abbaa – ni emmää oo menny ostamaa niitä seedee - että se kuulus paremmpi. Ei se oookkaa se juttu ennää mä en oookkaa siellä seitkytluvulla sitte enää ku se kuuluu oikei hienosti näin – ni tää mä niinku tällälaillaki aattelen sitä asiaa että mun mielestä vanha ei tartte – ei ne aina ne uuvet versiot oo parempia. Musta monta kertaa se alakuperäne on paras.

7.2.4. Internet ja vuorovaikutuksellisuus

Muutamit haastateltavat ovat huomioineet mahdollisuuden kytkeytyä tulevaisuudessa digitaalisen television kautta internetiin. Tämä mahdollisuus näyttää kiinnostavan erityisesti sellaisia haastateltavia, joilla ei ole kotona tietokonetta:

H: No luuleksä että sulla itelläs ois niinku käyttöä tällasille uusille palveluille?

N29B: Oon.

H: Et tuut käyttämään sitte jos..?

N29B: Joo että just mitä mä omasta mielestä mä oisin hirveen ilonen siitä televisiosta siitähän pystyy käymään netissä ja kaikkea touhuamaan ton television kanssa ni ninku se ois ainaki semmonen että...

Sen sijaan kotitietokoneen omistajat eivät juuri innostu television kautta toimivasta internetistä – tosin sen uskotaan hyödyttävän niitä, jotka eivät aikaisemmin ole tutustuneet tietokoneisiin.

Jotkut ovat kiinnittäneet huomiota myös digitaalisen teknologian yleiseen vuorovaikutuksellisuuden lupaukseen, jonka konkreettisesta sisällöstä ei tosin välttämättä ole oikein käsitystä. Joka tapauksessa ”interaktiivisuuteen” näyttää helposti liittyvän positiivisia ”suoraan demokratiaan” viittaavia konnotaatioita:

H: Entäs sitte tämmönen asia kun – tulevaisuuden juttu kun tämä – tämä digiradio - digitaaliradio – sanookse sulle - mitä?

N24: Ei yhtään mitään.

H: Ootsä koskaan kuullu sellasesta?

N24: Digiteeveestä oon kuullu mutta ei digiradiosta en.

H: Sä oot kuullu radio- tai teeveepuolelta mitä sä oot kuullu sit siitä – digiteeveestä? Minkälainen kuva sulla mitä se - tarkoittaa?

N24: Seo aika sekava. Et mä oon yrittäny – tai no yrittäny ja yrittäny jos on sattunu joku juttu eteen ni mä oon lukenu mutta se on mulle jääny kuitenkin aika hämäräksi.

H: Et mitä se tarkoittaa oikeesti? Joo just joo.

N24: Tarkottaa nii...

H: No mitä sä ajattelet että se lähinnä vois olla?

N24: No ehkä se - lähentää...

H: Mitä se muuttais?

N24: Ehkä se - lisäis interaktiivisuutta mullon jotenki sellane kuva että - niinku - sitä vuorovaikutusta – ihmiset pääsee enemmän vaikuttamaan.

H: Ymm.

N24: Mitä ne kattoo ja mitä ne saa ja...

H: Joo...

N24: Että ei oo vaan se toosa ja sitä katotaan mitä siitä tulee vaan pääsee ite mukaan kehittämään sitä juttua.

Tietotekniikka-alan opiskelijalle vuorovaikutuksellisuuden lisääntyminen ei kuitenkaan ole yksiselitteisesti myönteinen mahdollisuus, vaan jälleen nousee esiin pelko yhteisten (kansallisten) kokemusten katoamisesta:

H: Uskotsä tällaseen vuorovaikutteisuuteen siihen että se niinkun lisäis sellasta vuorovaikutteisuutta ja mitä se sitte olis?

M19: No - kyllä. Ja siis - siinä voi olla paljon positiivisia puolia ja voi olla negatiivisia puolia. Tietenki se että ihmiset pystyy enemmän sitä omaa omaa mediakäyttämistään kontrolloimaan - se on siinä mieles hyvä asia mut toisaalt se voi johtaa taas sellaseen et sitte tehään siitä vaan sellasta - mä katon vaa sitä mitä just mä ite haluan kattoo ja mä teen just sellaset uutiset mist tulee vaan kivoja asioita ja - ei tartte nähä mitä maailmassa tapahtuu ja ehkä se on se on tällanne äärivisio mut tää tuli mielee ensimmäisenä.

7.2.5. Digitaalisen radion lisäpalvelut kiinnostavat

Kun digitaaliseen radioon liittyvistä suunnitelmista tyystin tietämättömille haastateltaville esiteltiin lyhyesti digitaalisen radion lupauksia, useimmat kommentit liittyivät ruudulla tarjottavien lisäpalvelujen mahdollisuuksiin. Mahdollisuus tarkistaa parhaillaan soivan/seuraavan levyn tiedot tai lähiajan ohjelmisto radion ruudulta saattaa kuulostaa houkuttelevalta tai ainakin tällaisille palveluille arvellaan löytyvän käyttöä, ”jos ne laitteet tulee hankittua”:

N42: [...] Kyllähän itte jos joskus kuulee oikei hyvän levyn nii mikähän tää on nii sitte pitää niinku kuunnella loppuu mennä kysymään mun miehelle et mikä tää on kuka tään laulaa hän yleensä tietää tai sitte oottaa kauheena ku levy loppuu että sattusko se nyt toimittaja sanomaa mut joskus on sanonu ennen ja joskus jälkeen ja sitte harmittaa että onki sanottu ennen koska ei sanottu jälkee että mikähän tää nyt oli ja siinä mielessähän tää on hirmu hyvä jos ois tämmönen jos vois tarkistaa et mikäs tää on mikä tää on.

Toisaalta jotkut haastateltavat katsovat lisäpalvelujen kuten muidenkin digitaalisten lupauksen antavan radiolle lisäarvoa nimenomaan joidenkin tavalla tai toisella poikkeuksellisten kuuntelijaryhmien – ei ”tavallisten kuuntelijoiden” – kannalta:

H: Just joo just joo. Niin tähän digihommaanhan tietysti liittyy esimerkiks radiopuolla että siihen vois tulla tommosia - pikku kuviaki siihen ruutuun tavallaan ja sit semmosia niinku että - teksti näkys siinä että - että tuota jos joku levy soi nii kuka mikä...
N58: Nii tietysti kuulovammasille ihmisille - mut tavalline tavalline tavalline tavallinen ihminen ni (naurua)...

7.3. SUHTAUTUMINEN UUTEEN TEKNOLOGIAAN

Esitetystä kritiikistä ja esiin tulleista peloista huolimatta voidaan sanoa, että kaiken kaikkiaan tämän aineiston haastateltavien suhde uuteen teknologiaan näyttää viime kädessä myötäilevän vallitsevaa teknologista determinismia – kriittisten kommenttien esittäjät eivät kyseenalaista ”tekniikan kehitystä” sinänsä, eivätkä esimerkiksi yksilötasolla uutta teknologiaa kavahtavat naisetkaan halua olla ”kehityksen jarruja”:

H: Periaattees ni mitä mieltä sä oot niinku yleisempi tästä et onko sun mielestä tarpeellista rakentaa tällasia uusia palveluja niinku esimerkiks radiota paitsi tää digihomma ni myöskin nettiähä rakennetaa radiopalveluja?
N47: Minä pärjää ilimanki. Mutta sitten taas se että en halua olla mikään kehityksen jarru enkä sillee että ko mä niinkun tiijjän – tietenki tullu lasten kautta ja tuosta niinku seurattua nii niin niin onha siinä hyviäki asioita. Mutta tota - mä oon jotenki jo ruvennu ajattelemaa sitä että ei ne nyt niin pitkälle kerkii ennen ku minä henkeni heitän (naurua) enköhä minä kestä tämän uudistuksen vielä vaik täs on tapahtunu älyttömästi aivan ni kaikkia näitä ni mä oon jotenki kyllä sellanen muutenkii oon hias muuttumaa niinkun sillee uusien asioitten eessä että mää [...]

”Tekniikan kehitys” nähdään siis viime kädessä kannatettavana tai ainakin väistämättömänä asiana silloinkin, kun siitä ei oleteta koituvan itselle mitään hyötyä vaan ehkä enemmänkin haittaa. Jos suhtautumista uuteen teknologiaan kuitenkin tarkastellaan ”henkilökohtaisella tasolla”, käsillä olevasta aineistosta voidaan erottaa neljä erilaista suhtautumistapaa: teknologiamyönteisyys, teknologiakielteisyys, teknologiakriittisyys ja teknologiainnostus.

7.3.1. Teknologiaomyönteinen perusasenne

Useiden haastateltavien suhtautumista uuteen teknologiaan voidaan luonnehtia lähinnä neutraalin myönteiseksi: Teknologista kehitystä pidetään periaatteessa suotavana, mutta kehitykseltä ei välttämättä odoteta mitään erityistä eikä muutoksia toisaalta pelätäkään. Uusia innovaatioita ollaan valmiita ottamaan käyttöön silloin kun ne yleistyvät myös ympäristössä – suhtautuminen teknologiaan ei toisin sanoen näytä olevan identiteetin kannalta olennainen kysymys:

M35A: Kyllä se varmaan hyvä on tulevaisuutta sillain varmaa ihan hyvä ei oo siihenkää semmosta vakituista kantaa en oo perehtyny niin tarkkaan.

H: Vaikka se maksaiski jotaki?

M35A: Nii no se maksaa tietysti jotaki voi olla että en itelle niitä vehkeitä laita ensimmäisenä aenakaa mutta tietysti jollai aikavälillä.

H: Oottelet hintojen laskemista?

M35A: Saattais ne loppuu ne perinteisen lähetykset nii siinä vaiheessa viimestään.

Teknologiaomyönteisiä voivat olla yhtä hyvin naiset kuin miehetkin ja yhtä hyvin nuoret kuin vanhatkin; neutraalia myönteisyyttä voidaan pitää eräänlaisena perusasenteena, josta seuraavassa esiteltävät muut suhtautumistavat erottuvat.

7.3.2. Teknologiakielteiset naiset

Teknologiakielteisyys näyttää tässä aineistossa olevan tyypillistä ennen muuta keski-ikäisille naisille, jotka *aktiivisesti torjuvat tietokonepohjaisen uuden teknologian viitaten sen haitallisiin sosiaalisiin vaikutuksiin*. Tyypillisesti voimakas torjuntareaktio tulee esiin välittömästi, kun on esitetty joku uuteen teknologiaan liittyvä kysymys:

H: No kuule tuota semmonen asia ku tuo netti – ooksä sitä..?

N47: En (naurua). Meillon semmone emäntä tässä että tuota koko muu porukka on oikei tietokoneihmisiä ollu ni minä mulle se sillee tilttaa mä oon sillaila vanhaaikane enkä mä tiijjä onko se vanahaaikasta vai mikä mut mä koen että tuo tietotekniikka viepi ihmiset kyllä niin lujaa vauhtia että tää on ihan kauhistuttava kyllä mä en halluu en halluu ollenkaa siihen mukkaa mää en yhtää et mulla ois ollu tosissaa mahdollisuus iteki perehtyä ihan hyvästiki siihe mutta mää oon - ne nauravat jo tuolla mejän kursseillaki sitä että tulee tietotekniikasta nii ne kahtoo jo mua sennäkösensä että Xxxx se varmaa tykkäis hirveesti (naurua). Siis ihan se niinkun – se on yks periaate. Ja niinkauvan ko mä seleviän ilman sitä nii mä en siihen näppejäni pistä (naurua).

Teknologiakielteisten naisten torjuntaa voidaan luonnehtia periaatteelliseksi myös siksi, että *vastustus liittyy yleisesti ja erittelemättä kaikkeen tietokonepohjaiseen uuteen teknologiaan* – tietokone ja internet sekä radion ja television digitalisointihankkeet mielletään yhdeksi kokonaisuudeksi, jonka pelätään rapauttavan sosiaalista kanssakäymistä. Viime kädessä nämä haastateltavat näyttävät olevan *huolissaan yhteiskunnan medioitumisen* (ks. Nieminen 1999b, 22-25) *vaikutuksista*:

N45: Aha. Minusta henkilökohtaisesti tuntuu että hirveesti ja hirveesti mennee toi tietotekniikka etteenpäi että missä me loppuje lopuks ollaan koko ihmiskunta sen kanssa että...

H: Nii – että just tämmönen niinku palvelujen rakentaminen – netissäki radiota voi kuunnella tällä tavalla nin mitä mieltä sä oot siitä..?

N45: (Puhuu päälle) Minusta siihen pitäs jotenki vettä semmonen takaraja että tuntuu että – siis ihmisellä jää se kanssakäyminen toisten ihmisten kanssa ku jokkaine vaa surffailee siellä hytissä yksiksee ja – ja sitten tuntuu et me suomalaiset muutenki ollaan nii kauheen jäyhiä sillee että se ihmisten välinen kanssakäyminen tuntuu et se häviää kokonaa pois että me ollaa kohta varmaan muumioita (naurua). Pupu pupu puputettaa tuolla eikä kukkaa kuule eikä näe mittää jos ei ole joku virtuaaliesine nenä eessä ha - se vasta rekisteröijää että – sillee että musta iha pelottava sillee että että...

H: Sä et ainakaa kaippaa täännyppisiä uusia palveluita..?

N45: Een meillä tuolla töissäki on joka paikka menny sen tietokonnee perrää että tuntuu että sitte ku tulee sähkökatko et missä me ollaa oikei et - se on toisaalta se on sillee aika pelottavaki osa-alue sillee että ollaa nii riippuvaesia jostaki määrätystä asiasta sitte että... Sitte että jotenki tuntuu että se ihmisellä jää se omatoemisuus pois kokonaa ja... Kaikki se jota tehhää käsillä ja – jotenki tuntuu että ei se elämä saisi nii kamalan heleppoo sit kuitenkin olla että pitäs sitä olla sitä ommaa henkilökohtastaki toimintaa mukana siinä että...

Teknologiseen kehitykseen liittyvistä epäilyksistään huolimatta nämä naiset eivät siis kuitenkaan aseta yhteiskunnan teknologiauskoa (vrt. Karvonen 1999, 84-85) laajemmin kyseenalaiseksi, vaan *torjunta määrittellen "henkilökohtaiseksi mielipiteeksi"*:

N47: Minä pärjää ilimanki. Mutta sitten taas se että en halua olla mikään kehityksen jarru enkä sillee että ko mä niinkun tiijjän – tietenki tullu lasten kautta ja tuosta niinku seurattua nii niin niin onha siinä hyviäki asioita.

Teknologiauskon kulttuurisesti vahvasta asemasta (vrt. Tapper 2000, 98-113) kertoo se, että varsinkin nuorehkojen naisten täytyy erikseen *selitellä omaa epäilevää asennettaan*:

H: Eli onks se enemmän uhka vai mahdollisuus? Sulle itselles – henkilökohtaisesti?

N31: Mä en tiedä, mä en kyllä tiedä – ehkä – nii, ehkä mun pitäs ajatella ku mä oon sen ikänen että oisko se mahdollisuus - mut et sitä mä kyllä mietin tätä yksin...

H: Tuntuu että pitäis ajatella..?

N31: Nii, nii ehkä se ehkä se pelottaa ja sitte se se että mä niinku ajattelen et elämä muuttuu aikataavalla ihmiselle yksinäiseks tai se jotenkin niinkun – siis murentaa ehkä jotaki perinteistä vai kuvittelenko mä vaan?

Huomautettakoon vielä, että teknologiakielteisyys ei siis tässä yhteydessä tarkoita välttämättä kieltäytymistä tietokoneen käytöstä – jotkut haastateltavat eivät ole suostuneet opettelemaan tietotekniikkataitoja, mutta osa teknologisen kehityksen siunauksellisuutta epäilevistä haastateltavista käyttää tietokonetta joko työssä tai kotona. Itse tietokonetta karttavatkaan eivät yleensä puutu perheensä tietokoneen käyttöön - vain yksi haastateltavista kertoo sanoneensa irti lastensa verkkoliittymän.

Joka tapauksessa teknologiakielteen asennoituminen näyttää tässä aineistossa olevan tyypillistä nimenomaan (laajasti ymmärrettynä) keski-ikäisille naisille. Yhtäkään haastatelluista miehistä ei voida luonnehtia teknologiakielteiseksi, eivätkä myöskään

tämän aineiston nuorimmat ja vanhimmat naiset suhtaudu uuteen teknologiaan samalla tavalla epäillen kuin useat keski-ikäiset naiset . Tämä saattaa luonnollisesti olla pienehkön laadullisen aineiston kyseessä ollen silkkaa sattumaa. Yhtä kaikki naisten teknologiakielteisyyttä olisi mielenkiintoista pohtia tarkemmin perinteisen naiskulttuurin ja sukupuolijärjestelmän (esim. Rantalaiho 1986) kontekstissa - nyt käsillä olevassa työssä tämä ei valitettavasti kuitenkaan ole mahdollista.

7.3.3. Teknologiakriittiset nuoret

Ennen kaikkea tietotekniikan parissa työskenteleville nuorehkoille haastateltaville tyypillinen kriittisyys on erilaista kuin teknologiavastaisuus. Teknologiakriittiset nuoret eivät hyväksy uutta teknologiaa ikään kuin ”annettuna”, mutta eivät liioin torju sitä ehdottomasti: Kritiikin kärki kohdistuu toisaalta teknisten innovaatioiden käytännön toimivuuteen, toisaalta uuden teknologian riskeihin. Voidaan myös sanoa, että tämä pragmaattinen suhtautumistapa kertoo uuden teknologian arkipäiväistymisestä (vrt. Nieminen & Saarikoski & Suominen 1999, 14).

Teknologiakriittinen haastateltava saattaa kiinnittää huomiota esimerkiksi juuri nettiradion käytön kustannuksiin ja teknisiin ehtoihin:

H: Nii just joo aivan. No tota ooksä niiku ootsä koskaa netin kautta menny niinku radioon kuunteletsä radiota?

M31: Miksi?

H: Mä vaa kysyin (naurahdus)...

M31: Miks sen kautta vielä pitäs kuunnella?

H: Nokun niitä vaihtoehtoja siellon vielä enemmänä (naureskellen) - jos sitä kaipaa..?

M31: Joo sanotaa näin että haluvaako kuunnella no ehkä sillä keinon että tuhlata kaistaa netissä sen takia että kuuntelee samaa minkä kuulee ilmojen kautta ja ehkä se että - Novalla on kyllä semmonen palvelu että pystyy niinku vanhoja juttuja kuuntelemaan ja napsauttamaa kuulua että tietysti että jonki jutun oon iha kuunnellu jälkikätee en muista onko se Nova mutta...

Teknologiakriittiset haastateltavat esittäytyvät siis *uuden teknologian kriittisinä kuluttajina*, jotka punnitsevat yksitellen kunkin palvelun käyttökelpoisuutta.

Yleisluontoisiin ”digitaalisiin lupauksiin” sen sijaan suhtaudutaan epäillen:

H: Pidätsä niinkun – sitte hyvänä asiana vai tarpeettomana asiana?

M31: En oo vielä ottanu kantaa siihe että tämänhetkine mieli - jos sinne ei niinku mitää asiasisältöä löyvy jos se on sitä kilpailuja ja sitte mainoksien jakelutietä se on minusta sillan kyl että sei - oikeestaa se on vaa rahankeruuta ei se oo palavelua.

Internetissä tarjolla olevia lisäpalveluja voidaan myös esimerkiksi arvostella siitä, että ne ”menevät liian pitkälle” ja ”riisuvat” nimenomaan radion näkymättömyyteen perustuvan erityisen viehätysten:

N24: Tavallaan. Siis semmone niinko – just niitten sarjojenkii kannalta semmonen pikku.. mystisyys ni se ninku jättää omalle mielikuvitukselle tilaa ja aina jaksaa kuunnella enemmän ja enemmän. Mut sitte muuten näitä palveluja ni (yskäisy) – must on hyvä että on. Sillee niinko – mitenkähä sanos faktapalveluja. Et sä saat näppärästi ne siitä sun ei tartte lähteä hakemaa...
H: Mitä on faktapalvelut? Mitä sä tarkoitat niillä?
N24: No - sä saat no vaikka nämä teeveehjelmat taustatiedot niistä ei tartte plärätä lehtiä ja ehtiä, näät tulevat ohjelmat ja menevät ohjelmat.

Samaan tapaan voidaan esittää käytännöllisiin toiminnan reunaehtoihin eli ohjelmatuotannon resurssien vähäisyyteen perustuvia epäilyksiä siitä, että digitaalinen television jakelujärjestelmä saattaa käytännössä merkitä laadun heikkenemistä:

H: Yhym. Eli onks se sun mielestä enemmänkin negatiivista kehitystä haluaisitsä et sitä ei tapahtuis sitä?

M19: No siis kyllähän se tekninen kehitys on positiivista, mut siis mä – mä vaan mietin sitä kanavia tulee niin paljo et onks se laadun kannalta hyvä kehitys. Tiesti tekni.. tekniseltä puolelta se on hyvää kehitystä koska se – en mä tiijä (naurahtaen) tekninen kehitys on aina hyvä.

Toisaalta myös teknisten laitteiden jatkuva uusiminen voidaan kokea ennen muuta käytännöllisenä ongelmana:

N19B: Ei siis tää niinku siis - emmää nää sitä pahana asiana et tekniikka sinänsä ois ongelma mut se et ei pysy niinku mukana ja sit se ninku ongelma käytännössä on se että - että tuota jos ostaa tietokoneen on pakko ostaa parin vuojen päästä uus. Ja siis se on silleen ikävää sinänsä koska siis sitä pitäs koko ajan olla päivittämässä niinku teeveetäsä ja autoosa ja tietokonetta. Ja siis – ja sitte se niinku se tavallaa se ihmise elämäntyö menee siihe [...]

Teknologiakriittiset haastateltavat saattavat kiinnittää huomiota myös yleisellä tasolla uuden teknologian potentiaaliin riskeihin, kuten aiemmin parissakin eri yhteydessä mainittuun yhteisen media-avaruuden katoamiseen kuluttajan valinnan vapauden lisääntymisen myötä. Teknologiakriittiset nuoret saattavat siis jossain määrin jakaa teknologiakielteisten naisten *huolen yhteisöllisyyden rapautumisesta ja yhteiskunnan pirstaloitumisesta*:

H: Uskotsä tällaseen vuorovaikutteisuuteen siihen että se niinkun lisäis sellasta vuorovaikutteisuutta ja mitä se sitte olis?

M19: No - kyllä. Ja siis - siinä voi olla paljo positiivisia puolia ja voi olla negatiivisia puolia. Tietenki se että ihmiset pystyy enemmän enemmän sitä omaa omaa mediakäyttämistään kontrolloimaan - se on siinä mieles hyvä asia mut toisaalt se voi johtaa taas sellaseen et sitte tehään siitä van sellasta - mä katon vaa sitä mitä just mä ite haluun kattoo ja mä teen just sellaset uutiset mist tulee vaan kivoja asioita ja - ei tartte nähä mitä maailmassa tapahtuu ja ehkä se on se on tällanne äärivisio mut tää tuli mielee ensimmäisenä.

H: Et se ois niinku ikävä – se ois huono puoli? Sä et haluais että ihmiset..?

M19: Sillee eristäytyy omaan koppii ja - minä suostun katsomaan vain sitä mitä mä oon ohjelmoinu omaan televisiooni enkä koskaa mitää muuta.

7.3.4. Tekniikasta innostuneet

Tekniikasta innostuneista haastateltavista lähes kaikki ovat tässä aineistossa keski-ikäisiä miehiä – tosin myös yksi keski-ikäinen nainen näyttää olevan varsin innostunut uudesta teknologiasta. Naisen puheessa korostuu visionäärinen ja utooppinen elementti; hän näkee teknologian avaavan käyttäjilleen aivan uudenlaisia vuorovaikutuksen mahdollisuuksia. Tekniikasta innostuneet miehet sen sijaan ovat kiinnostuneita ennen muuta laitteiden teknisistä ominaisuuksista – voidaan myös sanoa, että he näyttävät käyttävän tekniikkaa (maskuliinisen) identiteettinsä rakennusaineena (vrt. esim. Kelly 1998, 150):

H: [...] jos aattelee radion ja telkkarin sitä suhdetta että mitenkä se ajankäyttö menee ni..?

M39: Kyllähä mä sanosin näin että tuo teevee kyllä taittaa johtaa seittemänkymmentä kolomekymmentä sanottaako näin. Televisioita nimittäin kolome on talossa - kolomessa kerroksessa on.

H: Kaikille löytyy oma?

M39: Kyllä – ymm. Harvassa talossa niitä nii montaa - jokkaisella oma teevee tietokonekkii taittaa - niitäki on kaks kappaletta.

Juuri tekniikasta innostuneet miehet ovat tyypillisesti kiinnostuneita myös radion ja television *äänen teknisestä laadusta*. Teknisesti paremman laadun saavuttamisella saatetaan myös perustella uusien laitteiden hankkimista. Pari haastateltavaa sanookin hankkivansa digitaalisen radion ja television heti kun lähetykset Kainuussa näkyvät ja kuuluvat – he haluavat olla tekniikan suhteen edelläkävijöitä:

N52A: No se on varmaa semmonen asia että kun semmosia täällä kuuluvia lähetyksiä alkaa olla niin mä varmaan hommaan digiradion. Samate kun teeveen.

H: Pidät tarpeellisena ilmeisesti – ja kehit...

N52A: Joo joo ja kehitys menee siihen suuntaa ja ja niinkun mä tossa aikasemmi viittasin siihe äänenlaatuasiaan nin nin minä kyllä niinkun hyvin suurella mielenkiinnolla odottelen että se - olis täälläki kuultavissa ja – ja nähtävissä.

Kritiikkiä uutta teknologiaa kohtaan tekniikasta innostuneet haastateltavat eivät tuo esille, eikä uuden teknologian kehittämistä ja esimerkiksi Yleisradion taloudellista panostusta uuteen teknologiaan ainakaan paheksuta:

H: Mites toi Yleisradion rooli tällasessa asiassa haluatko sinä että Yleisradio panostaa rahaa siihen että olis niinku tekniikassa edelläkävijä?

M52B: Me olemme jo nyt hieman jäämässä jälkeen tässä mejän pitäs kiirehtiä sitä hommaa.

H: Eli se ois hyvin aiheellista?

M52B: Hyvin aiheellista.

7.4. LYHYESTI SUHTAUTUMISESTA UUTEEN TEKNOLOGIAAN

Luvussa on tarkasteltu kuuntelijoiden suhtautumista uuteen teknologiaan, jolla tässä yhteydessä viitataan ennen muuta nettiradioon ja radiokanavien lisäpalveluihin internetissä sekä digiradioon ja -televisioon. Myös televisioon liittyvien odotusten kartoittaminen on ollut välttämätöntä, sillä *monet haastateltavat eivät ole koskaan kuulleetkaan digiradiosta* eikä digitaalista murrosta ole tämän vuoksi mielekästä lähestyä ainoastaan digiradion kannalta.

Radioon liittyvien palvelujen käyttö internetissä taas edellyttää kiinnostusta ja mahdollisuutta käyttää tietokonetta. Tässä suhteessa käsillä oleva *aineisto näyttää jakautuvan iän ja sukupuolen mukaan* siten, että kukaan haastatelluista yli 45-vuotiaista naisista ei sano käyttävänsä tietokonetta eikä tietotekniikka näytä juuri kiinnostavan myöskään aineiston eläkeläisiä. Sen sijaan kaikki alle 45-vuotiaat ovat ainakin koulussa tutustuneet tietokoneeseen ja internetiin.

Tuttujen radiokanavien erilaiset lisäpalvelut internetissä näyttävät kiinnostavan jossain määrin nuoria ja nuorehkoja haastateltavia. Radioiden nettisivuilla saatetaan esimerkiksi osallistua kilpailuihin tai hakea lisätietoa suosituista sarjaohjelmista. Sen sijaan radion kuuntelu internetin kautta on jäänyt yleensä joko kokeilematta tai korkeintaan kertakokeiluksi ennen kaikkea sen vuoksi, että *haastateltavat eivät ole valmiita maksamaan nettiradion kuuntelusta*. Monet ovat sitä mieltä, että kohtuullinen määrä kanavia on kuunneltavissa ”perinteisesti” maksuttakin.

Digiradioon ja -televisioon liittyvistä odotuksista päällimmäisenä ovat *uudet kanavat*, mutta monet yhdistävät digitaaliseen tulevaisuuteen ennen muuta *uusien teknisten laitteiden ”ostopakon”*. Jotkut eivät ole lainkaan tietoisia digitalisointiin liittyvistä suunnitelmista eivätkä näin ollen odota oikeastaan mitään – varsinkaan radiossa *digitaalisen murroksen ei yleensääkään uskota tuovan mukanaan merkittäviä omaan radion käyttöön vaikuttavia muutoksia*.

Kun sitten tarkastellaan käsillä olevan aineiston perusteella suhtautumista uuteen teknologiaan yleensä, voidaan todeta teknologisen determinismin viime kädessä hallitsevan haastateltavien ajattelua: ”Tekniikan kehitystä” ei aseteta kyseenalaiseksi, vaikka siihen suhtauduttaisiinkin yksilötasolla kriittisesti ja epäillen. Haastatteluissa

hahmottuu kuitenkin neljä erilaista tapaa suhtautua teknologiseen kehitykseen: Teknologiamyönteisyys, teknologiakielteisyys, teknologiakriittisyys ja teknologiainnostus.

Teknologiamyönteisyys näyttää olevan eräänlainen perusasenne, johon ei välttämättä liity erityisiä odotuksia; ”tekniikan kehityksen” uskotaan vain olevan itsestään selvästi myönteinen asia. Teknologiakielteiset naiset sen sijaan pelkäävät tietokonepohjaisen teknologian leviämisen ja yhteiskunnan medioitumisen rapauttavan sosiaalista kanssakäymistä. Teknologiakriittisten nuorten suhtautumista uuteen teknologiaan voidaan taas kuvata arkipäiväistyneeksi: Uudet teknologiat ovat osa heidän arkipäiväänsä, kritiikki kohdistuu teknisten innovaatioiden käyttöominaisuuksiin ja toisaalta teknologisen kehityksen yleisiin riskeihin. Sen sijaan tekniikasta innostuneet miehet eivät tuo esille teknologisen kehityksen riskejä vaan huomio kiinnitetään ennen muuta teknisiin laitteisiin ja niiden ominaisuuksiin.

Julkisen palvelun Yleisradion uuteen teknologiaan liittyvistä riskeistä ja mahdollisuuksista ei käsillä olevan aineiston perusteella voida sanoa juuri muuta, kuin että useat haastateltavat näyttävät olevan periaatteessa valmiita hyväksymään ”kohtuulliset” lupamaksun korotukset hintana ”teknologian kehityksestä”. Erityisesti digitaaliselle kaudelle ominaisia julkisen palvelun Yleisradion olemassaoloa puoltavia argumentteja taas voisivat olla a) tarve säilyttää yhteisiä (kansallisia) mediakokemuksia pirstaloituvassa mediamaisemassa ja b) kansalaisten tarve löytää informaatiotuvan keskeltä luotettavaksi koetun toimijan jossain määrin ”valmiiksi suodattamaa” tietoa.

8. YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä luvussa pyritään tiivistämään keskeiset tulokset, jotka on saatu tarkastelemalla kuuntelijoiden suhdetta julkisen palvelun radioon viidellä eri ulottuvuudella: kuuntelijoiden suhdetta radioon välineenä (3. luku), kuluttajien suhtautumista YLE:n radiokanaviin osana kainuulaisia radiomarkkinoita (4. luku), tv-maksua maksavien ”asiakkaiden” suhdetta Yleisradioon (5. luku), kansalaisten suhtautumista julkisen palvelun periaatteeseen ja sen käytännön toteutukseen Suomessa (6. luku) ja lopuksi radion kuuntelijoiden/median käyttäjien suhtautumista käynnissä olevaan teknologiseen murrokseen (7. luku).

Tavoitteena on myös vetää yhteen tutkimuksen kaksi keskeistä näkökulmaa tarkastelemalla kuuntelijoiden suhdetta radioon suhteessa julkisen palvelun Yleisradioon. Jo nyt voidaan todeta, että tehtävä ei ole kovin helppo: Käytössä olleen aineiston perusteella olen mielestäni pystynyt avaamaan tuoreita näkökulmia sekä kuuntelijoiden radiosuhteeseen että kuuntelijoiden ja julkisen palvelun Yleisradion suhteeseen, mutta näiden keskeisten näkökulmien yhteensovittaminen näyttää jäävän tutkimuksen seuraavan vaiheen haasteeksi. Jatkossa on tarkoitus syventyä tarkemmin myös meneillään olevan digitaalisen murroksen merkitykseen sekä kuuntelijoiden radio-että Yleisradio-suhteen kannalta.

Niinpä tyydyn tässä luvussa tarkastelemaan kuuntelijoiden radiosuhdetta (luku 3) omana kokonaisuutenaan. Samalla pohdin ”teoreettisena työkaluna” käytetyn vanha/uusi radiokulttuuri-jaottelun suhdetta kuuntelijoiden omien jäsennysten perusteella hahmoteltuihin kuuntelijatyyppeihin ja eri kuuntelijatyyppeiden mahdollisesti erilaisia Yleisradio-suhteita. Pohdin myös kuuntelijan identiteettityöhön liittyviä kysymyksiä kuten sitä, miten eri kuuntelijatyypit tuottavat eri tavoin aktiivisen kuuntelijan identiteettiä eli omaa toimijuuttaan radion suhteen.

Myös digitaalista murrosta (luku 7) tarkastellaan omana kokonaisuutenaan, sillä haastateltavien teknologiseen murrokseen liittyvää puhetta jäsentää aivan erilainen logiikka kuin puhetta radion kuuntelusta. Sitä paitsi radio näyttäytyy juuri sellaisena välineenä, jonka käytön uskotaan säilyvän murroksesta huolimatta suhteellisen muuttumattomana. Tarkoituksena on kuitenkin kiinnittää huomiota siihen, miten teknologiseen murrokseen liittyvät teemat suhteutuvat keskusteluun julkisen palvelun

yleisradiotoiminnan legitimiteetistä; teknologisesta murroksesta keskusteltaessa esiin nousevat myös yhteiskunnalliseen sukupuolijärjestelmään liittyvät kysymykset.

Tässä työssä läpi käydyistä radiosuhteen näkökulmista kolme – YLE:n radiokanavia osana radiomarkkinoita arvioivan kuluttajan näkökulma (luku 4), tv-maksun maksajan eli Yleisradio Oy:n asiakkaan näkökulma (luku 5) sekä julkisen palvelun tehtäviä ja niiden toteutusta arvioivan kansalaisen näkökulma (luku 6) – voidaan käsitteellistää Hellmania (1988, 115-119; ks. jakso 1.2.2.1.) soveltaen julkisen palvelun Yleisradion legitimiteetin eri ulottuvuuksiksi. Näkökulmat nivotaan tässä luvussa yhteen sijoittamalla ne alun perin Dag Anckarin kehitelemälle ”luottamuksen asteikolle”. Tutkimuksen empiiristä aineistoa tarkastellaan sitten suhteessa näihin teoreettisesti mahdollisiin ”luottamuksen asteisiin”.

Julkisen palvelun Yleisradion yhteydessä pohditaan myös ”laatudiskurssia” eli laatu-käsitteen käytön kontekstia haastateltavien spontaanissa puheessa. Toisena avainkäsitteenä esitellään ”kilpailevat vapauden retoriikat”. Vapauden retoriikoilla viitataan tässä vastakkainasetteluun, jossa ”vapauden” valtakuntana voidaan nähdä lähtökohtaisesti joko valtio tai ”markkinat”.

Lopuksi pohditaan lyhyesti, mikä on käsillä olevan työn suhde radiosta ja/tai julkisen palvelun Yleisradiosta käytävään laajempaan keskusteluun.

8.1. KUUNTELIJAT KULTTUURISESSA MURROKSESSA

Tämän tutkimuksen lähtökohtana on ollut radion *tuotantokulttuurin* murros, jota Hujanen ja Jauert ovat jäsentäneet uuden ja vanhan radiokulttuurin ideaalityyppien avulla (emt., 1998, 105-131; ks. jakso 1.2.1.). Sittemmin Hujanen (2001) on käsitteellistänyt kehityksen siirtymäksi perinteisestä yleisradiosta kulttuuriteolliseen radioon. Tämän tutkimuksen tavoitteena taas on ollut selvittää, onko vastaavaa murrosta havaittavissa kuuntelijoiden arkisissa radiosuhteissa. Olen myös pyrkinyt selvittämään, missä määrin ja millä tavoin kuuntelijoiden radiota ja erityisesti julkisen palvelun radiota koskevat odotukset kytkeytyvät toisaalta klassiseen yleisradioajatteluun ja toisaalta markkinakeskeiseen radioajatteluun.

Empiirisen työn tulosten perusteella voidaan kuitenkin tässä vaiheessa sanoa, että vanhan ja uuden radiokulttuurin ideaalityypit eivät näytä olevan kovin erottelukykyisiä

teoreettisia työkaluja kuuntelijoiden radiosuhteita analysoitaessa: ”Uuden” ja ”vanhan” kulttuurin piirteet näyttävät kuuntelijoiden arkipäivässä kietoutuvan monin tavoin toisiinsa (myös Hujanen & Jauert 1998, 120). ”Vanha” säilyy¹¹⁸ ”uuden” rinnalla ja saa uudessa kontekstissa uudenlaisia merkityksiä; niinpä esimerkiksi ”asiapainotteisia” ja mainoksettomia julkisen palvelun kanavia voidaan pitää kuluttajan kannalta tärkeinä vaihtoehtoina (ks. jakso 8.1.1.1.).

Haastatteluaineiston perusteella voidaankin kehitellä ajatusta ”vanhan” ja ”uuden” kulttuurin risteysalueella muotoutuvasta ”kuluttajakansalaisuudesta”. Tällöin kyse ei suinkaan välttämättä ole perinteisten julkisen palvelun arvojen hylkäämisestä: Julkista palvelua toteuttava *Yleisradio vain mielletään valtiolliseksi toimijaksi, jonka odotetaan tarjoavan kaikille kansalaisille tasapuolisesti ennen kaikkea ”kansalaisuuteen virittäviä” palveluja vaihtoehdoksi muiden rinnalle* (vrt. jakso 1.2.2.). *Näiden palvelujen käyttäminen ei kuitenkaan (enää?) ole kansalaisen moraalinen velvollisuus vaan (valistuneen) kuluttajan käytössä oleva mahdollisuus, jonka tarjolla pitämistä yhtä kaikki saatetaan pitää tärkeänä.*

Erityisesti joidenkin nuorehkojen haastateltavien kohdalla on myös havaittavissa, miten Yleisradio-suhdetta määriteltäessä ”kuluttajakansalaisessa” kamppailevat hegemoninen markkinakeskeinen ajattelu ja perinteinen kansalaisuusdiskurssi (esim. M31 s. 206; vrt. N31 s. 204).

8.1.1. Ideaaliset kuuntelijatyypit

Tässä työssä haastateltavien radiosuhteita on kuvattu heidän omien jäsenystensä pohjalta hahmoteltujen *kolmen ideaalisen kuuntelijatyypin avulla*: Aineistosta löytyy a) *kanavakeskeisiä*, b) *ohjelmakeskeisiä* ja c) *tilannekeskeisiä* kuuntelijoita (ks. jakso 3.3.). Yksittäiset kuuntelijat eivät kuitenkaan välttämättä ole ”puhtaita tyypejä”, vaan haastateltavan puheessa voi esiintyä useamman kuin yhden tyyppin piirteitä (ks. kuvio 1, s. 119, jakso 3.3.4.).

Kanavakeskeinen kuuntelija kuvaa kuunteluaan ennen muuta jonkun tietyn kanavan kuuntelemisena, ohjelmakeskeinen luettelee joukon kuuntelemiaan ohjelmia ja

¹¹⁸ On kuitenkin ilmeistä, että kuuntelijat eivät ole koskaan arkielämässään käyttäytyneet ”vanhan kulttuurin” ideaalin mukaisesti (ks. esim. Åberg 1999, 44-45).

tilannekeskeinen yhdistää kuvauksissaan radion kuuntelun ennen muuta joihinkin tiettyihin tilanteisiin. Huomion arvoista on mm. se, että kuuntelijoiden omat kuvaukset kuuntelustaan eivät siis näytä rakentuvan ensisijaisesti musiikin ja puheen tai keskittyneen ja taustakuuntelun vastakkainasettelujen varaan.

Useissa viime vuosikymmeninä tehdyissä tutkimuksissa huomiota on kiinnitetty erityisesti yleisimpään kuuntelutapaan eli tilannekeskeiseen kuunteluun, joka on usein arkipäiväisen huomaamatonta tausta- tai oheistoimintaa. Kuten Kuvio 1 osoittaa, myös tämän tutkimuksen haastateltavista useimmat ovat luokiteltavissa enemmän tai vähemmän tilannekeskeisiksi kuuntelijoiksi. Tilannekeskeistä kuuntelijaa voidaankin luonnehtia eräänlaiseksi radionkuuntelijan perustyyppiksi:

Tilannekeskeinen kuuntelija on (ilmeisesti kautta vuosikymmenten) käytöksellään rikkonut lähettäjakeskeisen klassisen yleisradiokulttuurin normeja vastaan – tilannekeskeisen kuuntelijan kannalta ratkaisevinta kun ei ole radion ohjelmarakenne vaan kuuntelijan oma arkipäivä. Tilannekeskeinen kuuntelija ei kuitenkaan ole sitoutunut myöskään uuden kulttuurin ideaalin mukaisesti tiettyyn kanavaan tai palvelujen tuottajaan, vaan *suhde radion sisältöihin näyttää olevan kaiken kaikkiaan etäinen*. Radion ”läsnäolo” esimerkiksi osana arkipäivän rituaaleja voi kuitenkin olla tärkeää. Tilannekeskeisen kuuntelijan radiosuhde haastaa pohtimaan, mikä osuus on sisältöjen semanttisella merkityksellä ja mikä välineen funktionaalisella vaikutuksella.

Kuuntelijan suhde radioon voi kuitenkin olla myös läheinen, *jolloin radion sisällöt ovat kuuntelijalle tavalla tai toisella eksplisiittisesti merkityksellisiä*: Tässä työssä läheiset radiosuhteet on käsitteellistetty ohjelma- ja kanavakeskeisiksi kuuntelijatyypeiksi. Lienee syytä erikseen painottaa, että kanavakeskeisyys viittaa tässä nimenomaan kuuntelijan orientaatioon ja radiosuhteen intensiteettiin eikä määrällisesti mitattavissa olevaan kanavauskollisuuteen; viime vuosinahan kanavauskollisuus on kasvanut niin, että kolme neljästä kuuntelijasta kuunteli vuonna 1999 päivittäin vain yhtä kanavaa (Kytömäki & Ruohomaa 1999, 19) – yhtä kanavaa kuuntelevista kuitenkin todennäköisesti vain osa on emotionaalisesti sitoutunut kuuntelemaansa kanavaan.

Kanavakeskeisen kuuntelijan suosikkikanava ei siis ole mikä tahansa säännöllisesti kuunneltu kanava vaan kuuntelijan identiteetin kannalta tärkeä valinta, ”paras” ja ”oma” kanava. Kanavakeskeisen kuuntelijan näkökulmasta saman kanavan kuuntelijat muodostavat eräänlaisen ”heimon” (vrt. McLuhan 1964, 302-303; ks. jakso 1.3.3.2.);

erityisesti naiset saattavatkin käyttää emotionaalisesti latautunutta kieltä kuvatessaan radiosuhdettaan. Kanavakeskeisen kuuntelun voidaan katsoa mahdollistuneen oikeastaan vasta uuden radiokulttuurin myötä universaalia palvelua tarjoavien kanavien korvautuessa yhä selkeämmin tietyille kohderyhmälle suunnatuilla kanavilla.

Radio-ohjelmien merkitys kuuntelijoille näyttää käytössä olleen tutkimusaineiston perusteella suuremmalta kuin useissa aiemmissa radion kuuntelun tutkimuksissa on tullut esille. Tosin tässä työssä myös ”ohjelma” on määritelty jossain määrin uudella tavalla. Joka tapauksessa yllättävän monet tämän tutkimuksen haastateltavat kuvaavat omaa kuunteluaan (myös) tiettyjen nimettyjen ohjelmien kuunteluna.

Kuuntelijoiden omien jäsenysten perusteella määritelty ”ohjelmakeskeinen kuuntelu” eroaa *perinteisestä lähettäjakeskeisestä* määritelmästä sikäli, että kuuntelijakeskeisessä määrittelyssä huomio kiinnitetään kuuntelijan kuvauksissa esiintyviin *erikseen nimettyihin* ohjelmajaksoihin eikä esimerkiksi kuuntelun keskittyneisyyden asteeseen tai siihen, kuunnellaanko lähettäjän rajaama ”ohjelmayksikkö” kokonaisuudessaan. Tällöin ”ohjelmaksi” ei määritellä ainoastaan yksittäisiä ja ainutkertaisia radio-ohjelmia vaan myös ja itse asiassa ennen kaikkea sellaiset *viikoittain tai päivittäin toistuvat nimikko-ohjelmat ja ohjelmasarjat* kuin Radiomafian Alivaltiosihteri, Radio Suomen Naisten tunti tai Radio Ylen Ykkösen aamuhartaus. Joskus kuuntelijan ”ohjelma” voi olla myös *aina johonkin tiettyyn toimintaan liittyvä* radiokanava.

Sarjaohjelmien seuraaminen ei edellytä radio-ohjelmien lukemista lehdistä, vaan säännöllisesti toistuvien ohjelmien ajankohdat muistetaan muutenkin. Voidaankin sanoa, että vanhan radiokulttuurin perusyksikkö eli *erikseen otsikoitu ”ohjelma” voi olla edelleen kuuntelijoiden kannalta merkityksellinen myös lähetysvirta-ajattelua promovoivassa uudessa radiokulttuurissa* – ja vaikka kuuntelijan arjen rytmi yleensä sääteleekin radion kuuntelua, myös ”merkkituotteiksi” kehittyneet ohjelmasarjat voivat rytmittää kuuntelijan arkipäivää.

8.1.1.1. Kuuntelijatyypit ja Yleisradio-suhteet

Eri kuuntelijatyypien Yleisradio-suhteita pohdittaessa törmätään siihen ongelmaan, että kuuntelijoiden radiosuhteet ja Yleisradio-suhteet eivät itse asiassa näytä olevan yhteismitallisia. Tämänhetkisen käsitykseni mukaan näiden kahden eri näkökulman yhdistäminen empiiristen havaintojen tasolla ei välttämättä edes ole mahdollista, vaan

radion kuuntelijoiden ja julkisen palvelun radion suhteen kokonaisuuden hahmottaminen edellyttää tarkastelujen nostamista korkeammalle abstraktiotasolle.

Tässä vaiheessa täytyy siis todeta, että tilannekeskeisen ja kanavakeskeisen kuuntelijatyypin suhteista julkisen palvelun radioon ei voida sanoa oikeastaan mitään erityistä – Yleisradio-suhteen logiikkaa näyttävät määrittävän enemmän tiedon taso ja haastateltavan suhde valtioon kuin radion kuuntelun luonne. Radiosuhteen ja Yleisradio-suhteen yhteismitattomuuteen viittaa sekin, että edes Radio Suomeen kiintyneiden kanavakeskeisten suurkuluttajien suhtautuminen julkisen palvelun Yleisradioon ei näytä mitenkään yhtenäiseltä.

Tässä työssä luonnostelluista kuuntelijatyypeistä Yleisradio-suhteen kannalta kiintoisin näyttäisi olevan ”kuluttajakansalaisen” ja ”aktiivisen asiakkaan” ideaalia lähenevä ohjelmakeskeinen tyyppi. Monet ohjelmakeskeiset kuuntelijat korostavat kuluttajan valinnan mahdollisuuksien merkitystä ja erilaisten kanavien työnjaon tärkeyttä; kanavien työnjaon ajatus saatetaan laajentaa ajatukseksi yhteiskunnallisesta työnjaosta, jossa julkisen palvelun kanavilla ja kaupallisilla kanavilla on olennaisesti erilainen ja toisiaan täydentävä rooli. Jatkopohdiskelujen kannalta tässä ajatusmallissa on erityisen mielenkiintoista se, miten julkisen palvelun Yleisradion olemassaolon oikeutusta perustellaan nimenomaan kuluttajan näkökulmasta.

8.1.1.2. Kuuntelijatyypit ja aktiivisen kuuntelijan identiteetti

Luvussa kolme (jakso 3.4.2.) on empiiristen havaintojen perusteella alustavasti luonnosteltu postmodernin kapitalistisen yhteiskunnan läpäisevän *aktiivisuuden normin* (Beck 2000, 164-173; Holvas 2000) kytkeytymistä radion kuunteluun: Erityisesti muutamien nuorten kuuntelijoiden kommentoissa jatkuva ”aktiivinen” valintaprosessi näyttäytyy suoranaisena vaatimuksena, samalla kun ”jämähtämiseen” tutun kanavan kuuntelijaksi liittyy negatiivisia konnotaatioita.

Toisaalta esitän, että eri kuuntelijatyypeillä näyttää olevan käytössään erilaisia mahdollisuuksia rakentaa tavoiteltavana näyttäytyvää aktiivisen kuuntelijan identiteettiä. Tilannekeskeinen kuuntelija saattaa torjua sitoutumisen johonkin tiettyyn kanavaan ja korostaa jatkuvaa kanavien *valintaprosessia*. Kanavakeskeinen kuuntelijan sijaan saattaa korostaa *intensiivistä* ja mahdollisesti myös vuorovaikutuksellista *suhdettaan* ”omaan” kanavaansa eräänlaisena aktiivisuuden ilmauksena; kuuntelijat

saattavat tuoda painokkaasti esille myös sitä, miten *paljon* he kuuntelevat radiota. Ohjelmakeskeiset kuuntelijat taas näyttävät rakentavan aktiivisen kuuntelijan identiteettiään korostamalla omaa *valikoivuuttaan* ja kykyään käyttää (radio)tarjontaa *hallitusti omien tarpeidensa mukaan*.

8.1.2. Kuuntelijat digitaalisessa murroksessa

Tässä työssä on pyritty pohtimaan alustavasti myös digitaalista murrosta, jonka eteneminen tällä hetkellä on koko mediakentän kannalta keskeinen kysymys. Perusoletuksena on ollut se Søndergaardin (1999b, 2) näkemys, että digitaalinen murros voidaan nähdä ikään kuin uutena vaiheena sähköisen viestinnän jo 1980-luvulla alkaneessa murroksessa. Teknologisen kehityksen katsotaan siis lähinnä voimistavan ja kiihdyttävän jo aiemmin esiin nousseita kehityssuuntia kuten sähköisen viestinnän kaupallistumista ja globalisaatiota.

Käytännössä digitaalisen murroksen pohtiminen on kuitenkin jäänyt toissijaiseksi yksinkertaisesti siitä syystä, että kainuulaisten kuuntelijoiden arkielämän radio on edelleen nimenomaan perinteinen analoginen radio. Internetin kautta tarjottavat täydentävät lisäpalvelut ovat jossain määrin tuttuja melko monille, mutta esimerkiksi nettiradion kuuntelu on jäänyt yksittäisiin kokeiluihin: Haastateltavat eivät pidä mielekkäänä radion kuuntelua maksullisen yhteyden kautta, kun kuuntelijalle maksuttomia radiokanaviakin on tarjolla.

Digitaalinen radio ja televisio taas ovat kainuulaisille kuuntelijoille vielä keväällä 2000 melko kaukaisen tuntuisia visioita. Läheskään kaikki haastateltavat eivät ole kuulleetkaan radion digitalisointiin eli DAB-tekniikkaan liittyvistä suunnitelmista; kaikki eivät ole vielä kuulleet digitaalisesta televisiostakaan, jonka kautta useimmat haastateltavat kuitenkin digitaalisen murroksen hahmottavat. Monilla näyttää sitä paitsi olevan varsin epämääräinen kuva siitä, mitä radion ja television digitalisointi voisi tuoda tullessaan – jotkut esimerkiksi kertovat, että eivät ole yrityksistään huolimatta ymmärtäneet teknisesti orientoituneita digitalisoinnista kertovia juttuja.

Digiradioon ja -televisioon kohdistuvista odotuksista päällimmäisenä näyttää tässä aineistossa olevan kanavien määrän lisääntyminen, mitä ei kuitenkaan välttämättä pidetä tarpeellisenä eikä aina edes suotavana. Radiokanavien määrän lisääntymisen ei kuitenkaan arvella juuri vaikuttavan arkielämään tai kulutustottumuksiin. Toisaalta

digitaalinen murros voidaan hahmottaa ennen muuta uusien teknisten laitteiden ”ostopakoksi”. Jotkut ovat kuitenkin huomioineet myös ”digitaaliset lupaukset” äänen ja kuvan teknisen laadun paranemisesta tai vuorovaikutuksellisuuden lisääntymisestä. Huomiota kiinnittää tässä yhteydessä se, että monet naiset eivät ota digitaaliseen murrokseen kantaa ollenkaan – koko kysymys ei näytä olevan heidän kannaltaan relevantti.

8.1.2.1. Neljä erilaista suhtautumistapaa

Vaikka kaikki haastateltavat eivät odota teknologisen kehityksen tuovan ainakaan mitään myönteistä muutosta heidän elämäänsä, poikkeuksetta kaikkien haastateltavien puhe heijastelee jollain tasolla eräänlaista teknologista determinismia (ks. jakso 7.3). Teknologisella determinismillä tarkoitan tässä uskoa, että ”teknologinen kehitys” on vääjäämätöntä ja enemmän tai vähemmän omalakisista – jotakin, johon yhteiskunnan ja yksilöiden on joka tapauksessa sopeuduttava (vrt. Karvonen 1999, 82-89).

Tarkasteltaessa kuitenkin yksityiskohtaisemmin suhtautumista tietokonepohjaisen teknologian kasvavaan merkitykseen sähköisessä viestinnässä, aineistosta hahmottuu neljä perustavalla tavalla erilaista suhtautumistapaa: teknologiamyönteisyys, teknologiakielteisyys, teknologiakriittisyys ja teknologiainnostus.

Teknologiamyönteiset haastateltavat voivat olla tässä aineistossa miehiä tai naisia, nuorempia tai vanhempia (ks. alaviite s. 44); teknologiamyönteisyys näyttäisi olevan eräänlainen perusasenne, johon ei juurikaan liity henkilökohtaisia odotuksia: Tekniikan kehitystä pidetään sekä väistämättömänä että sinänsä lähtökohtaisesti myönteisenä ilmiönä, mutta sen ei odoteta merkittävästi vaikuttavan omaan elämään.

Erityisesti tämän aineiston keski-ikäisille naisille tyypillinen teknologiakielteisyys sen sijaan perustuu epäilyyn, että tietokonepohjaisen uuden teknologian leviäminen osana yhteiskunnan yleistä medioitumista rapauttaa yhteisöllisyyttä ja välittömän sosiaalisen kanssakäymisen perustuksia sekä omakohtaisiin kokemuksiin perustuvaa elämän hallintaa. Teknologiakielteisten haastateltavien ristiriitainen suhtautuminen kulttuurisesti hallitsevaan teknologiseen determinismiin tulee esille monin eri tavoin: Haastateltavat korostavat omien näkemystensä olevan ”henkilökohtaisia mielipiteitä”, eivätkä halua kuitenkaan olla ”kehityksen jarruja”. Erityisesti nuorehkot haastateltavat näyttävät tuntevan tarvetta selitellä, miksi he asettavat ”teknisen imperatiivin”

kyseenalaiseksi. Toisaalta huomiota kiinnittää se, miten välittömästi ja rajustikin teknologiseen kehitykseen liittyvät pelot nousevat esiin haastatteluissa.

Tässä aineistossa keski-ikäisten naisten teknologiakielteisyyden vastakohtaksi asettuu ennen muuta keski-ikäisille miehille tyypillinen teknologiainnostus. Teknisistä laitteista ja niiden ominaisuuksista innostuneet miehet sanovat haluavansa olla uuden teknologian suhteen edelläkävijöitä. Edelläkävijän rooli näyttää olevan omiaan myös vahvistamaan ja rakentamaan haastateltavien maskuliinista identiteettiä: Kodin teknistä varustusta esitellään lämmöllä ja innolla, ja sen arvellaan olevan keskimääräistä parempi silloinkin kun näin ei ole asian laita.

Varsin mielenkiintoinen ryhmä ovat myös teknologiakriittiset nuoret, joiden suhde uuteen teknologiaan näyttää arkipäiväistyneen: Tietokonepohjaisen teknologian sovellutukset ovat olennainen osa heidän arkipäiväänsä. He eivät kuitenkaan suhtaudu teknisiin innovaatioihin kriittikittömän innostuneesti vaan ovat omaksuneet kriittisen kuluttajan roolin: Teknologisia innovaatioita halutaan arvioida yksi kerrallaan niiden käytettävyyden, kustannusten ja mahdollisesti myös niihin liittyvien potentiaalisten (yhteiskunnallisten) riskien kannalta.

8.1.2.2. Uusi teknologia ja julkisen palvelun Yleisradio

Vaikka vain osassa haastatteluja sivutaan konkreettisesti julkisen palvelun Yleisradion suhdetta uuteen teknologiaan, haastateltavien ”teknologiadiskursseista” voidaan nostaa esille julkisen palvelun yleisradiotoiminnan ydinkysymyksiin liittyviä teemoja. Yksi selkeästi julkisen palvelun Yleisradion kannalta merkittävä ilmiö on joidenkin teknologiakielteisten naisten ja teknologiakriittisten nuorten jakama huoli (kansallisten) yhteisten mediakokemusten katoamisesta. Tältä pohjalta voidaan ajatella johdettavan julkisen palvelun Yleisradion digitaaliselle ”runsauden aikakaudelle” (Ellis 2000, 162-178) luonteenomaiseksi legitimitetin perusteeksi kansallisten yhteisten mediakokemusten takaaminen (vrt. Søndergaard 2000, 12).

Uuden teknologian ja julkisen palvelun yleisradiotoiminnan suhdetta pohdittaessa esiin nousee myös joidenkin haastateltavien ahdistavaksi kokema informaatiotulva, jonka voidaan olettaa olennaisesti voimistuvan teknologisen kehityksen myötä. Tällöin julkisen palvelun erityiseksi tehtäväksi voidaan nähdä ”olennaisen” ja ”tarpeellisen” etsiminen ja ylitsepursuavan tarjonnan suodattaminen kansalaisten puolesta. Tämä ajatusmalli

perustuu luonnollisesti oletukselle, että ”valtiollinen” julkisen palvelun Yleisradio koetaan legitiimiksi välittäjäksi ja kansalaisten edun puolustajaksi kaoottisilla ”informaatiomarkkinoilla” (ks. jakso 6.2.1.2.).

Samaan suuntaan viittaa useiden tämän aineiston haastateltavien ja erityisesti ohjelmakeskeisten kuuntelijoiden esittämä ajatus, että julkisrahoitteinen Yleisradio takaa dualistisessa järjestelmässä kuluttajalle laadullisen valinnan mahdollisuuden. Tällöin voitaisiin luonnostella mallia, jossa aktiivinen kuluttaja käyttää suvereenia valtaansa nimenomaan delegoimalla valinnanvapautensa luotettavaksi mieltämälleen ”välittäjälle” – ja välittäjä puolestaan valikoi sopiviksi katsomansa tuotteet asiakkaalleen. Tällainen malli saattaa tulla ajankohtaiseksi silloin, jos teknologinen kehitys johtaa kuluttajat käyttämään sähköisiä medioita nimenomaan kilpailevien toimijoiden ylläpitämien multimedia-alustojen kautta.

Näyttäisi siis siltä, että digitaaliseen murrokseen liittyvien pelkojen ja epäilysten pohjalta voidaan konstruoida julkisen palvelun Yleisradioon kohdistuvia odotuksia ja toiveita. Kokonaan toinen kysymys on, millä tavoin markkinoilla toimiva julkisen palvelun yhtiö näihin odotuksiin kykenee vastaamaan tilanteessa, jossa teknologinen murros voimistaa jo aiemmin kehittyneitä tuotannollisia ja taloudellisia paineita.

8.1.2.3. Teknologia ja yhteiskunnallinen sukupuolijärjestelmä

Naisten ja miesten suhtautumisessa digitaaliseen teknologiaan on havaittu selviä eroja: Esimerkiksi digitaalisten televisiopalvelujen tarjoajien Gallup Markkinatutkimuksella teettämän kyselyn mukaan kaikista miehistä 47 prosenttia mutta naisista vain 23 prosenttia suhtautuu ”myönteisesti” digitaaliseen televisioon (Lumijärvi 2001, Nettilinkki 2.5.2001); toisaalta neljä kymmenestä naisesta suhtautuu digitaaliseen televisioon ”neutraalisti”. Käsillä olevan pienimuotoisen laadullisen tutkimuksen aineistosta saa pääpiirteissään yllättävän samankaltaisen kuvan naisten ja miesten asenteista, jotka näyttävät edelleen keskiarvojen tasolla noudattelevan yhteiskunnallisen sukupuolijärjestelmän (esim. Rantalaiho 1986) perinteistä logiikkaa; esimerkiksi digitaalinen televisio ei luultavasti kiinnosta niitä naisia, joiden perheiden sisäisessä työnjaossa tekniikka kuuluu selkeästi miehen toiminta- ja osaamisalueeseen.

Kvantitatiivisen kyselytutkimuksen tämän työn tulosten kanssa samansuuntaiset tulokset antavat myös aihetta ounastella, että Kainuun aineistossa havaittu sosiaalisen

sfäärin rapautumisen pelkoon pohjautuva teknologiakielteisyys saattaa luonnehtia laajemminkin naisten suhdetta uuteen teknologiaan. Toisaalta siis myös miesten tekniikkainnostusta voidaan pyrkiä ymmärtämään sukupuolijärjestelmän pohjalta osana maskuliinisten identiteettien rakentamista.

Jatkossa laajempi ymmärrys teknologia-asenteiden sukupuolittuneisuudesta ja muu teknologian kulttuurinen arviointi toivottavasti avaa mahdollisuuksia toisaalta ”tietoyhteiskunnan” myyttien purkamiseen ja toisaalta informaatioyhteiskuntaa edistämään pyrkivien strategioiden arviointiin ja tarvittaessa uudelleen muovaamiseen.

8.2. JULKISEN PALVELUN YLEISRADION LEGITIMITEETIN ULOTTUVUUDET

Kuuntelijoiden Yleisradio-suhdetta ja julkisen palvelun Yleisradion legitimizeettiä tarkastellaan tässä työssä siis Hellmania (1988, 116; ks. jakso 1.2.2.1.) mukailten kolmella eri ulottuvuudella: julkisen palvelun Yleisradion periaatteellisen hyväksynnän, nykyisen Yleisradio Oy:n toiminnan hyväksynnän ja YLE:n palvelujen käytön tasoilla. Nämä tasot vastaavat kuuntelijan *Yleisradio-suhteessa kuluttajan, asiakkaan ja kansalaisen näkökulmia*. Perusoletuksena on ollut, että kuuntelijan *Yleisradio-suhde ei ole yksiulotteinen* (esimerkiksi kansalaisen *tai* kuluttajan näkökulmaan perustuva) vaan monitahoinen.

Yksittäisen kuuntelijan kulutusvalinnat ja erilaisissa puhujanrooleissa esittämät ajatukset eivät välttämättä muodostakaan yhtenäistä ja koherenttia ”suhtautumistapaa” – niinpä YLE:n radiokanavan vakituinen kuuntelija ei välttämättä hyväksy tv-maksua eikä kannata julkisen palvelun periaatetta, kun taas kaupallisen kanavan kuuntelija saattaa pitää tv-maksua Yleisradiolle sopivana rahoitusmallina ja julkisen palvelun Yleisradion olemassaoloa ylipäätään tärkeänä.

Kuuntelijan Yleisradio-suhteen eri näkökulmiksi käsitteellistetyt julkisen palvelun Yleisradion legitimizeetin ulottuvuudet pyritään nivomaan yhteen tämän luvun jaksossa 8.2.4. alun perin Dag Anckarin kehittämän ”luottamuksen asteikon” avulla. Sitä ennen pohditaan kuitenkin kutakin legitimizeetin ulottuvuutta jäsentäviä periaatteita ja kuuntelijoiden näkökulmien varianssia.

8.2.1. Ikäidentiteetit ja kuluttajan kokemus

Kuluttajien suhtautumista YLEn radiokanaviin osana Kainuun radiomarkkinoita on tarkasteltu kaikkiin viiteen alueella kuuluvaan kanavaan liittyvien mielikuvien avulla (ks. luku 4). Tällä tavoin hahmottuvat kuluttajien omat kulttuuriset jäsennykset, joista kaikkein keskeisin näyttää olevan *radiokanavien ryhmittely oletetun kohderyhmän iän perusteella* – näin erotellaan ”nuorille suunnatut” Radiomafia ja Radio Nova ”vanhemmille suunnatuista” Radio Kajauksesta ja Radio Suomi/Kainuun Radiosta. Radio Ylen Ykköstä taas voidaan luonnehtia joko ”todella vanhojen” kanavaksi tai sitten ”kulttuuriväen” elämäntapakanavaksi. *Jako Yleisradion ja kaupallisiin kanaviin ei siis näytä olevan kuluttajan mielikuvissa keskeinen kanavia erotteleva tekijä.*

Monet haastateltavat erottelevat kuitenkin oma-aloitteisesti myös Yleisradion kanavat kaupallisista kanavista. Aineistosta löytyy itse asiassa kaksi aivan erilaista tapaa hahmottaa tätä erontekoa: Useimmat miehet näyttävät määrittelevän Yleisradion ja kaupallisten kanavien eron *tiedon tasolla* ottamatta kantaa jommankumman kategorian ”paremmuuteen”. Sen sijaan naiset näyttävät kiinnittävän huomiota kanavien eroihin *kuuntelukokemuksen tasolla*, jolloin mainokset ja vastaavasti mainosten poissaolo voidaan tuoda esiin omaan kanavanvalintaan vaikuttavina tekijöinä; yleensä mainokset mainitaan nimenomaan silloin, kun ne koetaan häiritsevinä – *mainosten puuttuminen Yleisradion kanavilta voidaan tällöin kokea kuluttajaystävälliseksi piirteeksi.*

Toisaalta nuorimmat (alle 25-vuotiaat) haastateltavat ja naiset eivät läheskään aina tuo oma-aloitteisesti millään tavoin esille erottelua YLEn ja kaupallisten kanavien välillä – tästä voidaan päätellä, että kyseinen erottelu ei ole heidän kannaltaan merkityksellinen.

8.2.2. ”Valtiollinen” Yleisradio ja epäselvä ”asiakassuhde”

Haastateltavien ”asiakassuhdetta” Yleisradioon on lähestytty kartoittamalla toisaalta haastateltavien tietoja yhtiöstä ja yhtiön rahoituksesta ja toisaalta yhtiöön liittyviä mielikuvia (luku 5). Haastateltavien ”asiakassuhteen” kannalta ratkaisevaa näyttää olevan se, että Yleisradio Oy mielletään tässä aineistossa yleisesti suureksi ja perinteiseksi *valtiolliseksi toimijaksi*. ”Valtiollisuuden” konnotaatiot ovat niin vahvoja, että haastateltavat eivät välttämättä esimerkiksi suostu uskomaan yhtiön rahoituksen tulevan kokonaan valtion budjetin ulkopuolelta.

Vastaavasti monet rinnastavat tv-maksun muihin veroluonteisiin maksuihin, joiden hoitaminen on lähinnä kansalaisvelvollisuus: Tässä aineistossa vain aivan muutamat haastateltavat katsovat tv-maksun maksamisen luovan erityisen ”asiakassuhteen” maksajan ja Yleisradio Oy:n välille. Käsitystä ”asiakassuhteesta” hämärtää toisaalta myös se, että tv-maksu mielletään usein maksuksi television tarjonnasta yleensä – läheskään kaikki tämän tutkimuksen haastateltavat eivät tiedosta yhteyttä esimerkiksi Yleisradion radiokanavien ja tv-maksun välillä.

Joka tapauksessa on siis syytä todeta, että ”asiakkuuden” käsite ei näytä erityisen osuvasti jäsentävän kuuntelijoiden Yleisradio-suhdetta. ”Asiakassuhteen” jäsentymättömyys ja epäselvyys näyttää johtuvan *toisaalta ”valtiolisten” mielikuvien hallitsevuudesta ja toisaalta haastateltavien osittain virheellisistä mielikuvista ja Yleisradio Oy:tä koskevan tiedon vähäisyydestä*. Samat osittain virheelliset mielikuvat tulevat usein esiin myös sanomalehtien yleisönosastojen kirjoituksissa (ks. liite 6) ja esimerkiksi Valtionhallinnon Ota kantaa- keskustelufoorumien maaliskuun 2001 verkkokeskustelussa julkisen palvelun televisiosta (<http://www.euro.fi/vm-keskustelu/forum.asp?vtype=77&ID>).

Ei kuitenkaan voida kaikilta osin sanoa, että haastateltavien valtiokeskeiset mielikuvat Yleisradiosta olisivat ”väärää” – esimerkiksi tv-maksu on eittämättä maksajan kannalta luonteeltaan autoveroon rinnastettavissa oleva veroluonteinen maksu, jota maksetaan televisiovastaanottimen hallussapidosta eikä suinkaan tietyn yhtiön palvelujen käytöstä. Aivan yhtä lailla on totta, että Yleisradio Oy on valtion omistama mediayritys.

Tästä voidaan myös päätellä, että Yleisradio Oy:n ”yleisömarkkinoiden” kannalta olennaisia saattavat olla osittain eri asiat kuin ne, mitkä ovat keskeisiä julkista keskustelua yleensä hallitsevien poliittisten, professionaalisten ja taloudellisten markkinoiden kannalta. Kuuntelijat eivät esimerkiksi välttämättä näe olennaista eroa siinä, kerätäänkö Yleisradion toiminnan rahoitus tv-maksujen muodossa vai järjestetäänkö se valtion talousarvion kautta – sen sijaan ”poliittisten markkinoiden” kannalta kysymys on merkittävä.

8.2.3. Kansalainen, julkisen palvelun periaatteet ja Yleisradio

Julkisen palvelun periaatteita on tässä työssä pyritty pitämään erillään Yleisradio Oy:stä eli näitä periaatteita Suomessa toteuttavasta yhtiöstä; käytännössä tämä eronteko ei kuitenkaan ole loppuun saakka mahdollista. Kainuun aineiston perusteella (ks. luku 6) voidaan jopa väittää, että *sekä tämän erottelun tekeminen että tekemättä jättäminen on jo osa ”mielipiteen muodostusta”*.

Niinpä ne haastateltavat, jotka ymmärtävät julkisen palvelun ytimeksi lakiin kirjattujen *julkisen palvelun tehtävien hoitamisen* (liite 4), arvioivat valtiollisen Yleisradion ja vaihtoehtoisesti kaupallisten toimijoiden mahdollisuuksia toteuttaa näitä tehtäviä *pragmaattisesti*. Sen sijaan ne haastateltavat, jotka ymmärtävät julkisen palvelun ytimeksi *ei-kaupallisen valtion omistaman yhtiön toiminnan*, pitävät julkisen palvelun tehtävien delegoimista kaupallisille toimijoille jo *periaatteessa mahdottomana*.

Julkisen palvelun Yleisradioon liittyvien mielipiteiden muodostuksen kannalta keskeistä näyttää olevan myös kansalaisen *suhde valtion*, joka voidaan hahmottaa joko kansalaisten yhteisen edun vaalijaksi tai vaaralliseksi monopoliksi – tätä teemaa pohditaan hieman tarkemmin myöhemmin jaksossa 8.2.5.2. ”kilpailevien vapauden retoriikkojen” yhteydessä. Tässä suhteessa on huomion arvoista, että monet tämän aineiston haastateltavat korostavat Suomen *nykyisen dualistisen järjestelmän olevan kuluttajakansalaisen kannalta edullinen*: Yleisradion uskotaan takaavan ”laadun” ja kaupallinen kilpailu koetaan ”piristäväenä”.

Toisaalta julkisen palvelun periaatteiden ja Yleisradion suhdetta pohdittaessa useat Kainuun aineiston haastateltavat yksinkertaisesti kieltäytyvät muodostamasta mielipidettä asiasta, josta he eivät katso tietävänsä tarpeeksi ja jota ei myöskään koeta oman elämän kannalta ilmeisesti millään tavoin merkitykselliseksi. Joku saattaa myös sanoa, ettei hänen mielipiteellään ole tämäntapaisissa kysymyksissä mitään vaikutusta.

8.2.4. ”Luottamuksen asteikko”

Kansalaisten mahdollista vieraantumista Yleisradiosta pohtinut Hellman (1988, 115-119) rinnastaa Anckariin nojautuen Yleisradion legitimitetin poliittisen järjestelmän legitimitettiin todeten, että *vieraantuminen yhdestä järjestelmän aspektista ei välttämättä edellytä vieraantumista toisesta*: Näin voidaan *konstruoida moniulotteinen*

legitimiteetin malli, jossa tarkastellaan legitimiteetin aste-eroja ristiintaulukoimalla kolme edellä esiteltyä legitimiteetin eri ulottuvuutta. Näin myös haastatteluaineiston ”sisäisten ristiriitaisuuksien” avulla voidaan itse asiassa ymmärtää kuuntelijan ja julkisen palvelun radion suhdetta entistä paremmin.

Juuri kuvioon 2 sisältyvän valtio-opillisen näkökulman vuoksi sen suhteen täytyy kuitenkin tehdä yksi kriittinen varaus: Siinä lähtökohtana on ajatus, että *julkisen palvelun periaatteen hyväksyntä on julkisen palvelun Yleisradion kannalta ratkaisevan tärkeää*. Tässä yhteydessä on kuitenkin muistettava *Yleisradio Oy:n ”kaksoisrooli” toisaalta kirjastoon rinnastuvana yhteiskunnallisten palvelujen tuottajana ja toisaalta markkinoilla toimivana mediayrityksenä*: Mikäli Yleisradiota tarkastellaan nimenomaan mediayrityksenä, sen legitimiteetin säilyminen ei välttämättä edellytä julkisen palvelun periaatteen hyväksymistä vaan enemmänkin ”laatuimagoa”. Tämän ”markkinoiden näkökulman” puuttuminen onkin ”luottamuksen asteikon” keskeinen heikkous, kuten käy ilmi suhteutettaessa jatkossa empiiristä tutkimusmateriaalia ”luottamuksen asteikkoon”.

Kuvio 2. Yleisradion legitimiteetin ulottuvuudet Hellmania (1988, 119) mukailten

	Kansalainen	Asiakas	Kuluttaja	
Kannattaja	+	+	+	Stabiliteetti
Arvostaja	+	+	-	Kriisi
Kapinallinen	+	-	+	Kriisi
Hyväksyjä	+	-	-	Kriisi
Käyttäjä	-	+	+	Katastrofi
Maksattaja	-	+	-	Katastrofi
Hyödyntäjä	-	-	+	Katastrofi
Vastustaja	-	-	-	Katastrofi

Joistakin tulkintaongelmista ja edellä mainitusta perustavaa laatua olevasta kriittisestä kommentista huolimatta kuvio 2 tarjoaa mielestäni käyttökelpoisen keinon vetää yhteen Kainuun aineiston kuuntelijoiden Yleisradio-suhdetta tarkastelevat osiot; rinnastamalla empiirinen aineisto kuviossa 2 konstruoituihin loogisesti mahdollisiin ”luottamuksen asteisiin” voidaan pyrkiä ymmärtämään Yleisradio-suhteiden ”kerroksellisuutta” ja

toisaalta arvioimaan käytössä olleen aineiston kattavuutta erilaisten Yleisradio-suhteiden kannalta.

Tässä yhteydessä lienee kuitenkin syytä tehdä yksi laaja-alaisen laadullisen aineiston tulkintaan liittyvä huomautus: Kuluttajan, asiakkaan ja kansalaisen näkökulmien pelkistäminen kaksikulotteisiksi vaihtoehtoiksi edellyttää väistämättä laadullisen aineiston ulottuvuuksien kohtuullisen rajua karsimista, valintaa ja yhdistelemistä. Niinpä kuluttajan näkökulmaan on aineistoa ”luottamuksen asteikkoon” suhteutettaessa tavallaan sisällytetty myös ”kuuntelijan näkökulma”; asiakassuhdetta arvioitaessa on kiinnitetty huomiota lähinnä yleisradiotietämykseen ja tv-maksuhalukkuuteen ja ”kansalaismielipiteet” on luokiteltu nimenomaan sen perusteella, miten haastateltava suhtautuu nykyisenkaltaiseen Yleisradioon (eikä siis julkisen palvelun periaatteisiin).

8.2.4.1. Yleisradion kannattajat

”Luottamuksen asteikolla” stabiliteettia edustava tyyppi 1 eli ”kannattaja” sekä hyväksyy periaatteessa nykyisenkaltaisen (täyden palvelun) Yleisradion ylläpitämisen ja tv-maksurahoituksen että seuraa itse YLEn radio- ja/tai televisio-ohjelmia suhteellisen paljon. Kainuun aineistossa ”kannattajiksi” voidaan luokitella muutamia naisia ja useita keski-ikäisiä ja vanhempia miehiä. Esimerkiksi M35A kertoo seuraavansa televisiosta mm. Prismaa ja Hovimäkeä; radiota hän kuuntelee lähinnä autossa ja valitsee silloin usein kuunneltavakseen Radio Suomi/Kainuun Radion:

H: [...] No - sä meet autoon ni avaatsä aina radion?

M35A: Kyllä. Se on aina auki.

H: Mikä sulla on - siinä ekana valintana?

M35A: Se on Radio Suomi.

M35A myös erottelee oma-aloitteisesti Yleisradion radiokanavat kaupallisista – tämä erottelu siis näyttää olevan hänen näkökulmastaan jollain tavalla merkityksellinen:

H: [...] että mitä kanavia tällä alueella kuuluu?

M35A: Siis radiossa? Jos lähetää Yleltä ni Mafia ja Radio Suomi ja sitten tuo Ylen Ykkönen ja Kajaus ja (epäselvää) Radio Salminen kuuluu Iisalmesta - ja sitte tuota Taivalkoskelta kuuluu Radio Suomi ja Vuokatista ja sitte lähtee vähä länttee kulukemaa nii sitten rupeaa ruotsi kuulumaa mut en tiijä ihan tarkkaan että missä kohti.

Samoin haastateltava on tietoinen Yleisradion toiminnan tv-maksurahoituksesta ja valmis omalta osaltaan osallistumaan YLEn rahoitukseen. Olennaisena erona Yleisradion ja kaupallisten kanavien välillä hän pitää Yleisradion ”vastuullisuutta”:

M35A: Varmaa on nii että Yleisradion kanavat ehkä ottaa enemmän vastuuta siitä lähetettävästä ohjelmasta ku varsinkin nämä paikallisradiot että niillä ei oo minkääläistä vastuuta siitä lähetyksestä antaa tulla mitä suuhun mahtuu...

H: Mites Nova sitte?

M35A: Sillä on varmaan kans mutta ei varmaan nii paljo oo sitä – sitä sitä voisko sitä sensuuriksi vai miksi sitä sanos niinku seurata sitä mitä sitä laitetaa varmaan Yle enemmän seuraa sitä että mitä sinne laitetaa.

H: Onks se sun mielestä hyvä asia?

M35A: Jossain mielessä kyllä mutta kyllä tiesti joskus on hyvä olla tuota vähän räväkämpii ohjelmii mutta kyllä se minusta pääsääntöisesti hyvä on.

Ajatus julkisen palvelun tehtävien hoitamisesta kaupallisten toimijoiden voimin tuntuu haastateltavasta periaatteesta vieraalta – varsinkin kun hän tässä keskusteluyhteydessä vertailee ensisijaisesti Radio Suomea ja paikallista kaupallista kanavaa. Ei-kaupallinen Yleisradio koetaan ”uskottavaksi” ja ”puolueettomaksi”:

M35A: Ei kyllä minä antasin Yleisradion hommina olla sen että – ainaki minun minulle on tuo Kajaus niin tuhattoma huono maine minun mielestä sillä on että tota uskottavuus niinku kärsii sillä tiedolla mitä siltä tulee että tämä on niinku uskottava ja puolueeton – semmonen tunne on että se on puolueeton ja antaa niinku oikeeta tietoa. Ne mainokset sotkoo siinä niin paljo (naurahdus).

M35A ei innostu myöskään ajatuksesta, että viihteelliset ohjelmat karsittaisiin Yleisradion puolelta. Hänen perustelee haluaan säilyttää täyden palvelun Yleisradio jälleen ”vastuullisuuteen” ja ”laatuun” liittyvillä mielikuvilla:

M35A: Ei kyllä se on Yleisradiolla pitäs tai näillä julkisen palvelun mitä ne nyt olikaa – pitäs olla viihdeohjelmia ihan samalla tavalla – seki on niinku parempaa siellä se on niinku uskottavampaa se viihde tai sillälaila – se on silläki on se kontrolli mullon semmonen käsitys siellei niinku sillai kettää nollata eikä mollata sillaila niinku kaupallisilla – ehkä emminä tiijä semmonen tuntuma vai on.

8.2.4.2. Arvostajat, kapinalliset ja hyväksyjät

Hellmania mukailien rakennetussa ”luottamuksen asteikossa” jonkinasteista Yleisradio-suhteen kriisiä edustavat tyypit 2, 3 ja 4. *Tyyppi 2 voidaan konstruoida* julkisen palvelun Yleisradiota ja yhtiön rahoitusmallia periaatteessa kannattavaksi ”arvostajaksi”, joka ei itse kuitenkaan käytännössä kovin usein hakeudu YLEn palvelujen pariin. Kainuun radiokeskeisessä aineistossa ”arvostajat” saattavat olla nuoria, joille Yleisradion radiokanavat ovat tulleet tutuksi kotona. Esimerkiksi M19 seuraa televisiosta ”vain yhtä sarjaa” ja vilkaisee silloin tällöin kansainvälistä MTV-musiikkikanavaa; radion hän itse avaa vain hyvin harvoin, mutta kuuntelee kotonaan vanhempiensa kanssa Kainuun Radio/Radio Suomea:

H: [...] mitä sun vanhemmat kuuntelee sitten?

M19: No enimmäkseen – enimmäkseen Kainuun Radiota.

H: Just.

M19: Ja – ja siis joskus tulee sellasia et pitääks sitä aina kuunnella jotain sellasia ohjelmia mitä mä en mielellään kuuntelis niinku joku Kansanradio mä oon aika väsyny mutta - kyllä sitä aina silleen kuuntelee silloin kun se on päällä.

Periaatteessa M19 kuitenkin arvostaa Yleisradion ”luotettavia” palveluja ja ”laadukkaita” ohjelmia, joiden ei hänen käsityksensä mukaan tarvitse kilpailla yleisön suosiosta samalla tavoin kuin kaupallisten ohjelmien:

M19: No toi on just siinä suhteessa piilorakenne että ei tuu sillee aatelleeks että haa nyt mä käytän julkista palvelua. No minust se on - minust se on hyvä koska mä oon aina arvostan Yleisradion kanavia siitä siitä että mä oon aatellu jotenki et niis on enemmän laatuohjelmia koska niitten ei tarvi kilpailla sen - just sen yleisön suosiosta niin paljon. Että että ne – ne ne saa ne samat rahat vaikka ne näyttää sellasta ohjelmaa mikä ei oiskaa sillee – sillee jotenki - sillee niin katsojalukuja hamuavaa. Et jotain jotain sellasta mihin voi luottaa et mullon jotenki sellanen ajatus et kun Kolmosen uutisissäkin on sellasta – et haa nyt sanotaan näin et ne kattoo mejän uutisia – jotenki sellanen epäily näitä kohtaan - Nelosen uutisistä puhumattakaa.

Julkisen palvelun Yleisradiota periaatteessa arvostava ja itsekin YLEn palveluja käyttävä, mutta tv-maksua vastaan protestoiva tyyppi 3 taas voidaan nimetä ”kapinalliseksi”. ”Kapinallisuus” saattaa liittyä yksilökeskeiseen ajatteluun ja/tai tietämättömyyteen tv-maksun merkityksestä Yleisradion rahoituksessa. Esimerkiksi N24 katsoo televisiosta lähinnä uutiset, mutta kuuntelee melko paljon radiota: Kotona hän kuuntelee yhdessä muun perheen kanssa sekä YLE/Kainuun Radiota että kaupallista Radio Kajausta, opiskelupaikkakunnalla Radiomafiaa ja Radio Novaa. Nykyinen dualistinen järjestelmä ”valtiollisine” Yleisradioineen vaikuttaa hänestä periaatteessa amerikkalaistyyppistä lähes kokonaan kaupallisiin yrityksiin perustuvaa järjestelmää turvallisemmalta:

N24: Ymm... ehkä mä kuitenkin - piän enemmän tästä - mejän mallista. Et - siinä - on kuitenkin se – ymm... valtio takana tai tää - isommat päättäjät jotka - sen kuitenkin pystyy niinku hallittemaa sen homman.

Haastatteluajankohtana vielä vajaan 900 markan suuruinen tv-maksu ei kuitenkaan ole haastateltavan mielestä kohtuullinen television tarjontaan nähden – julkisen palvelun radion ja tv-maksun yhteyttä hän ei ole tullut ajatelleeksi:

H: [...] eli se on sun mielest liikaa sitä sä oot miettiny?

N24: Oon, on.

H: Koit maksaessasi että se on..?

N24: Joo ja koen kattoessani televisiota että kyllä mä oon maksanu liikaa, just kun näitä uusintoja tulee nii sitte just kolahtaa.

H: Joo, joo. No mikä ois sun mielest semmone sopiva - hinta?

N24: Ymm... no ehkä viissataa – vuolessa.

H: Joo, joo.

N24: Tavallaa se voi olla vähän mutta - kuitenkin sihe nähen mitä kattoo televisiosta.

Tyyppi 4 eli ”hyväksyjä” ei itse juuri käytä YLEn palveluja eikä katso tv-maksun olevan hintansa väärin, mutta pitää silti julkisen palvelun yleisradiotoimintaa periaatteessa

tarpeellisena. Kainuun aineistossa M31 sanoo selkeästi, että hän itse ei saa YLEn palveluista mielestään riittävästi vastinetta lupamaksulleen:

H: Mikä on sopiva summa ootsä miettiny paljo sä oisit niinku valmis maksamaan?

M31: No mitä mitä enemmän tuloo näitä mainoksilla eläviä teeveetä nii sitä vähemmän mä oisin valmis maksamaan. Et jos mä en Yle – Yleisradiota kuuntele – jos mä katon enemmän Kolmosta Nelosta mistä mä maksan?

Periaatteen tasolla haastateltava on kuitenkin valmis hyväksymään julkisen palvelun Yleisradion, jonka tehtävä on tarjota maantieteellisesti kattavia palveluja koko valtakunnan alueelle; mitenkään itsestään selvä periaatteellinen valinta julkisen rahoituksen varassa toimivan yleisradiojärjestelmän ja amerikkalaistyyppisen kaupallisesti rahoitetun järjestelmän välillä ei kuitenkaan ole:

H: [...] en tiedä ootsä ajatellu tätä aikasemmin mut et jos aattelet kumpaa järjestelmää sä pidät ninku toimivampana ja parempana?

M31: Jaa. Toimivampi - on kyllä semmonen kaupallisempi - mutta parempana on se – julkinen. Sillo saapi jokkainen saman palvelun.

M31: Sun pitäs äänestää ni kumpaa sä äänestäisit jos olis tommonen hullunkurinen äänestys (naurahdus)?

M31: Julukista joo.

8.2.4.3. Käyttäjät, maksattajat, hyödyntäjät ja vastustajat

Jaksossa 8.4.2. esitellyssä ”legitimiteetin asteikossa” tyypit 5, 6, 7 ja 8 edustavat Yleisradion legitimiteetin kannalta ”katastrofaalista” vaihtoehtoa. Ratkaisevana on tällöin pidetty julkisen palvelun periaatteen hyväksymistä – Yleisradiota on siis tarkasteltu nimenomaan julkisen palvelun yhtiönä. Tämä tulkinta julkisen palvelun periaatteen hyväksymisestä Yleisradion legitimiteetin keskeisenä perustana voidaan kuitenkin asettaa kyseenalaiseksi, jos Yleisradio Oy:tä arvioidaan mediayrityksenä muiden joukossa – silloin kansalaisten yhtäläisiä oikeuksia painottavien julkisen palvelun periaatteiden hyväksyntää ei voi yksin pitää yhtiön legitimiteetin kannalta ratkaisevana.

Suhteutettaessa legitimiteetin asteikon ”matalampia asteita” tämän työn empiriseen aineistoon myös kysymys tiedon tasosta ja kiinnostuksesta yhteiskunnallisten mielipiteiden muodostamiseen käy polttavaksi: Kainuun aineistossa Yleisradion aktiivisesti torjuvia näkemyksiä ei juuri esiinny, toisin kuin esimerkiksi valtionhallinnon keskustelufoorumilla (<http://www.euro.fi/vm-keskustelu/forum.asp?vtype=77&ID>). Tältä osin Kainuun aineistoa voidaan siis pitää selvästi rajoittuneena. On kuitenkin

vaikea päätellä, mitä tämä loppujen lopuksi kertoo toisaalta tästä aineistosta ja toisaalta keskustelufoorumien mielipiteenvaihdosta 119.

Joka tapauksessa voidaan siis kysyä, onko tyyppin 5 eli tv-maksun hyväksyvän ja YLE:n palveluja käyttävän ”käyttäjän” Yleisradio-suhde sen enempää ”kriisiytynyt” kuin julkisen palvelun yleisradiotoiminnan vain periaatteen tasolla hyväksyvän ”hyväksyjän” (ks. M31 edellä) Yleisradio-suhde? Empiirisessä aineistossa huomiota kiinnittää tässä yhteydessä se, että Kainuun aineistossa ”käyttäjät” näyttävät olevan usein naisia: Esimerkiksi N43 kuuntelee mielellään YLE/Kainuun Radiota, koska ”ei jaksa” kuunnella kaupallisen vaihtoehdon ”hömpää” ja mainoksia:

N43: [...] Kajaus on nii että sitä jaksaa kuunnella yhen tai kaks päivää sit se ruppee ärsyttää hirveesti.

H: No miksi?

N43: No ne mainokset on ja - ja tota - no minusta se on vähä semmonen hömpä - ja - et sitä ei jaksa kun sen päivän tai kaks kun sen kuulee ja sitte pitää taas niinku hirtteä pitkää - nyt en ees muista millon oisin Kajaukselle kääntänykkää. Ja tota Novaa sitten kuuntelen kans hirveen harvoin et - et joskus siel tulee hyvää musiikkia mut todella harvon kuuntelen. Et Kainuun Radio - no ensinnäkkää että siitä tulee Kainuu asioita ni se must on kiva ja tota se on parantunu nyt tässä - vai liekkö ikkää ko on tullu (naurua) nii siel on musiikki parempaa parantunu huomattavasti tässä muutaman viime vuojen aikana.

Kysyttäessä N43 ei kuitenkaan osaa nimetä yhtään Yleisradion radiokanavaa, eikä hän tiedä Yleisradion radiokanavien rahoituksesta - oman tv-maksunsa hän yhtä kaikki hoitaa vastikkeellisuuksia miettimättä. Spekulaatiivinen kysymys julkisen palvelun tehtävien jakamisesta kaupallisille kanaville saa hänet lievästi innostumaan:

N43: Olis se mahdollisen kuulonen.

H: Tietenki et siis Suomessahan ei sellasta olla tekemässä - spekulatiivisiä kysymyksiä...

N43: Nii, nii miksei olla - sillohan sitä varmaan Ylee... - tuettasko sitä toimintaa että se... niijja miksei ne saisi iha yhtä laadukasta tuotettua ku tota - Yleisradio.

Sen sijaan Kainuun aineistosta ei löydy yhtään *tyyppiä 6 eli valtiollisen julkisen palvelun torjuvaa ”maksattajaa”, joka ei itse ole kiinnostunut YLE:n palveluista*. Tällaista ajattelutapaa edustavia yleisönosastokirjoituksia on kuitenkin sattunut silmiini; niissä vaaditaan erityisesti nyt digitaalisen kauden kynnyksellä Yleisradion kanavien muuttamista maksullisiksi tilauskanaviksi. Tätä mallia ns. Peacockin komitea esitti

119 Kainuun aineiston ”rajoittuneisuuden” taustalla saattaisi olla a) aineiston valikoituminen ”ylemyönteiseksi” - haastateltavat on yhtä kaikki hankittu Yleisradion Kainuun maakuntaradion yleisösuhdeprojektin tilaisuuksien kautta; toisaalta haastateltavien osallistuminen näihin tilaisuuksiin on ollut joissain tapauksissa täysin sattumanvaraista (s. 60-62). Taustalla voisi periaatteessa olla myös b) haastattelutilanteeseen liittyviä tekijöitä (s. 72-75) tai c) Kainuun alueellisen kulttuurin piirteitä ja/tai haastateltaviin liittyviä demografisia tekijöitä; toisaalta Ota kantaa-foorumien keskustelun osallistujien suhteen voidaan esittää osittain vastaavia kysymyksiä.

BBC:lle jo 1980-luvulla (esim. Crisell 1998, 115) – se merkitsisi kuitenkin kansallisen yleisradioyhtiön luonteen täydellistä muuttumista julkisen palvelun laitoksesta mahdollisesti sinällään ”laadukasta” ohjelmaa tuottavaksi mediayritykseksi.

Tyyppin 7 olen nimennyt ”hyödyntäjäksi”: ”Hyödyntäjä” käyttää itse YLEn palveluja, mutta suhtautuu nihkeästi lupamaksuun eikä kannata julkista palvelua periaatteessakaan. Kainuun aineistossa ”hyödyntäjiä” voisi edustaa lähinnä Radiomafian vakiokuuntelija N19A, joka ei ole aktiivisesti tietoinen sähköisen viestinnän rakenteista eikä YLEn palveluista – kysyttäessä hän ei osaa suoralta kädeltä nimetä yhtään YLEn radiokanavaa eikä hän ole tietoinen Yleisradion rahoitusmallista; hänen suhtautumisensa Yleisradioon ja julkisen palvelun järjestämisen vaihtoehtoihin ei ole jäsentynyt. Tv-maksun maksamiseen innostaa käytännössä lähinnä ”mätkyjen” pelko:

N19A: Enno ite maksanu äiti on maksanu - mä oon sanonu et mä en rupee maksaan ni isä sano et sää maksat (nauraen) äiti et hää maksaa sen...

H: Okei okei okei. Mä kysyn aina vaan että ootsä ku sä oot maksanu sitä maksua ni ootsä niinku miettiny että saatsä sille – mistä sä maksat sitä et saatsä vastinetta sille?

N19A: No tottakai nykyään mun kaverit ko on tehostettu tuo – pari kaveria on saanu jo mätkyt ja nytten mitä mä oon jutellu kavereitten kans ni aika moni kavereista on ruvennu maksamaa et vaik on nuoria ni maksaneet sen että ei oo monikaa ennää semmonen että eivät maksas.

H: Joo, joo...

N19A: Että oikeestaa kaikki on mitä mä tiijän et ovat maksanu mutta enne eivät maksaneet että ku vuos sitten kyssyin ni ei olla me maksettu mutta nytten ni joka - tänä vuonna mitä oon kysyny ni kaikki on ruvennut maksamaan sen että se on ikävämpi saaha niitä mätkyjä sitten.

Yleisradion ”legitimiteetin asteikon” alimmalta tasolta löytyy tyyppi 8 eli ”vastustaja”, joka ei käytä YLEn palveluja eikä halua maksaa tv-maksua – ja jolle ajatus ”valtiollisesta” julkisen palvelun yhtiöstä on jo periaatteessa vastenmielinen. Kuten aiemmin on todettu, tällaisia Yleisradion aktiivisia vastustajia Kainuun aineistosta ei löydy¹²⁰. Enemmänkin ”etäiseksi” kuin ”vastustajaksi” voisi luonnehtia haastateltavaa N20, joka kuuntelee vain Radio Novaa ja satunnaisesti Radio Kajausta – television puolella tosin Kotikatu kuuluu suosikkeihin. Yleisradion radiokanavia haastateltava ei tunne, mutta hänellä on niistä epämääräisen ”kuivakas” mielikuva:

H: [...] että jos mä sanon sanan kun Yleisradio nin mitä sulle tulee mieleen siitä?

N20: Että siel on pelekästään keskusteluohjelmaa että ei ollenkaan musiikkia.

H: Joo.

N20: Tullee vaan mielee et kaks ihmistä siellä keskustellee - semmosta.

H: Just. Ei oo niinku sun juttu (naurahdus)?

N20: Ei oikei.

¹²⁰ Sen sijaan mm. aiemmin tässä jaksossa mainitulla Ota kantaa- valtionhallinnon keskustelufoorumilla esiintynyt nimimerkki ”Televisionääri” voidaan luokitella Yleisradion ”vastustajaksi”.

Maakuntalehden radio- ja tv- liitteestä (Treffi) lukemastaan jutusta haastateltava on saanut sen käsityksen, että tv-maksu on lähiaikoina kokonaan poistumassa; hän kertoo kuitenkin pohtineensa, ”mites sen maksaa sitten ton telkkarin”. Henkilökohtaisena pontimena tv-maksun maksamiselle näyttää olevan tv-maksutarkastus:

H: Niinpä, niinpä. Mite se sust tuntuu se maksu et onks se niinku - kuulostaaksse - paljolta vai vähältä?

N20: No kyllähän se on - no en mä tiijä onko se nyt vähääkää mutta onko se liikaakaa - se on vähä semmone...

H: Ymm. Nii ni - se on tietysti - aika vaikeeha se on arvioida.

N20: Nii. Jos meinaa telekkaria kahtoo nii on kai se maksettava että jos tulee tarkastaja ni...

Nykyisenkaltaisen julkisen palvelun Yleisradion tarpeellisuudesta haastateltavalla ei ole selkeää kantaa; asennoitumista voidaan kuvata lähinnä rutiininomaiseksi hyväksynnäksi:

N20: Kyllä se tämmönenki varmaan on iha hyvä että...

H: Osaaksä sanoa et miks, miks se on tota - miks se olis sitten ehkä - ehkä hyvä?

N20: (...)

8.2.4.4. Sukupuolijärjestelmä ja Yleisradio-suhteet

Lienee vielä syytä nostaa esiin koko käsillä olevaa työtä läpäisevä kysymys yhteiskunnallisesta sukupuolijärjestelmästä ja Yleisradio-suhteista. Aivan aluksi haluan selvästi sanoa, että vaikka tässä yhteenvedossa esimerkiksi kaikki ”matalan legitimitetin” tyyppisiä kuvaavat sitaatit onkin otettu naisten haastatteluista, Yleisradio-suhteet eivät jakaudu kahtia sukupuolen mukaan.

On kuitenkin totta, että Kainuun aineistossa esimerkiksi monet Yleisradion ”kannattajat” ovat miehiä ja toisaalta monet ”käyttäjiksi” luokiteltavat naisia. Kuten luvuista 4 ja 5 ilmenee, tässä aineistossa naisten ja miesten vertailu tuo esiin myös selkeän ja toistuvan naisten ja miesten välisen eron sähköisen median rakenteisiin liittyvän tiedon suhteen. Samoin monet naiset näyttävät kuluttajina hahmottavan Yleisradion kanavat nimenomaan kokemuksellisesti mainosten poissaolon kautta, kun taas miehet näyttävät tunnistavan Yleisradion palvelut paremmin tiedollisella tasolla (ks. edellä jakso 4.4.). Nämä havainnot näyttävät samansuuntaisilta Tacchin Etelä-Englannissa tekemän etnografisen kenttätutkimuksen havaintojen kanssa: Tacchin mukaan radiosuhde kytkeytyy tiiviisti sukupuoli-identiteettien tuottamiseen - miesten radiosuhde jäsentyy ”funktionalistisen rutiinin” ja naisten ”romanttisen rutiinin” kautta (ks. jakso 1.3.3.1.).

Voidaankin sanoa, että käsillä oleva työ innostaa jatkossa sukupuolijärjestelmän ja Yleisradio-suhteiden keskinäissuhteiden entistä tiiviimpään pohtimiseen – herää mm. kysymys, olisiko nuorten naisten joissakin tutkimuksissa havaittu keskimääräistä suurempi kulutusmyönteisyys kenties merkityksellinen seikka nuorten naisten Yleisradio-suhteiden kannalta; klassinen julkisen sfäärin on mielletty nimenomaan miesten ja sen yksityinen ”kääntöpuoli” (mm. kulutus) naisten alueeksi.

8.2.5. Moniulotteiset avainkäsitteet ”laatu” ja ”vapaus”

Tämän yhteenvedon lopuksi esittelen pari jatkoa ajatellen haasteellista avainkäsitettä, joihin liittyviä diskursiivisia rakenteita pyrin tulevan väitöskirjatyön aikana tarkemmin analysoimaan. ”Laadun” ja ”vapauden” moniulotteisia käsitteitä voidaan nimittäin mielestäni käyttää eräänlaisina linsseinä, joiden läpi keskustelua julkisen palvelun Yleisradiosta voidaan tarkastella; vastaavia avainkäsitteitä saattaa toki löytyä muitakin.

8.2.5.1. ”Laatudiskurssi”

Jaksossa 5.2.2. on kartoitettu sitä, miten ja missä kontekstissa kuuntelijat spontaanisti¹²¹ käyttävät laatu-käsitettä. Huomio kiinnittyy tällöin ensinnäkin siihen, että *suurin osa haastateltavista ei käytä oma-aloitteisesti lainkaan laatu-käsitettä*. ”Laadusta” puhuvat tässä aineistossa kuitenkin *muutamia miehiä, jotka viittaavat eri yhteyksissä oma-aloitteisesti äänen tekniseen laatuun*. Toisaalta käsitteitä ”laatu” tai ”laadukkuus” käyttävät pitkälti *perinteisen yleisradiolaadun synonyyminä Radio Suomea ja/tai Radio Ylen Ykköstä kuuntelevat vanhemmat haastateltavat tai sitten akateemisesti suuntautuneet nuoret*, jotka eivät itse välttämättä kuuntele Yleisradion kanavia.

Voidaankin sanoa, että Kainuun aineistossa äänen teknisestä laadusta puhuvat lähinnä *tekniikasta innostuneet miehiä*. Muusta kuin teknisestä ”laadusta” taas puhuvat lähinnä julkisen palvelun *Yleisradion ”kannattajat” ja ”arvostajat”* – tällöin siis laatu-käsitettä käytetään nimenomaan ”yleisradiolaadun” synonyyminä vain ja *ainoastaan Yleisradion yhteydessä; tähän erityiseen tapaan käyttää laatu-käsitettä viitataan tässä työssä ”laatudiskurssin” käsitteellä*. ”Laatudiskurssiin” näyttävät näin ollen kiteytyvän sellaiset perinteiset julkisen palvelun arvot kuin ei-kaupallisuus, puolueettomuus, ”asiallisuus” ja

yhteiskunnallinen vastuu. ”Laatudiskurssilla” on myös erityinen suhde klassiseen musiikkiin ja radiokanavista Radio Ylen Ykköseen.

”Laatudiskurssin” ytimen muodostava absolutistinen laatu-käsite on siis nimenomaan arvoista johdettu eikä sillä näytä olevan yksiselitteistä suhdetta koettuun mielihyvään tai välttämättä edes omaan kulutuskäyttäytymiseen: Esimerkiksi populaarimusiikkia kaupalliselta kanavalta kuunteleva akateemisesti suuntautunut nuori saattaa määritellä suosikkikanavansa ”ei-laaduksi”. Toisaalta ”laatukanava” Ylen Ykkösen kuuntelijat näyttävät käyttävän omia mieltymyksiään positiivisen erottautumisstrategian perustana erottautuessaan ”markettikansasta”.

Sen sijaan ”populaaria makua” edustavat eivät Kainuun aineistossa juuri lainkaan puhu ”laadusta”. Tämä herättää kysymyksen, kuinka vahva asema pitkälti ns. legitiimiin makuun (Bourdieu 1996, 11-96) perustuvalla ”yleisradiolaadulla” edelleen on kulttuurisessa hierarkiassa? Ja millä tavoin Yleisradion eri kanaviin emotionaalisesti sitoutuneiden kuuntelijoiden identiteetit muotoutuvat suhteessa toisiinsa ja suhteessa erilaisten kaupallisten kanavien kanavakeskeisten kuuntelijoiden identiteetteihin? Ehkä vielä kiinnostavampaa on pohtia, *onko kulttuurin konventioiden puitteissa ylipäättään mahdollista puhua relativistisesta kokemuksellisesta laadusta, vai onko absolutistisen laatudiskurssin ainoa vaihtoehto vaikeneminen ja/tai laatu-käsitteen hylkääminen.*

On myös mielenkiintoista miettiä, mitä kaikkea perinteiseen ”yleisradiolaatuun” pohjautuva ”laatudiskurssi” sulkee ulkopuolelleen. Onko ”laatudiskurssin” kytkeytyminen musiikin hierarkioissa klassiseen musiikkiin syynä siihen, että keskustelua julkisen palvelun radion tehtävistä (populaari)musiikin suhteen ei Suomessa juuri käydä – sen sijaan saatetaan edelleen rakentaa dikotomista vastakkainasettelua ”musiikin” ja ”asian” välille.

Tässä yhteydessä haluan väärinkäsitysten välttämiseksi vielä erikseen korostaa, että kuvatessani absolutistista ”laatudiskurssia” en siis suinkaan väitä ettei toisentyppisiin arvoihin perustuvia *laadun kokemuksia* olisi olemassa – enkä edes, että niitä ei voitaisi havainnoida ja kuvata esimerkiksi kulutustottumuksia seuraamalla. ”Laatudiskurssilla” viittaan vain ja ainoastaan tämän työn taustalla olevassa empiirisessä aineistossa

¹²¹ ”Spontaanilla” käytöllä viitataan tässä sellaisiin tilanteisiin, jolloin haastatteliija ei ole avannut laatukseskustelua käyttämällä käsitettä ensin omassa puheessaan.

esiintyvään *puhetapaan*, jossa (muussa kuin teknisessä merkityksessä käytetty) laatu-käsite näytetään aina liitettävän aivan tiettyyn kontekstiin.

Tässä hahmotellun ”laatudiskurssin” suhteen eräänlaisena haasteena näyttäytyykin BBC:n tutkimusprojekti, jossa on laajan tilastollisen analyysin avulla etsitty julkisen palvelun yleisradiotoiminnan hyväksynnän kanssa korreloivia tekijöitä. Alustavasti julkistettujen tulosten mukaan yleisradioyhtiön palvelujen käytön määrä ei vaikuta julkisen palvelun hyväksyntään, mutta julkisen palvelun kannatus näyttää korreloivan vahvasti yleisradioyhtiön palvelujen tuottamien positiivisten elämysten kanssa (Savinen 2000, 4). Mikä siis on koetun ja mikä toisaalta arvoista johdetun laadun merkitys kuuntelijoiden Yleisradio-suhteen kannalta?

Yleisradioyhtiön ja mediapolitiikan kannalta ”laatudiskurssi” on sikäli mielenkiintoinen ja myös ongelmallinen, että ”laatuun” vedoten näytetään (esimerkiksi tässä aineistossa) voitavan perustella mediapoliittisesti toisensa pois sulkevia ratkaisuja. Täyden palvelun Yleisradiota voidaan puolustaa vedoten siihen, että ”laadukkaita ja monipuolisia” palveluja täytyy tarjota maantieteellisesti ja kulttuurisesti kattavasti kaikille kansalaisille. Voidaan myös sanoa, että markkinoilla toimiva julkisen palvelun Yleisradio ”vedättää ylöspäin” tuotannon laatustandardeja.

Toisaalta voidaan ajatella, että viihteen karsiminen pois Yleisradion kanavilta ja Yleisradion keskittyminen kaupallista tarjontaa täydentävään ”laatu palveluun” juuri takaakin Yleisradion tarjonnan laadun. ”Laatuun” voidaan vedota myös silloin, jos kannatetaan Yleisradion (televisio)kanavien muuttamista maksukanaviksi; tällöin oletuksena on, että ”laatu kanava” myy kyllä itsensä markkinoillakin.

8.2.5.2. Kilpailevat ”vapauden retoriikat”

Lähtökohtana ”kilpaileviin vapauden retoriikkoihin” liittyvälle pohdinnalle on ollut se havainto, että *suhde valtioon näyttää olevan olennainen kysymys kuuntelijoiden Yleisradio-suhteen kannalta*. Toisaalta on käynyt ilmeiseksi, että *käsite ”vapaus” on ”laadun” ohella julkiseen palveluun liittyvässä keskustelussa avainasemassa* – ”vapaus” (kuten ”laatu kin”) vain voidaan ymmärtää olennaisesti toisistaan poikkeavilla tavoilla.

Tässä kokonaisuutena melko ”yleisradiomyönteisessä” aineistossa nousee siis kohtalaisen usein esille ajatus, että ei-kaupallinen ”valtiollinen” julkisen palvelun

Yleisradio edustaa ”vapautta (mediaa/yhteiskuntaa/maailmaa muuten hallitsevasta) rahan vallasta” (ks. jakso 6.2.).

Ota kantaa-keskustelufoorumin kannanottojen alustava tarkastelu osoittaa, että ”vapauden” teema tulee vahvasti esille myös täysin tutkijasta riippumatta syntyneessä aineistossa – kyseisessä keskustelussa vain nousevat tämän työn pohjana ollutta haastatteluaineistoa selvemmin esiin myös kilpailevat ”vapauden” tulkinnat, joissa ”markkinat” näyttävät vapautena monopolistisen valtion holhouksesta. Tässä mielessä siis kysymys julkisen palvelun yleisradiosta liittyy erottamattomasti paitsi viestintäpoliittiseen keskusteluun myös keskusteluun länsimaisen yhteiskunnan perusarvoista ja niiden tulkinnoista (vrt. esim. Siune 1998, 23-25)

Jatkossa onkin tarkoitus perusteellisemmin pohtia, minkälaisen argumentaatiostruktuurien ja assosiaatioketjujen varaan rakentuvat ”kilpailevat vapauden retoriikat” sellaisina kuin kuuntelijat ne ovat omaksuneet.

8.3. TUTKIMUSHANKKEEN JATKOSTA

Edeltävissä jaksoissa on itse asiassa jo pitkälti esitelty tämän tutkimusprojektin jatkon eli väitöskirjavaiheen kannalta keskeisiä kysymyksiä. Tämän työn tulosten pohjalta pyritään myös muotoilemaan teoreettisia lähtöoletuksia ja hypoteeseja; tarkoitus on työstää edelleen esimerkiksi ajatusta valtiosuhdetta artikuloivasta ”kuluttajakansalaisuudesta” Yleisradio-suhteita jäsentävänä periaatteena (ks. esim. jakso 8.1.). Konkreettisia tutkimuskysymyksiä taas ovat ainakin seuraavat:

- 1) Millä ehdoilla eri kuuntelijatyypin suhde julkisen palvelun radioon rakentuu?
- 2) Miten yhteiskunnallinen sukupuolijärjestelmä jäsentää radio- ja Yleisradio-suhteita?
- 3) Miten digitaalinen murros mahdollisesti vaikuttaa radio – ja Yleisradio-suhteisiin?

Kunkin keskeisen tutkimuskysymyksen ympärille voidaan koota rypäs ”toisen tason” kysymyksiä ja alateemoja, jotka kiteytyvät ”laatudiskurssin” ja ”kilpailevien vapauden retoriikkojen” kaltaisten kysymyksenasettelujen ympärille. Jatkossa on myös mm. etsittävä vastausta kysymykseen, *missä määrin tutkimuksen empiirinen aineisto ja sen pohjalta tehdyt johtopäätökset heijastelevat nimenomaan Kainuun alueellista alakulttuuria.*

Alun perin onkin ollut ajatuksena (ks. jakso 2.1.), että väitöskirjatyötä varten hankitaan Kainuun aineiston rinnalle jonkinlaisen alueellisen vertailun mahdollistava toinen haastatteluaineisto. Uusi aineisto on ajateltu hankittavan alueelta, jossa radiotarjonta on laajempaa ja monipuolisempaa kuin viiden kanavan Kainuussa. Toisaalta on ollut tarkoitus pohtia, arvostetaanko pitkälti julkisen talouden varassa toimivalla syrjäisellä alueella julkisia palveluja yleensä erityisen paljon.

Väitöskirjavaiheessa pyritään myös entistä selkeämmin irrottautumaan tekijän persoonaan liittyvästä ”rajoitteesta” eli taustasta Yleisradion toimittajana; tässä suhteessa jo myönnettyt stipendirahoitukset ovat ratkaisevassa asemassa. Myös tutkimuksen näkökulma voidaan tämän lisenssiaattityön tulosten avulla kiinnittää entistä selkeämmin kuuntelijoiden arkielämään.

Rinnakkaisena aineistona toivon lisäksi voivani käyttää aiemmin mainitulla valtionhallinnon Ota kantaa-keskustelufoorumilla maaliskuussa 2001 käytyä keskustelua siitä, minkälaisia televisio-ohjelmia julkisella rahalla tulisi rahoittaa. Tämä aineisto täydentäisi analyysiä katselijoiden/kuuntelijoiden ja julkisen palvelun Yleisradion suhteesta. Lisäksi sillä olisi erityistä arvoa sikäli, että aineisto on syntynyt täysin tutkijasta riippumatta.

Kuuntelijoiden ja julkisen palvelun radion suhteita käsittelevän väitöskirjahankkeen kudelankojen lisäksi käsillä oleva työ tarjoaa mielestäni joitakin ”langanpäitä”, joiden seuraaminen voisi innostaa myös toisentyyppisiin projekteihin. Itseäni jää askarruttamaan esimerkiksi perheen merkitys mediakäyttäjymisen ja mediaan liittyvien arvostusten muovautumisessa.

8.4. KESKUSTELUA

Käsillä olevalla tutkimuksella on monella tavoin läheiset yhteydet viime vuosina tiivistyneeseen julkista palvelua koskevaan keskusteluun, vaikka työtä onkin tietoisesti ohjattu pois päin ajankohtaisesta mediapolitiikasta mm. tekijän jossain määrin epämurkavan ”kaksoisroolin” (tausta Yleisradion alueradion toimittajana) vuoksi. Työssä on siis pyritty keskittymään perustutkimuksen luontoiseen julkisen palvelun radion ja kuuntelijoiden suhteiden merkitysrakenteiden kartoittamiseen ja analysoimiseen. Seuraavassa kuitenkin muutamia työn lähtökohtiin liittyviä kommentteja (ks. johdanto).

8.4.1. Millainen radio?

Tämän työn lähtökohtana on ollut omakohtainen kokemus radion tuotantokulttuurin murroksesta Yleisradion maakuntaradion toimittajan roolissa. Kuten kulttuuriset murrokset yleensäkin tämäkin murros näyttää etenevän vaiheittain ylilyöntien ja niiden aikaansaamien vastavaikutusten kautta. Juuri nyt Yleisradiossa näyttäisi olevan vanhojen arvojen osittaisen rehabilitoinnin ja ”julkisen palvelun tehtävien” korostamisen aika, joka lienee vastavaikutusta 1990-luvun muutoshuumalle. Selvästi kysymys on myös mm. Søndergaardin (1999b, 2000) ennakoimasta identiteettikriisistä .

Voidaan siis aavistella, että vaikka ääniradion ja television sisällöntuotannossa yleensä kulttuuriteollinen aspekti edelleen voimistuu, näin ei välttämättä olekaan kokonaisuutena ottaen asian laita julkisen palvelun Yleisradiossa. Tosin jotkut tuotannon teolliset piirteet – kuten sisältöjen tuottaminen useille eri välineille yhdellä kertaa – mitä ilmeisimmin vahvistuvat.

Käsillä olevan lisensointityön pohjana oleva haastatteluaineisto taas osoittaa mielestäni kiistattomasti, että myöskään kuuntelijoiden radiosuhteet eivät ole yksioikoisesti muuttuneet ”uuden radiokulttuurin” ideaalin mukaisiksi – tosin ne tuskin koskaan ovat olleet myöskään ”vanhan radiokulttuurin” ideaalin mukaisia. Kulttuurisen murroksen kaikkia lopputulemia ei välttämättä voida edes ennustaa, sillä vanha ei aina korvautu uudella vaan ”vanhat” muodot saattavat saada uudessa ympäristössä uusia merkityksiä: Niinpä ”asiallinen” Yle-tyyli saattaa näyttäytyä kuluttajan kannalta tärkeänä palvelutarjontaa täydentävänä vaihtoehtona.

Myöskään kuuntelijoidensa ajankäytölle vaatimuksia esittävien nimikko-ohjelmien aika ei näytä olevan ohi, vaan viikoittain toistuvat ohjelmasarjat saattavat olla kuuntelijoille yllättävän merkityksellisiä: Esimerkiksi ”Alivaltiosihteerin” kaltaiset merkkituotteet rytmittävät osaltaan monien Radiomafian kuuntelijoiden ajankäyttöä. Radiotuottajat voisivatkin mielestäni entistä rohkeammin luottaa siihen, että viikoittaista rytmiä rakentavat sarjaohjelmat voivat toimia radiossa samaan tapaan kuin televisiossa.

Toivon tämän työn myös horjuttavan sitä laajalle levinnyttä käsitystä, että radio on nykyään ”vain” taustaväline eikä oikeastaan ”merkitse mitään” kuuntelijoille. Tässä suhteessa viittaa paitsi edellä esiteltyihin ”todistuksiin” radion merkityksestä, myös Åbergin (1999,) kuvaamiin kolmeen kuuntelun tasoon: Mielestäni on tärkeää muistaa,

että radion kuuntelu ei ole joko keskittynyttä tai taustakuuntelua vaan luultavasti melko usein juuri oheis- tai rinnakkaiskuuntelua. Edelleen on hyvä muistaa, että musiikin kuuntelu ei aina ole taustakuuntelua eikä puheen kuuntelu keskittynyttä kuuntelua – ja että sama mies, joka ”antaa radion soida” taustalla arkipäivisin, saattaa lauantaina järjestää aikatauluunsa tilaa suosikkiohjelmansa kuuntelulle.

Mitä radion digitaaliseen tulevaisuuteen tulee, en uskalla ryhtyä ennustajaeukoksi. Voin sanoa vain, että kuuntelijoiden arkipäivän näkökulmasta katsottuna digitaalisen radion läpimurto on vielä horisontin takana näkymättömissä – toisaalta digitaalisen television todennäköinen yleistymisen ja siihen liittyvä konvergenssi saattaa kohtuullisen piankin luoda myös radion kannalta aivan uuden tilanteen.

8.4.2. Millainen julkisen palvelun Yleisradio?

Yleisradioon radion tuotantokulttuurin murros on tuonut aivan uudenlaisen nöyryyden, joka on joskus kääntynyt jopa nöyristelyksi (esim. Kemppainen 2000, 109). Tässä mielessä edellisessä jaksossa mainittu vanhojen arvojen rehabilitointi voisi ehkä tarkoittaa sitä, että julkisen palvelun tehtävät koetaan vähemmän taakaksi ja enemmän mahdollisuudeksi (vrt. N19B jaksossa 5.2.2.1.).

Sekä Yleisradio-yhtiön sisällä että laajemmin yhteiskunnassa olisikin mielestäni nyt paikallaan laaja ja avoin keskustelu siitä, mitä julkisen palvelun tehtävät ja niiden takana olevat normatiiviset arvot oikein ovat ja minkälaisia niiden haluttaisiin olevan. Aika voisi juuri nyt olla kypsä tavanomaista analyyttisemmälle ja vähemmän päivänkohtaisiin mediapoliittisiin kiistoihin kytkeytyvälle keskustelulle – onhan poliittiset ratkaisut digi-tv:n siirtymäajan toimilupamaksuista tehty, ja Yleisradion ”täyden palvelun” periaate samoin poliittisella tasolla siunattu.

Analyyttinen keskustelu julkisen palvelun arvoista myös yhtiön sisällä olisi todennäköisesti omiaan myös parantamaan sitä ”yleisradiolaatua”, jota osa tämänkin tutkimuksen haastateltavista uskoo ja toivoo julkisen palvelun kanavilta löytävänsä.

Tässä yhteydessä on tärkeää muistaa, että kuuntelijoiden ja katselijoiden Yleisradio-suhteet ovat moniulotteisia: Kulutustottumukset ovat yksi asia, arvostukset toinen, eivätkä ne aina välttämättä kulje käsi kädessä. Ja Yleisradion yhteydessä arvostuksilla on paljon suurempi painoarvo kuin yksityisen kaupallisen mediayrityksen kohdalla:

Pelkästään korkeisiin katsoja- ja kuuntelijalukuihin vedoten Yleisradio tuskin pystyisi perustelemaan tarpeellisuuttaan.

Toisaalta Yleisradiota koskevia kannanottoja arvioitaessa on hyvä muistaa, että kannanottajien tietojen määrä vaihtelee eikä mielikuvien tasolla ole olemassa yhtä yksiselitteistä ”Yleisradiota” vaan laajahko kirjo mielikuvia ”Yleisradiosta”. Eikä Yleisradion tuotteiden käyttö suinkaan takaa yhtiön tuntemusta – Kainuun aineistosta löytyy esimerkiksi useita Radiomafian ja Radio Suomen kuuntelijoita, jotka eivät kysyttäessä tunnista kuuntelemaansa kanavaa Yleisradion kanavaksi.

Monien kainuulaisten kuuntelijoiden kohdalla ei siis voida puhua varsinaisesta ”asiakassuhteesta” Yleisradioon jo yksin yhtiötä koskevien perustietojen hataruuden vuoksi. Esimerkiksi tv-maksu mielletään yleisesti maksuksi kaikista televisio-ohjelmista, ja vain muutamat tv-maksun maksajat mieltävät asettuvansa maksaessaan erityiseen ”asiakassuhteeseen” Yleisradioon kanssa. Tämä käy ilmi myös Ota kantaa-keskustelufoorumien julkisrahoitteista televisiota koskevista kannanotoista. Asiakas-käsite (sanan vaativassa merkityksessä) näyttääkin julkisen palvelun Yleisradion yhteydessä käytettynä ongelmalliselta: Tuskin voidaan puhua ”asiakkuudesta”, jos ”asiakas” ei tiedä mitä ”ostaa” ja mihin hintaan. Yleisradion julkisen palvelun tehtäviin voitaisiinkin mielestäni lisätä jonkinlainen osavastuu suomalaisten mediakasvatuksesta.

8.4.3. Millaiset kuuntelijat?

Keskipisteenä tässä työssä on ollut ”kuuntelijoiden näkökulma”, johon kuitenkin tuntuu liittyvän tässä vaiheessa vähintään yhtä monia kysymyksiä kuin tutkimusprosessin alussa – kysymykset ovat vain nyt erilaisia. Eräs niistä on julkisen palvelun yleisradiotoiminnan yhteydessä klassinen kysymys mielihyvästä, jonka esimerkiksi Ang (1996) ajattelee ohjaavan median käyttäjän valintoja. Kuten tämän työn aineistokin osoittaa, mielihyvää saattavat kuitenkin tuottaa mitä moninaisimmat median käyttömuodot ja sisällöt – ei ainoastaan ”viihde”, niin kuin usein näytetään oletettavan. Olisikin kovin haastavaa ja mielenkiintoista tarkastella joskus uutisten tai muiden ”asiapitoisten” ohjelmien vastaanoton ”tunnestruktuureja” ja niiden seuraamiseen liittyvää mielihyvää.

”Mielihyvän ongelmaan” liittyvät myös kysymykset makumieltymysten muotoutumisesta ja ”makuasioiden” yhteiskunnallisesta ehdollisuudesta. Mitä esimerkiksi pitäisi ajatella

siitä, että tässä aineistossa vain akateemisesti suuntautuneet nuoret käyttävät käsitettä ”laatu”? Mielestäni olisikin jälleen syytä avata keskustelu yhteiskunnan sosiaalisesta kerrostuneisuudesta ja siitä, miten tämä kerrostuneisuus muotoutuu.

Tässä työssä ihmisen ja yhteiskunnan suhdetta käsittelevät kysymykset ovat nousseet esille nimenomaan Yleisradio-suhdetta tarkasteltaessa. Yleisradion yhteydessä huomio kiinnittyy ennen muuta valtion ja kansalaisen suhteeseen, jota olen alustavasti pyrkinyt ymmärtämään kuluttajakansalaisuus-käsitteen avulla: Haastatteluaineiston perusteella voidaan muotoilla oletus valtiosta, joka näyttäytyy kuluttajakansalaisen silmissä ennen muuta yhtenä palvelujen tarjoajana toisten joukossa.

Kuluttajuuden ja kansalaisuuden risteysalueelle kuuluvat myös keskustelut median käyttäjien/yleisöjen ”aktiivisuudesta” tai ”passiivisuudesta” ja median ”populistisista” tai ”paternalistisista” ideologioista. Keskiössä näyttää olevan valinnan problematiikka. Voidaankin kysyä, missä määrin jatkuva erilaisten vaihtoehtojen seasta valitseminen on postmodernissa kapitalistisessa yhteiskunnassa mahdollisuus ja missä määrin pakko?

Esimerkiksi Ang (1996) kritisoi myöhäiskapitalistisen yhteiskunnan median käyttäjille asettamaa jatkuvan valinnan pakkoa, mutta olettaa silti median käyttäjien vastustavan kulttuurisia hierarkioita ja ylipäätään ”ohjausta ylhäältäpäin”. Kainuun haastatteluissa olen kuitenkin toistuvasti törmännyt odotukseen, että turvalliseksi ja luotettavaksi koettu Yleisradio ”suodattaisi” informaatiotulvan keskeltä tarpeellisen ja olennaisen. Myös jotkut nuoret haastateltavat puhuvat Yleisradion yhteiskunnallisesta vastuusta tavalla, mikä viittaa nimenomaan kansalaisten valistamiseen.

Ja vaikka Suomessa ja erityisesti Kainuussa eletään vielä sähköisen viestinnän suhteen ennemminkin toista eli ”saatavuuden aikakautta” kuin kolmatta eli ”paljouden aikakautta”, haastatteluissa pilkahtaa jo esiin myös viitteitä Ellisin (2000, 162-178) kuvailemista ”paljouden aikakauden” kokemuksista eli valitsemisväsymyksestä ja ajan puutteesta.

Beck (2000, 164-174) puolestaan toteaa, että aktiivisuutta palvovan ja valinnan mahdollisuuteen/pakkoon perustuvan kulttuurin – kulttuurin, jossa ”Jumalakin on itse valittu” – väistämättömänä käänköpuolena ovat erilaiset fundamentalistiset liikkeet, jotka tarjoavat jäsenilleen valmiina vaihtoehtottoman maailmankuvan.

Sähköisen median yhteydessä voidaan nämä pohdinnat ja teknologiset tulevaisuuden visiot yhdistäen kysyä, tekevätkö median käyttäjät tulevaisuudessa valintaansa vähemmän yksittäisten tuotteiden kuin imagoltaan mieluisten välittäjien – valmiiden valintojen ”kimppuja” ja tuotebrandeja tarjoavien multimediatekniikoiden ylläpitäjien – välillä? Tällöin ”luottamuksellinen asiakassuhde” nousee arvoon arvaamattomaan.

LÄHTEET

Kirjallisuus

Alasuutari, Pertti (1991) 'Tv-ohjelmien arvohierarkia katsomistottumuksista kertovien puhetaiposten valossa', s. 232-285 teoksessa Kytömäki, Juha (toim.) *Nykyajan sadut: Joukkoviestinnän kertomukset ja vastaanotto*. Helsinki: Gaudeamus & Yleisradio.

Alasuutari, Pertti (1993) *Radio suomalaisten arkielämässä*. Tutkimusraportti 3/1993. Helsinki: Yleisradio, tutkimus- ja kehitysosasto.

Alasuutari, Pertti (1994) *Laadullinen tutkimus*. 3. painos. Tampere: Vastapaino.

Alasuutari, Pertti (1997) 'Why does the radio go unnoticed?', s. 161-172 teoksessa Carlsson, Ulla (toim.) *Radio research in Denmark, Finland, Norway and Sweden*. *Nordicom Review* 1/1997.

Alasuutari, Pertti (1999a) 'Cultural images of media', s. 86-104 teoksessa Alasuutari, Pertti (toim.) *Rethinking the media audience*. London: Sage.

Alasuutari, Pertti (1999b) 'Introduction: Three phases of reception studies', s. 1-21 teoksessa Alasuutari, Pertti (toim.) *Rethinking the media audience*. London: Sage.

Alasuutari, Pertti (2000) 'Mediaa koskevat mielikuvat', s. 63-84 teoksessa Levo-Henriksson, Ritva & Ampuja, Marko (toim.) *Media ja me*. Helsinki: Yliopistopaino.

Ang, Ien (1985) *Watching Dallas: Soap opera and the melodramatic imagination*. London: Methuen.

Ang, Ien (1991) *Desperately seeking the Audience*. London: Routledge.

Ang, Ien (1996) *Living room wars: Rethinking media audiences for a postmodern world*. London: Routledge.

Ang, Ien (1998) 'The performance of the sponge: Mass communication theory enters the postmodern world', s. 77-88 teoksessa Brants, Kees & Hermes, Joke & van Zoonen, Liesbet (toim.) *The media in question: Popular cultures and public interests*. London: Sage.

Avery, Robert K. (toim.) (1993) *Public service broadcasting in a multichannel environment – the history and survival of an ideal*. London: Longman.

Barnard, Steven (2000) *Studying radio*. London: Arnold.

Beck, Ulrich (2000) 'Living your own life in a runaway world: Individualisation, globalisation and politics', s.164-174 teoksessa Hutton, Will & Giddens, Anthony (toim.) *On the edge: Living with global capitalism*. London: Jonathan Cape.

Bens, Els de (1998) 'Television programming: More diversity, more convergence?' teoksessa Brants, Kees & Hermes, Joke & van Zoonen, Liesbet (toim.) *The media in question: Popular cultures and public interests*. London: Sage.

Bourdieu, Pierre (1996) *Distinction: A social critique of the judgement of taste* [käännös]. 8. painos. Harvard University Press/Cambridge: Routledge & Kegan Paul.

Brants, Kees (1998) 'With the benefit of hindsight: Old nightmares and new dreams', s. 169-179 teoksessa Brants, Kees & Hermes, Joke & van Zoonen, Liesbet (toim.) *The media in question: Popular cultures and public interests*. London: Sage.

Brants, Kees & Siune, Karen (1998) 'Politicization in decline?', s. 128-143 teoksessa McQuail, Denis & Siune, Karen (toim.) *Media policy: Convergence, concentration & commerce*. London: Sage.

Brierley, Sean (1998) 'Advertising and marketing: Advertising and the new media environment', s. 39-51 teoksessa Briggs, Adam & Cobley, Paul (toim.) *The media: An introduction*. Essex: Longman.

Burgelman, Jean-Claude (1997) 'Issues and assumptions in communications policy and research in Western Europe: A critical analysis', s. 123-153 teoksessa Corner, John & Schlesinger, Philip & Silverstone, Roger (toim.) *International media research: A critical survey*. London: Routledge.

Burgelman, Jean-Claude (1999) 'The future of the welfare state and its challenges for communication policy', s. 125-136 teoksessa Calabrese, Andrew & Burgelman, Jean-Claude (toim.) *Communication, citizenship, and social policy*. Oxford: Rowman & Littlefield.

Corner, John (1998) 'Meaning, genre and context: The problematics of 'public knowledge' in the new audience studies', s. 68-75 teoksessa Corner, John *Studying media: Problems of theory and method*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Crisell, Andrew (1994) *Understanding radio*. 2. painos. London: Routledge.

Crisell, Andrew (1998) 'Radio: Public service, commercialism and the paradox of choice', s. 114-126 teoksessa Briggs, Adam & Copley, Paul (toim.) *The media: An introduction*. Essex: Longman.

Curran, James (1998a) 'Crisis of public communication: A reappraisal', s. 175-202 teoksessa Curran, James & Liebes, Tamar (toim.) *Media, Ritual and Identity*. London: Routledge.

Curran, James (1998b) 'Newspapers and the press/Newspapers: Beyond political economy', s. 81-96 teoksessa Briggs, Adam & Copley, Paul (toim.) *The media: An introduction*. Essex: Longman.

Curran, James (2000) 'Rethinking the study of political communications', s. 120-154 teoksessa Curran, James & Gurevitch, Michael (toim.) *Mass Media and Society*. 3. painos. London: Arnold.

Dauncey, Hugh D. & Hare, Geoff (1999) 'French youth talk radio: The free market and free speech', *Media, Culture & Society*, 21(1): 93-108.

Ellis, John (2000) *Seeing Things. Television in the Age of Uncertainty*. London: I.B.Tauris.

Ettema, James S. & Whitney, O. Charles (1998) *Audiencemaking: How the media create the audience*. Sage Annual Reviews of Communication Research/Volume 22. London: Sage.

Extending Choice: The BBC's role in the new broadcasting age (1992) London: British Broadcasting Company.

Ferguson, Marjorie (1983/1985) *Forever feminine: Women's magazines and the cult of femininity*. 2. painos. Guildford: Biddles.

Forma, Pauli (1999) *Interests, institutions and the welfare state: Studies on public opinion towards the welfare state* [väitöskirja, Turun yliopisto] Research Report 102: STAKES.

Garnham, Nicholas (1998) 'Policy: Media policy', s. 210-223 teoksessa Briggs, Adam & Copley, Paul (toim.) *The media: An introduction*. Essex: Longman.

Gray, Ann (1999) 'Audience and reception research in retrospect: The trouble with audiences', s. 22-37 teoksessa Alasuutari, Pertti (toim.) *Rethinking the media audience*. London: Sage.

Hagen, Ingunn (1992) *News viewing ideals and everyday practices: The ambivalences of watching dagsrevyen* [väitöskirja] Report no. 15. Bergen: University of Bergen.

Hall, Stuart (1999) 'Kuka tarvitsee identiteetin käsitettä?', s. 245-271 teoksessa Hall, Stuart/Lehtonen, Mikko & Herkman, Juha (suom. ja toim.) *Identiteetti*. Tampere: Vastapaino.

Hawkins, Guy (1998) 'Public service broadcasting in Australia: Value and difference', s. 173-187 teoksessa Calabrese, Andrew & Burgelman, Jean-Claude *Communication, citizenship, and social policy*. Oxford: Rowman & Littlefield.

Hendy, David (2000a) 'A political economy of radio in the digital age', *Journal of Radio Studies*, 7(1): 213-234.

Hendy, David (2000b) *Radio in the global age*. Cambridge: Polity Press.

Hellman, Heikki (1988) *Uustelevisio aika? Yleisradiotoiminnan edellytykset television rakennemuutoksessa*. Helsinki: Hanki ja Jää.

Hellman, Heikki (1999a) *From companions to competitors: The changing broadcasting markets and television programming in Finland* [väitöskirja]. Acta Universitatis Tamperensis 652. Tampere: Tampereen yliopisto.

Hellman, Heikki (1999b) 'Legitimations of television programme policies: Patterns of argumentation and discursive convergencies in a multichannel age', s. 105-129 teoksessa Alasuutari, Pertti (toim.) *Rethinking the media audience*. London: Sage.

Hirsjärvi, Sinikka & Hurme, Helena (1993): *Teemahaastattelu*. Helsinki: Yliopistopaino.

Hujanen, Taisto (1993) 'Ajankohtaisen kakkosen henki pihisee: Tulkintoja TV2:n ajankohtaisohjelmien historiasta', *Tiedotustutkimus* 16(2): 59-72.

Hujanen, Taisto (1996) 'Democratization of communication as an utopia: The experiences from the Finnish radio reform in the 1980's', *Gazette* 57: 181-195.

Hujanen, Taisto & Jauert, Per (1998) 'The new competitive environment of radio broadcasting in the Nordic countries: A short history of deregulation and analysis', *Journal of Radio Studies*, 5(1).

Hujanen, Taisto (2001a) 'Digi tulee, oletko valmis? Tulevaisuuden televisio rakennetaan nykyisten arvojen varaan', *Tiedotustutkimus* 24(1): 74-89.

Hujanen, Taisto (2001b) Ääniradio, ääniradio-osuus kirjassa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A.: *Mediamaisema Suomessa* (painossa).

Hultén, Olof & Siune, Karen (1998) 'Does public broadcasting have a future?', s. 23-37 teoksessa McQuail, Denis & Siune, Karen (toim.) *Media policy: Convergence, concentration & commerce*. London: Sage.

Höijer, Birgitta (1990a) 'Reliability, validity and generalizability: Three questions for qualitative audience research', *Nordicom Review* (1): 15-20.

Höijer, Birgitta (1990b) 'Studying viewers' reception of television programmes: Theoretical and methodological considerations', *European Journal of Communication* 5(1): 29-56.

Höijer, Birgitta (1998) 'Social psychological perspectives in reception analysis', s.166-183 teoksessa Dickinson, Roger & Harindranath, Ramaswam & Linne, Olga (toim.) *Approaches to audiences: A reader*. London: Arnold.

Jensen, Klaus Bruhn (1991) 'Media audiences. Reception analysis: Mass communication as the social production of meaning', s. 135-148 teoksessa Jensen, Klaus Bruhn & Jankowski, Nicholas W. *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. London: Routledge.

Karvonen, Erkki (1999) 'Teknologinen determinismi', *Tiedotustutkimus* 22(4): 82-89.

Kelly, Mary J. (1998) 'Media use in the European household', s. 144-164 teoksessa McQuail, Denis & Siune, Karen *Media policy: Convergence, concentration & commerce*. London: Sage.

Kemppainen, Pentti (1998) 'The channel reform of public service radio in the Nordic countries', *Journal of Radio Studies* 5(1): 132-149.

Kemppainen, Pentti (2000) 'Eurooppalaisen radion murros', s. 99-114 teoksessa Levo-Henriksson, Ritva & Ampuja, Marko: *Media ja me*. Helsinki: Yliopistopaino.

Kleinstauber, Hans J. (1998) 'The digital future', s.64-74 teoksessa McQuail, Denis & Siune, Karen *Media policy: Convergence, concentration & commerce*. London: Sage.

Kytömäki, Juha & Ruohomaa, Erja (1999) *Monipuolinen YLE kaikille suomalaisille: Yleisökertomus 1999*. Helsinki: Yleisradio Oy.

Lowe, Gregory Ferrell (1999) 'A discourse of legitimacy: Critiquing the culture agenda in Finnish public broadcasting', *Nordicom Information* 21(3): 15-26.

Lyytinen, Eino (1996) 'Radiouudistus ja ohjelmisto', s.69-128 teoksessa *Yleisradion historia 1926-1996*, 1. osa. Helsinki: Yleisradio Oy.

McLuhan, Marshall (1964) *Understanding media: The extensions of man*. London: McGraw-Hill.

McQuail, Denis (1998) 'Conclusion: Looking to the future', s. 218-231 teoksessa McQuail, Denis & Siune, Karen *Media policy: Convergence, concentration & commerce*. London: Sage.

Moores, Shaun (1993) *Interpreting audiences: The ethnography of media consumption*. London: Sage.

Morley, David (1997) 'Theoretical orthodoxies: Textualism, constructivism and the 'new ethnography' in cultural studies, s. 121-137 teoksessa Ferguson, Marjorie & Goldings, Peter (toim.) *Cultural Studies in Question*. London: Sage.

Mytton, Graham (1999) *Handbook on Radio and Television Audience Research*. London: Unicef & Unesco & BBC World Service.

Mäntylä, Jorma (1993) 'Radion kuuntelu ja sanomalehtien lukeminen: Yhtäläisyyksiä ja eroja', s. 81-92 teoksessa Hujanen, Taisto (toim.) *Radiotutkimusta kohti*. Tampereen yliopiston julkaisuja, sarja C 18/1993. Tampere: Tampereen yliopisto.

Nieminen, Hannu (1999a) 'Lupaus median konvergenssista', *Tiedotustutkimus* 22(4): 4-21.

Nieminen, Hannu (1999b): 'Medioituminen ja suomalaisen viestintämaiseman muutos', s.18-41 teoksessa Nieminen, Hannu & Saarikoski, Petri & Suominen, Jaakko (toim.) *Uusi media ja arkielämä*. Turku: Turun yliopisto.

Nieminen, Hannu & Saarikoski, Petri & Suominen, Jaakko (1999) 'Uusi media ja arkipäivä: Johdannoksi', s.7-16 teoksessa Nieminen, Hannu & Saarikoski, Petri & Suominen, Jaakko (toim.) *Uusi media ja arkielämä*. Turku: Turun yliopisto.

Nukari, Matti & Ruohomaa, Erja (1997) *Uusi vanha radio: Sen tulevaisuus, tekeminen, tuotteet ja hallinta*. Helsinki: WSOY.

People and programmes: BBC radio and television for an age of choice (1995) London: British Broadcasting Company.

- Radio – the forgotten medium (1993) (tuntematon kirjoittaja), *Media Studies Journal*, Summer 1993: xi-ixx.
- Radway, Janice A. (1987) *Reading the romance: Women, patriarchy, and popular Literature*. London: Verso.
- Rantalaiho, Liisa (toim.) (1986) *Miesten tiede, naisten puuhut*. Tampere: Vastapaino.
- Ridell, Seija (1998) *Tolkullistamisen politiikkaa: Televisioutisten vastaanotto kriittisestä genrenäkökulmasta* [väitöskirja]. Acta Universitatis Tamperensis 617. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Rosengren, Karl Erik & Carlsson, Mats & Tågerud, Yael (1996) 'Quality in programming: Views from the North', s. 3-48 teoksessa Ishikawa, Sakae (toim.) *Quality Assessment of Television*. Luton: University of Luton Press.
- Ruohomaa, Erja (1993) 'Yleisökeskeiseen radiotutkimukseen', s. 53-66 teoksessa Hujanen, Taisto (toim.) *Radiotutkimusta kohti*. Tampereen yliopiston julkaisuja, sarja C 18/1993. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Ruohomaa, Erja (1997) 'Radio as a (domestic) medium: Towards new concepts of the radio medium', s. 161-172 teoksessa Carlsson, Ulla (toim.) *Radio research in Denmark, Finland, Norway and Sweden. Nordicom Review 1/1997*.
- Ruohomaa, Erja (1999) 'Radionkuuntelu eilen, tänään ja huomenna', s. 224-236 teoksessa Leskinen, Esko (toim.) *Kulttuurin aaltopituudella*, juhlaKirja Eero Saarenheimon täyttäessä 80 vuotta 21.6.1999. Jyväskylä: Gummerus.
- Ruohomaa, Erja (2000) 'Radion kuuntelutottumusten muutokset analogisesta digitaaliseen radioon', s. 127-142 teoksessa Levo-Henriksson, Ritva & Ampuja, Marko (toim.) *Media ja me*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Rushton, Dave (toim.) (1993) *1st research monograph 1989-1993, Institute of local television: A citizen television – a local dimension to public service broadcasting*. London: John Libbey.

Saanilahti, Marja (1999) *Lasten ja nuorten muuttuva mediakulttuuri*. Tampereen yliopiston julkaisuja, sarja B 42/1999. Tampere: Tampereen yliopisto.

Sarkkinen, Raija (1994) 'Naiset ja miehet radionkuuntelijoina ja tv:n katselijoina', s. 12-22 teoksessa Kasari, Heikki (toim.) *Radio ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1994*. Helsinki: Yleisradio Oy.

Sarkkinen, Raija (2000) 'Radion kuuntelu 1990-luvulla. Muutokset radion kanavatarjonnassa', s. 115-126 teoksessa Levo-Henriksson, Ritva & Ampuja, Marko (toim.) *Media ja me*. Helsinki: Yliopistopaino.

Schrøder, Kim (1999) 'The best of both worlds? Media audience research between rival paradigms', s.38-68 teoksessa Alasuutari, Pertti (toim.) *Rethinking the Media Audience*. London: Sage.

Seale, Clive (1999) 'Quality in qualitative research', *Qualitative Inquiry* 5(4): 465-478.

Shingler, Martin & Wieringa, Cindy (1998) *On air: Methods and meanings of radio*. London: Arnold.

Silverman, David (1995) *Interpreting qualitative data: Methods for analysing talk, text and interaction*. London: Sage.

Siune, Karen (1998) 'Is broadcasting policy becoming redundant?', s.18-26 teoksessa Brants, Kees & Hermes, Joke & van Zoonen, Liesbet (toim.) *The media in question: Popular cultures and public interests*. London: Sage.

Skogerbø, Eli (1996) *Privatinsing the public interest: Conflicts and compromises in Norwegian media politics 1980-1993*. Väitöskirja: University of Oslo. Department of Media and Communication 1 MK Report No. 20. Oslo: Strandberg og Nilssen.

Steeg Larsen, Bent (2000) 'Radio as ritual: An approach to everyday use of radio', Special Issue of *Nordicom Review* 21(2) (The 14th Nordic Conference on Media and Communication Research. Kungälv 14-17 August 1999): 259-274.

Syvertsen, Trine (1997) *Den store TV-krigen: Norsk allmenfjernsyn 1988-96*. Oslo: Fakbolaget.

Syvertsen, Trine (1999) 'The many uses of the "public service" concept', *Nordicom Review* 20(1): 5-12.

Søndergaard, Henrik (1999a) 'Some reflections on public service broadcasting', *Nordicom Review* 20(1): 21-28.

Tacchi, Jo (2001) 'Gender and radio consumption: An ethnographic case study', teoksessa Mitchell, Caroline (toim.) *Women and radio*. London: Routledge (artikkeli käytössä painamattomana).

Tapper, Helena (2000) 'Global village - has anything changed?', sivut 267-272 teoksessa Levo-Henriksson, Ritva & Ampuja, Marko (toim.) *Media ja me*. Helsinki: Helsingin yliopisto.

Tiihonen, Pertti (1996) 'Kuuntelijan radiosuhteesta kuullun muistamisen kannalta', s. 57-67 teoksessa Jääsaari, Johanna (toim.) *Radio- ja tv-tutkimuksen vuosikirja 1996*. Helsinki: Yleisradio.

Tracey, Michael (1998) *The decline and fall of public service broadcasting*. New York: Oxford University Press.

Vainio, Tiina (2000) *Siniristi ja superlatiivi: Suomi-Ruotsi-yleisurheilumaaottelujen radioselostukset kansallisen identiteetin tuottajina 1959-1999* [pro gradu: Jyväskylän yliopisto] Tutkimuksia 2/2000. Helsinki: Yleisradio.

Wiio, Juhani (1998) *Managing strategic change in the changing radio and television market: A Finnish example 1985-1998*. Yleisradio.

Van Zoonen, Liesbet & Hermes, Joke & Brants, Kees (1998) 'Introduction: Of public and Popular Interests', s. 1-6 teoksessa Brants, Kees & Hermes, Joke & van Zoonen, Liesbet *The media in question: Popular cultures and public interests*. London: Sage.

Åberg, Carin & Vagle, Wenche & Poulsen, Ib (1999) 'Radioforskning – en översikt', *Nordicom Information* 21(3): 59-72.

Åberg, Carin (1999) *The sounds of radio: On radio as an auditive means of communication* [väitöskirja]. Stocholm: Stockholm University.

Muut lähteet

Ala-Fossi, Marko (1998) *Tähden kylmä loiste: Radio Novan markkinoilletulon vaikutus Suomen kaupallisten paikallisradioiden toimintaan*. [Lisensiaatintutkimus: Tampereen yliopisto] (on myös julkaistu).

Blumberg, Esa & Silvo, Ismo & Soramäki, Martti & Vakkilainen, Mauri & Wiio, Juhani (1998) *Yleisradiotoiminta tietoyhteiskunnassa* (myös julk. Helsinki: SITRA); <http://www.sitra.fi/tietoyhteiskunta/suomi/st21/sitra173.htm>

Chorba, Frank. J. (1999) American talk radio: Public service or entertainment?; <http://sockom.helsinki.fi/~moring/RIPE/sum2.htm>

Collins, Richard (2000) 'Har public service-radio och TV en framtid?', s. 53-66 antologiassa *Hela Sveriges radio och TV – en antologi om framtidens public service-uppdrag*. Rapport från utredningen om radio och TV i allmänhetens tjänst (Ku 1999:08); http://kultur.regeringen.se/pdf/ku99_08.pdf

Eide, Martin & Knight, Graham (1999) 'Public/private service: Service journalism and the problems of everyday life', (julk. *European Journal of Communication* 14(4): 525-547. London: Sage); <http://www.sagepub.co.uk/journals/details/issue/sample/a010697.pdf>

EVA-raportti (2001) Erilaisuuksien Suomi: Raportti suomalaisten asenteista 2001 (julkaistu verkossa 1.3.2001); <http://www.eva.fi/julkaisut/raportit/asenne2001/sisallys.htm>

Hannula-Stenqvist, Kirsi (1999) Ylen digitaaliset radiopalvelut, tiedote/YLE Viestintä 17.11.1999.

Heino, Timo-Erkki (2000) Pelastakaa CBC! *Journalisti*, uutinen. 1.9.2000. N:o 15.

Heino, Timo-Erkki (2000) Kanava television vihaajille. *Journalisti*, uutinen. 1.9.2000. N:o 15.

Heino, Timo-Erkki (2000) Yleisradio luo laatupaineita kaupallisille kanaville. *Suomen Kuvalehti* [SK], puheenvuoro. N:o 45.

Heiskala, Risto (2001) Toiminta ja rakenne Giddensin rakenteistumisteoriassa, luento Yhteiskuntatieteiden teorian kurssilla 2.2.2001 klo 12-16.

Hellman, Heikki (2001) Ylen vaikea tehtävä – mutta mikä se on? *Helsingin Sanomat* [HS], sunnuntainumeron artikkeli. 25.3.2001;

<http://www.helsinginsanomat.fi/arkisto/juttu.asp?id=20010325KU16&pvm=20010325>

Holvas, Jokke (2000) Futishuliganismilla monia syytä. *Kainuun Sanomat*, alakerta. 30.7.2000.

Hujanen, Taisto (1999) 'Programmers vs. producers; on the adoption of internal markets in public service television', esitelmä seminaarissa Contemporary Transformations in Public Life and Public Culture, Meeting of Team 1 in the RSF project Changing Media, Changing Europe, Firenze, 11.-14. marraskuuta 1999.

Hujanen, Taisto (2000) 'Media convergence in Scandinavia: Any room for a national broadcasting policy?', puheenvuoro seminaarissa Digitization in Scandinavian Public Broadcasting: Implications for Content and Technology/BEA's 45th Annual Convention, Las Vegas, 7.-10. huhtikuuta 2000;
<http://sockom.helsinki.fi/~moring/RIPE/sum5.htm>.

Ilvonen, Anu/STT (2000) Kaupallisten tv-yhtiöiden tilaama tutkimus: Tv-lupamaksut riittävät Ylelle. *Kainuun Sanomat* [KS], uutinen. 18.8.2000.

Korkee, Elina (1996) Sana ja miten se luetaan – kristillisen lehden lukijatutkimus. Pro gradu: Tampereen yliopisto.

Laki Yleisradio Oy:stä 1380/1993; <http://www.nmn.org/Lover/lag3f.htm>

Laki Yleisradio Oy:stä annetun lain muuttamisesta 746/1998;

<http://www.mintc.fi/www/sivut/suomi/viestintatietoa/ylelak/viestin/fin/746-98.htm>

Laurila, Aila-Liisa (2000) Katko karkottaa katsojan. *Treffii*, artikkeli. Vko 45-46.

Lewis, Justin (2000) Hegemony and resistance: What audience research tells us about media power', luento tohtorikoulutusseminaarissa Media audiences: Qualitative audience research at the crossroads, Tanska, Fuglsøcentret 9.-14.5.2000; 14.5.2000 klo 9.30-11.00.

Lowe, Gregory (1992) Value and meaning transformation in public service broadcasting: Competition and legitimacy in the Finnish radio renaissance. Väitöskirja: University of Texas.

Lumijärvi, Matti (2001) Viidennes hankkisi digiboxin. YLE/Intranet/Nettilinkki, uutinen. 2.5.2001.

Mäntymäki, Eeva (1992) Nainen kohtaa Julkisen Naisen: Naistenlehti Annan vastaanottotutkimus. Pro gradu: Tampereen yliopisto.

Mäntymäki, Eeva (1999) Paikallisuus ja kotoiset toimittajat Kainuun Radion valtteja: Suora Linja/Vartti jakaa mielipiteitä. YLE/Kainuun Radion yleisösuhteiprojektin tiedote. 31.5.1999.

Mäntymäki, Eeva (2000) Audiences and the legitimacy of the new public service radio: The Kainuu case, työryhmäpaperi seminaarissa Media audiences: Qualitative research at the crossroads? Ph.D. Course 9-14 May 2000. Fuglsøcenteret, Danmark.

Ota kantaa - valtionhallinnon keskustelufoorumi (2001). Maaliskuun 2001 keskustelunaihe: Tv-ohjelmat julkisella rahalla;
<http://www.otakantaa.fi/forum.print.cfm?group=205>

Perälähti, Marko (1999) Radion ja Internetin yhdistelmä potentiaalinen mediamix: Radio on menestynyt televisiota paremmin mediakilpailussa. Tiedote. Suomen Trenditieto 23.11.1999.

The Radio Studies Network (2001); <http://www.radioacademy.org/skills/rsn.html>

Saarela, Pekka (2000) *Nuorisobarometri 2000*. Helsinki: Nuorisoasiain neuvottelukunta NUORA; <http://www.minedu.fi/nuora/julkaisut/barometri2000.doc>.

Sarkkinen, Raija (1999) Kuuntelijatytyväisyys: Kainuu 1999. Markkinatutkimuksia 25/1999: Yleisradio.

Savinen, Ari (2000) A segmentation of Finnish television audiences, työryhmäpaperi seminaarissa Media audiences: Qualitative research at the crossroads? Ph.D. Course 9-14 May 2000. Fuglsøcenteret, Danmark.

Steinbock, Dan (1995) 'Puheradio ja äärioikeiston nousu', Yliopisto-lehti 12/95; <http://www.helsinki.fi/lehdet/yolehti/yl12art.htm>

Suomen Gallup Web Oy (2001) Joka viides suomalainen tehnyt verkko-ostoksia: Suomessa jo yli 2 miljoonaa Internet-käyttäjää viikoittain. Tiedote 27.3.2001.

Suomen Gallup Web Oy (2001) Internet-käyttö ikäryhmittäin (huhtikuu 2001); <http://www.gallupweb.com/inetstat.htm>

Suomen Radioiden Liitto (2001) Paikallisradiotoiminnan historia; 19.9.2001; <http://www.radioliitto.fi/paikallisradioliitto/historia.htm>

Suomen Tietotoimisto [STT] (1999) YLE:n tv-kanavat kärjessä. MTV3 selvitti medioiden vaikutusvaltaa. 31.1.1999.

Søndergaard, Henrik (1999b) 'The possibilities for public service in a digital media system', alustus NORFA:n pohjoismaisessa tohtorikoulutusseminaarissa Developments in Nordic broadcasting 22.3.1999, klo 15.45 – 17.00.

Søndergaard, Henrik (2000) 'Has public service broadcasting a role to play in the digital age?' .Puheenvuoro seminaarissa Digitization in Scandinavian Public Broadcasting: Implications for Content and Technology/BEA's 45th Annual Convention, Las Vegas, 7.-10. huhtikuuta 2000; <http://sockom.helsinki.fi/~moring/RIPE/sum3.htm>

Televiotoiminnan toimintaedellytysten parantaminen (2001) Työryhmäraportti
18.5.2001. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 29/2001;
<http://www.mintc.fi/www/sivut/dokumentit/julkaisu/julkaisusarja/2001/29a.pdf>

Tiilikainen, Teppo (2001) Ylen rahoituspohja uhkaa murtua. *Suomen Kuvalehti* [SK],
artikkeli. N:o 3.

Timonen, Minna & Tolonen-Huovinen, Jaana (1999) Lasten mediankäyttötottumukset
Kainuussa ja pääkaupunkiseudulla. Pro gradu: Oulun yliopisto, Kajaanin
opettajankoulutuslaitos.

YLEISESTI - ajankohtaista Yleisradiosta. Tiedotelehtinen. 4.12.2000

Yli-Lonttinen, Tuija (2000) Nuoret hakevat internetistä tietoa: Netti syönyt hieman
television suosiota. *Kainuun Sanomat* [KS], uutinen. 30.8.2000.

LIITTEET

Liite 1: YLE/Kainuun Radion yleisösuhteprojektin palautelomake

Liite 2: YLE/Kainuun Radion Yleisöpalauteprojektin tiedote

Liite 3: Haastattelujen teemarunko

Liite 4: Yleisradiolain 7. pykälä; julkisen palvelun määritelmä

Liite 5: Haastattelujen analyysirunko

Liite 6: Esimerkkejä yleisönosaston keskusteluista