

Marika Pehkonen

DIGITAALINEN MEDIA TAIDEINSTITUUTION ARJESSA

Digitaalisen median käyttö ja sisältötuotannon mahdollisuudet tamperelaisissa taideinstituutioissa

Teatterin ja draaman tutkimuksen pro gradu -tutkielma

Tampereen yliopisto 2004

Tampereen yliopisto

Taideaineiden laitos

PEHKONEN, Marika: DIGITAALINEN MEDIA TAIDEINSTITUUTION ARJESSA
Digitaalisen median käyttö ja sisältötuotannon mahdollisuudet
tamperelaisissa taideinstituutioissa

Pro gradu -tutkielma, 120 s.

Teatterin ja draaman tutkimus

Tammikuu 2004

Pro gradu -tutkielma keskittyy digitaalisen median käyttöön ja sen myötävaikutuksella aiheutuvien kulttuuristen muutosten selvittämiseen taideinstituutioiden arjessa. Kulttuuri-sana esiintyy tutkimuksessa kolmessa merkityksessä: yksittäisiä taideinstituutioita tarkastellaan kulttuurialan toimijoina, tarkastelu kohdistuu myös digitaaliseen kulttuuriin, eritoten digitaaliseen yhteisöllisyyteen, ja tutkimusote on kulttuurintutkimuksellinen.

Digitaalisen median käytön mahdollisuuksia ja haasteita on kartoitettu teemahaastatteluin seitsemässä tamperelaisessa taideinstituutiosta sekä kahden vapaan taiteen toimijan osalta. Tampereen Työväen Teatteriin sijoittuva tapaustutkimus kuvaa verkkovälitteisen digitaalisen median mahdollisuuksia teatterin kontekstissa. Laajemmin tamperelaisten taideinstituutioiden tilannetta ja hankeideoita kartoittavien haastattelujen pohjalta pohditaan digitaalisen sisältötuotannon liiketoiminnan mahdollisuuksia kulttuurialalla.

Tietoyhteiskuntakehitys näyttäytyy taideinstituutioissa elinikäisen oppimisen vaateena. Haasteena pidetään medianmukaisen tuotannon hallitsemista ja resurssikysymyksiä. Digitaalisten sisältöjen kehityshankkeisiin ei tunnu löytyvän sopivia kumppaneita eikä ulkopuolisia rahoituslähteitä; lisäksi niihin kanavoitujen sisäisten voimavarojen katsotaan olevan pois taideinstituutioiden perustoiminnoista. Taideinstituutioissa kuitenkin tuotetaan myös digitaalisia sisältöjä: kokoelmien hallinnassa digitaalinen media on keskeisellä sijalla, ja verkkosivut mielletään erityisesti tiedottamisen ja markkinoinnin välineeksi. Myös digitaalisen kulttuurin, esimerkiksi verkkoyhteisöllisyyden ja mobiiliviestinnän, mahdollisuudet herättävät kiinnostusta. Useimmiten viestintästrategiassa edetään kuitenkin maltillisesti tamperelaisten kuluttajien ehdoilla. Digitaalisia sisältöjä tuottaessa herättävät ristiriitaisia odotuksia julkisilta palveluilta odotettu maksuttomuus, toisaalta niiden tuottamiseen liitetty kustannustietoisuuden vaatimus esimerkiksi kaupungin organisaation sisällä.

Digitaalisen sisältötuotannon ideologia ei suoranaisesti palvele taideinstituutioita, jotka toimivat pääosin julkisrahoitteisesti. Taideinstituutioiden ydinosaaminen on taideteosten ja -elämysten tuottamisessa sekä taideteosten luomisedellytysten turvaamisessa, ei niinkään sisältötuotannon ja sen liiketoiminnan osaamisessa. Digitaalisen sisältötuotannon liiketoimintamallien soveltaminen taideinstituutioissa edellyttäisi muutosta nykyisissä ajattelu- ja toimintamalleissa sekä mitä ilmeisimmin arvokeskustelua. Tuntuva panostaminen sisältötuotannon rahoitukseen piirtyy selkeästi esiin uusintavan ja kestävän sisältötuotannon syntyedellytyksenä.

Avainsanat: teemahaastattelu, taideinstituutio, digitaalinen media, digitaalinen kulttuuri, kulttuurintutkimus, tietoyhteiskunta, sisältötuotanto

Esipuhe

Pro graduni pohjautuu eTampere-tietoyhteiskuntaohjelman ja Oy Media Tampere Ltd:n toimeksiannosta Tampereen yliopiston hypermedialaboratoriossa toteuttamaani esitutkimukseen, jonka tavoitteena oli tuottaa ideoita kulttuurialan palveluhankkeelle. Sisältötuotantotoimialan kehitysnäkymiin haettiin vastauksia juuri perinteisten kulttuuritoimijoiden, kuvataiteen, museotoimen sekä esittävien taiteiden parista Tampereen alueella.

Tutkimukseni perustuu pääasiassa taideinstituutioiden toimijoiden teemahaastatteluihin, joita taustoittavat digitaalisen median ja digitaalisen kulttuurin teoriat sekä tietoyhteiskunnan toimintaympäristön kuvaus. Haastatteluaineiston olen koonnut tamperelaisista toimijoista käytettävissä olevien resurssien, esitutkimuksen luonteen ja alueellisten toimeksiantajien intressien vuoksi. Tutkimukseen sisältyvät teemahaastattelut (13 kpl) tein seitsemässä eri taideinstituutiossa sekä kahden vapaan taiteen toimijan kanssa kesäkuussa 2002. Esitutkimuksen tuloksia esittelin kesän ja syksyn mittaan samana vuonna. Tutkimusraportin aktiivisessa työstämisessä etenin vaiheittain muiden töiden lomassa 2002–2003. Raportti esiselvityksestä julkaistiin Tampereen yliopiston hypermedialaboration sähköisessä verkkojulkaisusarjassa lokakuussa 2003. Tämän jälkeen olen työstänyt tekstiä nyt käsillä olevaksi pro gradu -tutkielmakseni, jonka tyytyväisenä luovutan tarkastettavaksi tammikuussa 2004.

Pro gradu -työhön liitetään esipuhe vain erityisistä syistä. Tutkimuksen taustatietojen esittelyn lisäksi haluan kiittää työn valmistumiseen keskeisesti vaikuttaneita henkilöitä ja yhteisöjä. Esitutkimuksen ohjausryhmään kuuluivat Ulla Hartikainen ja Jarmo Viteli eTampere-ohjelmasta, Jarkko Lumio Oy Media Tampere Ltd:stä sekä Frans Mäyrä Tampereen yliopiston hypermedialaboratoriosta. Esitutkimusta ohjasi professori Frans Mäyrä ja kommentoi Simo Kaupinmäki. Ilman Tampereen Työväen Teatterin mittavaa panosta ja ovien avaamisesta laitosteatterin yhteisöön tutkimus ei olisi tämännäköinen. Kiitän lämpimästi kaikkia yhteistyökumppaneita sekä tutkimukseen osallistuneita. Pro gradun kommentoinnista kiitokset kuuluvat myös teatterin ja draamantutkimuksen seminaarilaisille sekä erityisesti graduohjaajalleni professori Pia Hounille.

Tampereella 15.1.2004

Marika Pehkonen

Sisällys

1	JOHDANTO	1
1.1	TAUSTAA.....	1
1.2	TUTKIMUSTEHTÄVÄT	3
1.3	LÄHTÖKOHTINA DIGITAALINEN MEDIA JA DIGITAALINEN KULTTUURI.....	4
1.4	KULTTUURINTUTKIMUKSEN LÄHESTYMISTAPA.....	14
1.5	AINEISTO JA MENETELMÄT	22
2	TIETOYHTEISKUNNAN TOIMINTAYMPÄRISTÖ	29
2.1	TIETOYHTEISKUNNAN KÄSITTEESTÄ	29
2.2	SUOMALAINEN TIETOYHTEISKUNTA TILASTOINA	32
2.3	TIETOYHTEISKUNNAN KULTTUURIPOLITIikka	35
2.4	SISÄLTÖTUOTANTO	39
3	TAMPEREEN TYÖVÄEN TEATTERIN TAPAUSTUTKIMUS.....	50
3.1	LÄHTÖKOHTANA VERKKOSIVUSTON UUDISTUS.....	50
3.2	KENELLE, MITÄ JA MIKSI: MEDIA JA SEN KÄYTTÄJÄT	51
3.3	MITÄ JA MITEN: KÄYTÖSSÄ OLEVA MATERIAALI JA MEDIAN OMINAISUUDET	52
3.4	PETER PAN VERKOSSA.....	66
3.5	SUOSITUKSET VERKKOSIVUSTON TOTEUTUKSEEN.....	68
3.6	YHTEENVETO DIGITAALISESTA JULKAISUSTA.....	72
4	DIGITAALISEN MEDIAN KÄYTTÖ JA SISÄLTÖTUOTANNON HAASTEET TAIDEINSTITUUTIOISSA.....	74
4.1	SUHDE DIGITAALISEEN MEDIAAN	74
4.2	INTERNET TIEDOTTAMISEN JA MARKKINOINNIN VÄLINEENÄ	77
4.3	MOBIILIPALVELUIDEN TARJOAMINEN: TEKSTIVIESTIT, KUVAVIESTIT, MOBIILISOVELLUKSET	84
4.4	VERKOSTOITUMINEN JA DIGITAALINEN YHTEISÖLLISYYS.....	86
4.5	AUDIOVISUAALISISTA ELEMENTEISTÄ MEDIATAITEESEEN JA TAITEELLISIIN SOVELLUKSIIN	93
4.6	YHTEENVETO DIGITAALISEN SISÄLTÖTUOTANNON KANNALTA	98
5	POHDINTA JA PÄÄTELMÄT	103

HAASTATTELUT	107
LÄHTEET	108
LIITE: TEEMAHAASTATTELURUNKO	119

1 Johdanto

1.1 Taustaa

Minkälaista kulttuuria ja kulttuurisia muutoksia tietoyhteiskuntakehitys on synnyttänyt taideinstituutioiden toiminnassa? Muuttaako digitaalinen mediavälitteinen viestintä esimerkiksi teatterin käytäntöjä? Mitä käytäntöjä se muuttaa ja millä tavalla? Ilmeistä on, että tietoteknistyminen ja digitaalisen median mahdollistamat uudet käytännöt asettavat uudenlaisia vaatimuksia työnteolle. Tietokonevälitteinen viestintä on myös yhä enenevässä määrin osa vapaa-aikaamme: haemme tietoa verkkosivuilta, pidämme yhteyttä sähköpostilla, kohtaamme tuttuja ja tuntemattomia *chatissa* tai elämme virtuaalisesti verkkopeliympäristöissä. Miten näihin digitaalisen kulttuurin käytäntöihin vastataan taiteen ja kulttuurin toimialoilla?

Taitelijat voivat töissään käsitellä tietoyhteiskuntaistumista ja ihmisen suhdetta teknistyvään arkeen eri tavoin. Näihin sisältöihin en tutkimuksessani puutu, mutta sivuan digitaalisen median käyttöä taiteen tekemisessä. Pro gradu -työni painopiste on yksittäisten taideinstituutioiden toiminnan tarkastelussa: tutkin digitaalisen median käyttöä ja pohdin sisältötuotannon mahdollisuuksia nykyisten käytäntöjen pohjalta.

Teatteri ja draaman tutkimuksen kannalta olennaisena pidän havaintoa, että teatteri on jäänyt väliinputoajaksi kulttuuripolitiikassa digitaalisen sisältötuotannon hankkeiden kohdalla. Teatterin toiminnan piiriin ei lähtökohtaisesti kuulu digitaalisten tallenteiden tuottaminen markkinoille, eikä teatteria näin ollen ole valtion koordinoimissa digitaalisen sisältötuotannon hankkeissa enää juurikaan huomioitu muutoin kuin markkinoinnin osalta. Miksi sisältötuotantoa sitten pitäisi edes pohtia? Teatteri audiovisuaalisvälitteisenä, jo lähtökohdiltaan monimediaisena taiteenlajina tarjoaa mielestäni kiinnostavia kehitysnäkymiä sisältöjen esittämisen sekä teatterissakäyntiin olennaisena osana kuuluvan sosiaalisen kanssakäymisen kannalta myös digitaalisessa muodossa. Yksittäisen teatterin toimijoiden suhdetta digitaaliseen mediaan ja sisältötuotantoon kuvaan Tampereen Työväen Teatterin tapaustutkimuksen kautta.

Lisäksi julkisen vallan osalta odotukset digitaalisen sisältötuotannon toimialan kasvusta ovat olleet korkealla – kuluttajille tulisi kehittää uusia, sisällöltään kiinnostavia sovelluksia ja

palveluita, joilla voidaan kilpailla myös maailmalla. Sekä Tampereella että valtakunnan tasolla sähköisen liiketoiminnan yrityksissä on kuitenkin keskitytty tieto- ja viestintäteknologiaan, kun taas varsinainen sisältötuotanto on edelleen perinteisten sisällöntuottajien, esimerkiksi kustantamoiden, viestintäkonsernien, mainostoimistojen ja taideinstituutioiden, hallussa. Taideinstituutiot katson digitaalisen sisältötuotannon kannalta erityisen merkittäviksi toimijoiksi, sillä niiden piirissä tuotetaan kiinnostavia, henkilökohtaisia, koskettavia, uusintavia sekä yhteisöllisiä sisältöjä, jotka voivat tarjota uusia mahdollisuuksia myös digitaaliseen sisältötuotantoon. Tutkimuksen toisena tehtävänä on selvittää, millainen suhde taideinstituutioiden toimijoilla on digitaalisen median hyödyntämiseen omassa toiminnassaan sekä millaisin toimenpitein toimijoiden voimaantumista sisältötuotannossa voitaisiin tukea.

Taideinstituution käsitteen kautta tutkimukseni linkittyy taiteensosiologian ja instituution tutkimuksen piiriin. Seväsen (1998, 11–12) mukaan instituutiotutkimuksen tulisi yhdistää taideteosten, taiteen aseman ja yhteiskunnallisen funktion tutkimus, mutta instituutiotutkimuksen piiriin kuuluu myös tutkijoita, jotka ovat sivuuttaneet teostason. Siten instituutiotutkimukseen voidaan lukea myös yksittäisiä taidelaitoksia koskevat tutkimukset. Sevänen (1998, 19–20) määrittelee taidetta ylläpitävän sosiaalisen toiminnan ja vuorovaikutuksen ”instituutioksi”, ”järjestelmäksi”, ”kentäksi” ja ”maailmaksi”. Käytän tutkimuksessani taideinstituution termiä lähinnä teknisessä mielessä, sillä varsinaisesta organisaatio- tai instituutiotutkimuksesta pro gradu -tutkielmassani ei ole kyse. Keskityn kuvaamaan ja tulkitsemaan yksittäisissä taideinstituutioissa työskentelevien ihmisten digitaalisen median käyttöä sekä teknologiasuhdetta johtolankoina digitaalisen sisältötuotannon osin institutionaalisinkin käytäntöihin. Kulttuuripolitiikkaa, taidetta, taiteen asemaa ja rahoitusta käsittelen niinkään välittävänä institutionaalisina sfääreinä; valtion ja talouden käsitän toimintaa määrittäviksi rakenteiksi.

Tutkimusraporttini koostuu viidestä osasta: johdannosta, taustoittavasta toimintaympäristön kuvauksesta, Tampereen Työväen Teatteriin (TTT) sijoittuvasta tapaustutkimuksesta, digitaalisen median käytön ja kehitysnäkymien kartoituksesta tamperelaisten taideinstituutioiden parissa, sekä digitaalisen sisältötuotannon mahdollisuuksien pohdinnasta.

1.2 Tutkimustehtävät

Tutkimukseni on ensinnäkin luonteeltaan kartoittava, sillä tutkin digitaalisen median käyttöä ja sisältötuotannon mahdollisuuksia teatterin sekä taideinstituutioiden toiminnan kontekstissa, mikä vaikuttaa tähän mennessä varsin vähän tutkitulta aiheelta (ks. esim. Sisältötuotannon työryhmän väliraportit sekä Norman 2000). Kartoitan tamperelaisten taideinstituutioiden intressejä ja tarpeita digitaalisen median suhteen teemahaastatteluin. Lähtökohdiltaan tutkimus on soveltava siinä mielessä, että sillä pyritään tuottamaan ideoita palveluiden kehittämiseen, ei niinkään kehittämään tai testaamaan teorioita. Se on myös interventionistinen pyrkiessään edesauttamaan taideinstituutioiden toimijoiden voimaantumista digitaalisen median käytön ja sisältötuotantokeskustelun suhteen. Tutkimustavoitteeksi voidaan myös lukea kokonaisuuden jäsenyyksen ja käsitteellisten työkalujen tarjoaminen digitaalista mediaa ja digitaalista sisältötuotantoa koskevassa keskustelussa.

Toisekseen laadullisella ja empiirisellä tutkimuksella pyrin luomaan teoriapohjaa ja tilastotietoja monipuolisemman kuvauksen siitä, mitä tietoyhteiskuntakehitys merkitsee taideinstituutioiden toiminnan kannalta tällä hetkellä. Tampereen Työväen Teatteriin sijoittuvassa tapaustutkimuksessa tarkennan laadullisen kuvauksen fokusta yhden organisaation sisään, ja tarkastelun lähtökohtana toimii teatterin verkkosivujen uudistus. Tapaustutkimuksessa on tarkoituksena testata, kuinka nykYTEKNIKOILLA tuotettavissa olevat palvelut saadaan joustamaan kulttuurialan toimijoiden, tässä teatterin, tarpeiden mukaan. Kuvaan myös niitä muutospaineita ja käytäntöjä, joita digitaalisen median käyttö yksittäisen taideinstituution toimintaan tuottaa, sekä asenteita, joita digitaalisen median käyttö instituution toimijoissa herättää.

Laajemmin tutkimukseni tavoitteena on hahmottaa, millaisia konkreettisia kehitystarpeita tietoyhteiskunnassa toimiminen taideinstituutioille asettaa. Tällöin sisällytän tutkimusaineistooni myös tanssitaiteen, kuvataiteen ja museotoimen toimijoiden näkökulmat. Pyrin kuvaamaan digitaalisen median käytön ja siihen liittyvien asenteiden vaihtelevia ilmentymiä taideinstituutioissa sekä löytämään kuvauksen perusteella ilmiöille ominaispiirteitä ja säännönmukaisuuksia. Selvitän, millaiset tekijät luonnehtivat taideinstituutioiden toimijoiden suhdetta digitaalisen median käyttöön sekä millaisia toimenpiteitä toimijat kaipaavat olosuhteidensa parantamiseksi. Yhteenvedossa kokoon

toimijoiden näkemykset digitaalisen median käytön ja sisältötuotannon haasteista sekä mahdollisuuksista.

Jokaisessa kuvauksessa on myös selityksen siemen. Kuten Alasuutari (1993, 29) toteaa, raakahavainnot ovat vasta erilaisia vastauksia miksi-kysymykseen, johon hypoteesilla pyritään vastaamaan. Tällöin havainnoista etsitään vihjeitä merkitystulkintojen tekemiseen arvoituksen ratkaisemista varten. Selittämisessä otetaan etäisyyttä arkisten käytäntöjen itsestäänselvyykseen niitä merkitysulottuvuuksia esiin tuomalla, joiden puitteissa asiat tulevat ymmärretyiksi ja joiden perusteella konfliktien ja erimielisyyksien rintamalinjat paljastuvat. (Alasuutari 1993, 175–177, 229.) Väljänä työhypoteesina (ks. mt. 1993, 228–327; Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara 2000, 147–150) tarkastelen digitaalisen median, erityisesti Internet-välitteisen toimintaympäristön, käyttöönottoa taideinstituutioissa digitaalisen sisältötuotannon ehtoina. Historiallisesti ja poliittisesti määräytyvän sisältötuotannon näkökulman kautta pyrin myös konkretisoimaan niitä kysymyksiä, joita taideinstituutiot joutuvat tämän päivän tietoyhteiskunnassa kohtaamaan. Yhteenvetona pohdin niitä haasteita ja mahdollisuuksia, joita digitaalinen sisältötuotanto taideinstituutioiden toiminnalle asettaa ja lopuksi kokoan tutkimukseni perusteella hahmottuvat sisältötuotannon kannalta ratkaisevat tekijät.

1.3 Lähtökohtina digitaalinen media ja digitaalinen kulttuuri

Tutkijapositioni rakentuu yhtäältä teatterintutkimuksen taustasta ja teatterin toimialalla työskennelleen kokemuksellisesta tiedosta, toisaalta hypermedian toteuttajan ja tutkijan näkemyksistä. Taustana digitaalisen median käytön tutkimukselle kuvaan digitaalisen Internet-välitteisen median rakennetta ja sen varaan muodostuvan digitaalisen kulttuurin luonnetta hypermedian ja digitaalisen kulttuurin käsittein.

Digitaalinen media. Digitaalinen media, tarkemmin Internet-välitteinen vuorovaikutteinen media muodostaa tutkimuksessani infrastruktuurin. Sen varassa toteutuvat viestinnälliset käytännöt, ihmisten välinen yhteisöllisyys, toimintaa ohjaavat sovellukset tai rakenteita muokkaava liikkuvuus edustavat näkyvimmin verkottuneen tietoyhteiskunnan kulttuuria. Esittelen tässä lyhyesti vuorovaikutteisen digitaalisen median ominaispiirteet ja tutkimukseni kannalta keskeiset käsitteet. Myöhemmin aineiston käsittelyssä keskityn digitaalisen median verkko- ja mobiilisovellusten käyttöön kulttuurialalla sekä sivuan tietojärjestelmiä eritoten tietokantojen ja lipunmyyntijärjestelmien kohdalla. Digitaalisuus toimii täten tarkastelun

teknisenä lähtökohtana, mutta itse (mediavälitteisen) toiminnan pyrin säilyttämään tarkastelun keskiössä.

Digitaalinen media, kuten käsitteenä ehkä tutumpi ja jo hieman vanhentunut uusmedia tai uusi media, kattaa kaikki digitaaliset tuotteet. Käsitettä voidaan käyttää erottamaan digitaalinen media perinteisestä (painetusta tai sähköisestä) mediasta. Digitaalinen media kattaa myös sellaiset alueet, jonne multimedia¹, digitaalisen median ilmaisukieli, ei luonteeltaan yllä: se yhdistää tekniset ja tietokulttuurituotteet. (Mäkelä 2001.) Tutkimuksessa digitaalinen media käsitetään uudenaikaisia sosiaalisia käytäntöjä mahdollistavaksi, mutta myös teknisesti niitä rajoittavaksi toimintaympäristöksi.

Digitaalisuuden lähtökohtana on informaation muuntaminen binääriseen muotoon, biteiksi. Materiaalin käsittely ei ole enää yhteydessä sen sisältöön; näin ollen sähköisessä muodossa olevaa aineistoa voidaan periaatteessa siirtää, kopioida ja muokata eri tavoin laadun siitä kärsimättä. (Hintikka 1996, 4; Järvinen & Mäyrä 1999, 7.) Verkon kautta siirrettävän materiaalin laatuun vaikuttavat kuitenkin pakkausalgoritmit, palvelimen teho, runkoverkon kaistanleveys ja tilaajaverkon suorituskyky sekä vastaanottajan päätelaitteen ominaisuudet.

Verkolla eli isolla kirjoitettuna Internetillä tarkoitetaan TCP/IP-tietoliikenneprotokollaa² käyttävien verkkojen maailmanlaajuista verkostoa, joka muodostuu fyysisesti siihen liittyvistä tele- ja tietoverkoista, tietokoneista, kytkimistä ja reitittimistä. Yleisesti termi internet tarkoittaa yhteen liitettyjen tietoliikenneverkkojen muodostamaa kokonaisuutta. World Wide Web, WWW, on puolestaan HTTP-yhteyksikäytäntöön (*HyperText Transfer Protocol*) perustuva Internetin palvelu, jonka avulla käyttäjät voivat lukea Internetiin kytkettyjä HTML-kielisiä (*HyperText Markup Language*) hypertekstitiedostoja. (Tekniikan sanastokeskus

¹ Multimedian termiä käytetään arkikielessä hyvin epätasaisesti. Nielsenin (1995, 6, 13) mukaan multimedia ei välttämättä ole vuorovaikutteista hypermediaa (esim. yritysesittelyt), mutta useita mediaelementtejä yhdistäviä multimediakäyttöliittymiä voidaan luontevasti tukea vuorovaikutteisen hypertekstin tekniikoilla. Nielsen rinnastaakin hypertekstin ja hypermedian käsitteet käsitellessään vuorovaikutteista hypermediaa. Käytännössä myös multimediaa käytetään hypermedian synonyyminä. Multimedia tulisi korvata suomenkielisellä vastineella, monimedial termillä. Sillä kuitenkin viitataan erheellisesti myös monikanavajulkaisuun.

² TCP/IP (*Transmission Control Protocol / Internet Protocol*). Tietoliikenteen kulkua Internetissä määrittelevät siinä käytettävät yhteysmenettelyt eli protokollat, esimerkiksi TCP (*Transmission Control Protocol*) tai UDP (*User Datagram Protocol*). Reititys tapahtuu käyttäen osoiteavaruutena ns. IP-osoitteita eli jokaisella yhteydellä on oma IP-numeronsa. (Accenture 2001, 16.)

2002.) World Wide Web on graafisena ympäristönä Internetin suosituin palvelualusta. Muita alustoja ovat esimerkiksi *news*-, IRC- sekä FTP-palvelut³.

Hypermediaa pidetään digitaalisten kulttuurituotteiden keskeisimpänä käsitteenä siihen sisältyvän interaktiivisuuden, vuorovaikutteisuuden vuoksi (esim. Mäkelä 2001). Terminä hypermedia pohjautuu hypertextin käsitteeseen – esimerkiksi Jakob Nielsen (1995, 2, 5–6, 136–142) puhuu hypertextistä multimediakäyttöliittymiä tukevana tekniikkana, joka perustuu solmuihin (*nodes*) eli erilaisiin tietokokonaisuuksiin tai mediaelementteihin sekä linkkeihin (*links*) näiden välillä. Rakenteellisesti hypertextin erottavat niin sanotusti normaalista, lineaarisesta tekstistä multilineaarisuus ja assosiativisuus, jotka toteutuvat juuri hyperlinkkien avulla. Käyttäjä valitsee itse hyperlinkit, joita pitkin hän etenee informaatioyksiköiden välillä. (Järvinen 1999, 29–30; Nielsen 1995, 5, 13; 1993, 1–3.) Käytön kannalta hypertexti- ja hypermediasovelluksiin sisältyy siten jo rakenteellisesti yksiselitteisten merkityskokoelmien muodostumisen sijaan niiden saavuttamattomuus ja dynaamisuus (Järvinen 1999, 16–17). Yksittäinen käyttökokemus sen sijaan säilyy lineaarisena, mutta käyttäjä tai toimija aktiivisesti määrää kokemuksensa kestosta ja muodosta.

Vuorovaikutteinen hypermediasovellus voi Internetin kautta toimia myös tietokonevälitteisen sosiaalisen todellisuuden alustana esimerkiksi keskustelufoorumin, *weblogin*, *chatin*, MUD:n tai MOO:n, MMOG:n tai MORPG:n⁴ muodossa. Tietoverkoissa toimivat sovellukset mahdollistavat siten viivästetyn tai lähes samanaikaisen kommunikaation.

³ *News*, *News Groups*, *USENET News*: uutisryhmät verkossa ovat aiheittain järjestettyjä artikkeli-, ilmoitus- tai mielipidekokoelmia, joita käyttäjät voivat lukea ja joiden kartuttamiseen he voivat osallistua sähköpostin avulla (Tekniikan sanastokeskus 2002). Artikkeleiden lähettämiseksi noudatetaan tiettyjä sääntöjä eli verkkoetikettiä (netikettiä).

IRC (*Internet Relay Chat*) on tekstipohjainen, usean hengen samanaikaisen kommunikaation mahdollistava, jatkuvasti päivittyvä (reaaliaikainen) viestintäkanava.

FTP (*File Transfer Protocol*) on yleinen tiedonsiirtoprotokolla, jonka avulla voidaan siirtää tiedostoja palvelinten välillä.

⁴ *Weblog*, verkkosivustossa eräänlainen päiväkirja tai ilmoitustaulu, johon kävijät voivat jättää kommentteja ja mielenkiintoisia linkkejä.

Chat tai *webChat*, verkkoympäristössä toimiva, tekstipohjainen, usean hengen samanaikaisen kommunikaation mahdollistava viestintäalusta. Myös ääni-, 3D- ja hahmopohjaisia sovelluksia, katso esimerkiksi *Hotelli Kultakala*: <http://www.kultakala.com/> (viitattu 8.7.2003).

MUD (*Multi User Dungeons*) ja MOO (*Multi User Dungeons, Object Oriented*) ovat tekstipohjaisia virtuaalisia peliympäristöjä, jotka on suunniteltu usean hengen samanaikaiseen käyttöön. Olioperustaisessa (*object oriented*) sovelluksessa käyttäjän on mahdollista ohjelmoida itse uusia huoneita tai kohteita.

MMOG (*Massively Multiplayer Online Game*) ja MORPG (*Massively Multiplayer Online Role Playing Game*) ovat usean pelaajan reaaliaikaisia visuaalisia verkkopeliympäristöjä.

Tutkimuksessa verkkosivut tai verkkosivusto, verkkosivujen kokonaisuus, käsitetään WWW:n kautta saavutettavaksi, yleensä HTML-kieliseen tiedostoon perustuvaksi sisältökokonaisuudeksi. Verkkosivuilla voidaan esittää muun muassa tekstiä, kuvia, animaatioita, ääntä ja videokuvaa sekä linkkejä toisille verkkosivuille. Tekstistä koostuva HTML-tiedosto ei kuitenkaan itse sisällä verkkosivulle kuuluvia kuvia tai ääniä, vaan ainoastaan viittaukset kunkin mediaelementin sisältävään erilliseen tiedostoon. (Tekniikan sanastokeskus 2002.)

Yleensä verkkosivut käsitetään nimenomaan staattiseksi HTML-esitykseksi. Palvelimella ohjelmallisesti muokattavia tai tuotettavia dokumentteja taas kutsutaan dynaamisiksi verkkosivuiksi – tällaisia voivat olla esimerkiksi tietokantaan perustuvat sivustot. Verkkopalveluissa ja -sovelluksissa sivun sisältö perustuu palvelimen tiedostoihin ja tietokannoissa ylläpidettyyn tietoon, ja se koostetaan sovelluksen käyttäjän tarpeiden mukaan aina uudelleen, kuten esimerkiksi lipunmyynnin sovelluksissa. (Heimonen 2002; Heinisuo 2001; P. Kytöharju, henkilökohtainen tiedonanto 6.6.2002.) Tietojärjestelmällä puolestaan tarkoitetaan järjestelmää, jonka tarkoituksena on tietoja käsittelemällä palvella jotakin toimintaa. Tietojärjestelmä koostuu ihmisistä, tiedoista ja niiden käsittelysäännöistä, tietojenkäsittely- ja siirtolaitteista sekä toimintaohjeista. (Tekniikan sanastokeskus 2002.)

Videon ja multimediasisältöjen välittämisestä verkossa on puhuttu muun muassa videoleikkienä, web-videona sekä mediavirtapalveluna (*mediastreaming, streaming media*). Mediavirta tai mediavirtapalvelu tarkoittaa palvelukokonaisuutta, joka koostuu erimuotoisten video-, audio- tai datasisältöjen välittämisestä jatkumoina erilaisissa langattomissa sekä kiinteissä tele- ja tietoverkoissa TCP/IP-protokollan mukaisesti. Mediavirta webissä voidaan suunnata samanaikaisesti yhdelle tai useammalle kuluttajalle suorana (*netcasting, webcasting, multicasting*) tai se voidaan lähettää yhdelle tietylle katsojalle tilauksesta (*on-demand*). Mediavirtaa voidaan vastaanottaa tietokoneella tai millä tahansa päätelaitteella, joka on kytketty Internetiin ja jolla on vastaanottamiseen tarvittava lähetteen purkava sovellus, niin sanottu mediasoitin (*media player*). (Accenture 2001, 15–16.)

Erialaisten päätelaitteiden yleistyessä, median käyttökulttuurien muuttuessa ja kattavien standardien puuttuessa ratkaistavana on se, minkä kanavien kautta tieto- tai viihdepalveluita tarjotaan ja miten niiden tulee olla saavutettavissa. Monikanavajulkaisun, *cross-median* sekä usein myös monimedian termeillä tarkoitetaan saman sisällön jakamista tai samaan tarkoitukseen tähtäävän viestinnällisen sisällön jakamista eri kanavien kautta. Eri medioiden

käyttö ei yleensä ole samanaikaista, mutta kuitenkin käyttäjät haluavat saada saman tiedon eri välineillä kulloisenkin käyttötilanteen mukaan. Pisimmilleen vietynä monikanavajulkaisu kuitenkin tarkoittaa sitä, että vasta kaikkien tarjolla olevien välineiden käytöstä syntyy kokonaisvaltainen elämys. (Kaukomies 2002, 36.)

Tuotannon kannalta sisällön- ja palveluntuottajien sekä jakelijoiden tulisi pystyä muokkaamaan sisällöt ja palvelut juuri kulloiseenkin päätelaitteeseen sopivaksi. Tilannetta mutkistaa se, että verkot ja päätelaitteet usein eroavat tiedonsiirto-ominaisuuksiltaan. (Mt., 37.) Sisältötuotannon liiketoiminnan kannalta oleellista on tutkia loppuasiakkaiden pääsymahdollisuudet palveluiden pariin, sillä tämä on ensimmäinen ehto liiketoiminnalle. Monikanavaisen sisältötuotannon katsotaan tarvitsevan yhteistyön voimaa: standardeja tarvitaan sekä tekniikassa että sisällöissä, eivätkä ne synny itsestään, vaan niistä sovitaan. (Sisältötuotantotyöryhmä 2002, 44–45). Internetin käyttöä koskevaa standardointia ja kehitystyötä tekee maailmanlaajuisesti W3C, World Wide Web Consortium⁵, jonka Suomen aluetoimisto avattiin Tampereen teknillisessä yliopistossa toimivan Digitaalisen Median Instituutin yhteyteen syksyllä 2002 (eTampere-toimisto 2002).

Digitaalinen kulttuuri. Järvinen ja Mäyrä (1999, 19) määrittelevät digitaalisen kulttuurin teknologisesti katalysoituihin muutosprosesseihin keskittyväksi näkökulmaksi. Toiminnan tasolla digitaalinen kulttuuri viittaa tottumuksiin ja tapoihin viestiä, olla yhteydessä, tulkita ja rakentaa merkityksiä päätelaitteiden ja tietoverkkojen äärellä. Digitaalisen kulttuurin tutkimus suuntautuu näiden prosessien elämykselliseen luonteeseen sekä niihin rakenteisiin, kehyksiin ja ehtoihin, joissa merkityksenanto tapahtuu. Näin ollen voidaan tutkia myös erilaisia käyttökulttuureita ja -tilanteita sekä näissä vallitsevia informaation organisoinnin ja työstämisen piirteitä. (Järvinen 1999, 10.)

Digitaalisen kulttuurin termin mielekkyyttä Järvinen ja Mäyrä (1999, 17–18) perustelevat sen kulttuurisella erityisisällöllä: tavat kulttuurin uusintamisessa, vastaanotossa, tulkintojen ja merkitystenmuodostuksen kontekstissa muuttuvat verrattuna perinteisiin medioihin ja käytäntöihin. Media sekä siinä tapahtuva kommunikaatio mielletään siis myös kulttuuria konstituivaksi tekijäksi, ei yksin viestinnän välineeksi (Järvinen 1999, 22). Siten esimerkiksi hypermediasovellukset eri alustoilla mahdollistavat uudenlaisten kulttuurin muotojen,

⁵ Lisätietoja W3C:n toiminnasta ja standardeista saa verkko-osoitteesta <http://www.w3c.org/> sekä Suomen paikallistoimistosta osoitteesta <http://www.w3c.tut.fi/> (viitattu 20.1.2003).

käytäntöjen ja kulttuurituotteiden kehittämisen, mutta prosessi elää aiemman kulttuurin rakenteissa ja heijastelee sen historiaa ja jännitteitä (Järvinen & Mäyrä 1999, 21).

Huomattavaa myös on, ettei medioitunut kokemus koskaan vastaa tosielämän kehollista kokemusta tai korvaa sitä (Hurme 1992, 127; Jones 1999, 9; Järvinen 1999, 11), sen sijaan se lisää kokemusten kirjoa. Fornäs (1998, 230) purkaa jakoa virtuaalisen ja todellisen välillä huomauttamalla, ettei virtuaalisuus rajoitu tietokoneistettuun viestintään, vaan mediat ovat aina tarjonneet kuviteltuja tiloja, joihin on ollut mahdollista samaistua. Toisaalta myös tekstuaalinen välittyneisyys sisältyy kaikkeen vuoropuheluun. Fornäsin sanoin digitaalinen viestintä tematisoi uudelleen eli lausuu julki fyysisen ja aistimellisen ruumiin, sillä kaikki vuorovaikutus ja kerronta edellyttävät (kuvittelevien ja kuviteltujen) subjektien tunnistettavaa ruumiillistumaa. Teknologioiden avulla mediavälitteisen läsnäolo voidaan ehkä ulottaa ruumista kauemmaksi, mutta viestintätilanne tapahtuu kuitenkin aina omilta jalansijoilta. (Mt. 1999, 42–45.) Toisin kuin 1990-luvun uuden mediakulttuurin ja virtuaalisuuden tutkijat, jotka Järvisen ja Mäyrän (1999, 20) mukaan kritisoivat humanistista ihmiskuvaa osallistumalla ihmisen ja koneen välisen rajan hämärtämisen projektiin käsittäen teknologian ihmisen laajennuksina, ja Tomperin (2000, 15–18) mukaan sitoutuvat jopa transhumanistiseen filosofiaan, käsittävät ihmisen erillisenä teknologiasta ja tarkastelun siis digitaalista kulttuuria perinteisen humanistisista asemista.

Slevinin (2000, 55) mukaan Internetin vaikutusta elämään ei voida arvioida vain verkkokokemuksen tai -sisällön perusteella. Digitaalisen kulttuurin tutkimuksessa tulisi ottaa huomioon sosiaalinen konteksti eli vuorovaikutuksellinen kehys sekä tapa, jolla informaatiota ja muuta symbolista sisältöä tuotetaan ja vastaanotetaan. Myös Suominen (1999) nostaa kulttuurisessa tarkastelussa päätelaitteen tai jakelukanavan sijaan keskeisiksi kysymyksiksi käytön erilaiset kontekstit. Jo tekniikka katsotaan ensisijaisesti kulttuurisesti, historiallisesti ja sosiaalisesti rakentuneeksi, jolloin materiaalisen ulottuvuuden lisäksi voidaan tarkastella metaforisia ulottuvuuksia, esimerkiksi vallan tai identiteetin rakentumista. Kulttuurintutkimus on siten näkökulma, jossa huomio kohdistetaan merkityksiin, identiteetteihin ja suhteisiin sekä näiden tuottamiseen erilaisissa symbolisissa verkoissa ja tulkintayhteisöissä. Merkityksen tuottamiseen ja tulkintaan liittyvät kysymykset kytkeytyvät esimerkiksi työpaikoilla hyvinkin käytännöllisiin tietotekniikan käyttötapoihin ja myös aktivoituvat niissä, minkä vuoksi niitä voidaan tutkia kulttuurisesti (Fornäs 1999, 35).

Vuorovaikutteisia hypermediasovelluksia voidaan Internetin kautta käyttää myös laajemmin tietokonevälitteisen sosiaalisen todellisuuden alustana, jolloin tarkastelun kohteena ovat viestinnän diskursiiviset ja kanssakäymiseen liittyvät puolet. Verkkojen varaan voi rakentua löyhiä ihmisverkostoja, valikoivaa yhteisyyttä, jopa digitaalista yhteisöllisyyttä sekä vaihtoehtoisia julkisia sfäärejä⁶ tai kokonaisia yhteiskunnalliseen muutokseen tähtääviä vastakulttuurisia liikkeitä⁷ (Fornäs 1999, 46; Mäyrä 1999, 107). Tietokonevälitteinen media voi palvella valtaa, jos se organisoidaan sitoutumaan subjektien toiminnan ennalta ohjelmoituihin rakenteisiin siten, että se estää muutosta ja vahvistaa olemassa olevia hierarkioita. Sitä voidaan kuitenkin käyttää myös elämismailmaan perustuvaan itsereflektioon⁸, joka kasvattaa yksilöiden ja ryhmien kykyä vastustaa valtaa ymmärtämällä sen toimintamekanismeja ja ottamalla osaa yhteiskunnalliseen kehitykseen. (Fornäs 1998, 86, 1999, 42.)

⁶ Julkisella sfäärillä Fornäs (1998, 104) viittaa avoimeen, kaikkia koskevaan kommunikaatioon, johon kenellä tahansa tulisi olla mahdollisuus ottaa osaa ja jossa uusia teemoja tulisi voida nostaa esiin milloin tahansa. Julkisen sfäärin teorian kehitti Jürgen Habermas 1960-luvulla Immanuel Kantin ajatusten pohjalta. Julkisen ja yksityisen moderni vastakkaisuus kehittyi vuoropuhelussa teollistumisen kasvun sekä työväenluokan ja modernin valtion kehittymisen myötä. Julkinen sfääri tuli näkyviin kansalaisyhteiskunnan kollektiivisesti kommunikatiivisena osana, joka olennoi elämismailman institutionaalisia aspekteja. (Fornäs 1998, 104.)

Julkinen sfääri on jaettavissa poliittiseen ja kulttuuriseen haaraan, jotka toimivat välittäjinä elämismailman yksityisen intiimin sfäärin sekä elämismailmasta eriytyneen kahden systeemin, talouden ja valtion välillä. Poliittinen julkinen sfääri liittyy valtioon, kulttuurinen tutkiskelee myös markkinoita. Julkisen sfäärin muodostaa erityinen joukko elämismailman instituutioita, joiden avulla diskursiiviset yhteisöt tai yhteisölliset muodot järjestetään. Todellisuudessa julkiset sfäärit luovat omat ryhmänsä ja rajansa. Julkisissa diskursseissa taas ymmärtämiseen tähtäävä kommunikatiivinen toiminta on aina sekoittunut strategiseen toimintaan, joka tähtää onnistumiseen toisia manipuloimalla. (Mt. 1998, 104–108.)

⁷ Fornäs (1998, 109) katsoo julkisen sfäärin organisaation kapitalistisessa, porvarillisessa, patriarkalisessa ja eurosentrisessä modernissa ratkaisevasti vääristyneeksi, mikä puolestaan on synnyttänyt 'vastajulkisuuden sfäärejä'. Nämä ovat yhteiskunnallisten liikkeiden synnyttämiä institutionaalisia järjestelyjä, jotka arvostelevat hallitsevaa julkista sfääriä ja kokeilevat vaihtoehtoisilla organisatorisilla, poliittisen keskustelun, informaation vaihdon ja kulttuurisen toiminnan rakenteilla. Vastajulkisuuden sfäärit liittyvät vastaliikkeisiin ja vastakulttuureihin poliittisilla ja kulttuurisilla alueilla vaihtoehtoisesti rakentuneina organisatorisina koneistoina ja institutionalisoituina verkostoina. Liikkeet ovat siten kollektiivisia muodostelmia, jotka puuttuvat epätyytyttäviin asiantiloihin tekemällä valtarakenteita näkyviksi ja pyrkimällä horjuttamaan niitä (Mt. 1998, 101–103).

⁸ Itsereflektiossa yksittäiset subjektit tai sosiaaliset ryhmät peilaavat identiteettejään erilaisin tavoin käyttäen fyysisiä peilejä sekä symbolisia ilmaisuja heijastamaan subjektipositiotaan. Fornäs (1998, 252–253) erittelee myöhäismodernin refleksiivisyyden neljään tyyppiin: itserefleksiivisyyteen, tekstuaaliseen refleksiivisyyteen eli tekstien itseensäviittaamiseen, teoreettiseen refleksiivisyyteen eli tieteen lisääntyvään itsetietoisuuteen, sekä arkielämän refleksiivisyyteen, jossa arjen vuorovaikutus elämismailman piirissä sisältää peilaamisen akteja. Modernin vaiheita kuvatessaan Fornäs (1998, 54) nostaa esiin myös Ulrich Beckin käsitteen 'refleksiivinen modernisaatio', jolla viitataan sekä esimodernin jäänteiden että modernin prosessin kyseenalaistamiseen ja kritiikkiin. Itsekritiikki kohdistuu eritoten teollisten teknologioiden riskejä kohtaan.

Refleksiivisyys ei välttämättä ole tietoista älyllistä peilaamista. Kriittinen itserefleksiivisyys edellyttää ajattelevien ja toimivien subjektien lisäksi myös julkisia sfäärejä, jotka tarjoavat sekä viestinnällisiä välineitä symbolisille muodoille että tilaa vuorovaikutukselle toisten kanssa ja heitä vastaan. (Mt. 1998, 253–254.)

Tomperi (2001, 20) kyseenalaistaa aloitteellisen toimijuuden argumentin kuvaamalla sitä retoriseksi keinoksi, joka saa humanistitkin nielaisemaan tekno-optimismin syötin. Slevin (2000, 26) tuo niinkään esiin Internet-välitteisen teknologian käyttöönotossa yksilötasolla voimaantumisen ongelmat. Vaikka tietoon pääsy ja päätöksentekoprosessien avaaminen voimistavat tietoisuutta toimintamahdollisuuksien rajoista, kansalaiset eivät ehkä osaa toimia ilman voimaantumista viestintätaidoissa (vrt. Viherä 1999). Tällöin tarkoitettujen ja tarkoituksettomien seuraamusten lomittuminen edesauttaa sosiaalisen elämän pirstaloitumista ja epäonnistumiset henkilökohtaisen kokemusten rekonstruoinnissa ja yhteensovittamisessa lisäävät ahdistusta. ”Kansalais-optimismin” nimissä haluaisin kuitenkin uskoa viestintävalmiuksien kasvattamisen kautta fornäsläiseen näkemykseen vastuullisten toimijoiden itseymmärryksen lisääntymisen mahdollisuuksista ja kyvystä muotoilla omaa tulevaisuuttaan sekä habermaslaisittain ihmisten kykyyn tulkita olevaa ja myös torjua sitä (ref. Fornäs 1998, 115). Toisin sanoen kallistuisin Fornäsin (1998, 46) näkemykseen, että ”[m]odernisaatio synnyttää myös vahvoja vastavoimia, jotka muokkaavat moderneja oloja, mutta eivät voi päästä niitä pakoon.”

Slevin (2000, 56) kaipaa näkökulmaa siihen, kuinka verkottunut todellisuus vaikuttaa yksilöiden päivittäiseen eloon ihmisten yhteenliittymisen ja organisaatioiden uusien muotojen lisäksi luomalla uudenlaista julkisuutta, johon olennaisesti liittyy viestinnän globalisoituminen. Fornäs (1998, 12, 252–268) korostaa kulttuurin merkitystä kommunikatiivisena prosessina, jossa kulttuuri medioituu eli on lisääntyvästi mukana identiteetin rakentamisessa, ja media kulturalisoituu sekä toimii merkittävänä tekijänä refleksiivisyyden ja itseensäviittaavuuden kasvussa. Myöhäismodernissa kulttuurissa radikaalisti voimaperäistynyt yksilöllistyminen ja refleksiivisyys, eli kasvava tietoisuus identiteetin kulttuurisista aspekteista, voimistaa tarvetta peilata yksilöllisiä tai kollektiivisia, subjektiivisia, sosiaalisia tai kulttuurisia identiteettejä ympäröivien toisten käsitteissä, reaktioissa, kuvissa ja mediateksteissä. Medioituminen on refleksiivisyyden yksi puoli, joka merkitsee pelaavan median kasvavaa läsnäoloa arjessa. (Fornäs 1998, 62–63, 252, 258, 1999, 30.) Myös Slevin (2000, 56) katsoo Internetin vaikuttavan kulttuurisen muutoksen uutena toiminnallisena luokkana, joka kasvattaa kulttuurin medioitumista sekä haastaa avoimuuden ja näkyvyyden hallinnan tavat.

Fornäsin (1998, 116–117, 119–120) mukaan modernisaation erilaistumisprosessit ovat hajauttaneet julkisen ja yksityisen joukoksi alafäärejä, jotka ovat julkiselta luonteeltaan eri

asteisia. Media ei ole pyyhkäissyt julkista ja yksityistä olemattomiin, vaan paremminkin vaikeuttanut selkeän eron näkemistä yksityisten ja julkisten vyöhykkeiden ja paikkojen välillä. Kulttuuriset käytännöt puolestaan ylittävät aina julkisen ja yksityisen välisiä rajoja ja antavat näiden kahden vaikuttaa toisiinsa. Jonkin tekeminen julkiseksi on nimittäin aina yksityisten kokemusten esittämistä avoimella areenalla. Kuten merkitysvälitteisen viestinnän mekanismit avaavat yksilöiden tai yhteiskuntaryhmien horisontteja ja konteksteja toistensa suhteen ja liittävät ne modernin yhteiskunnan elämismaailmaksi⁹, kutovat viestinnälliset verkostot yhteen erilaisia julkisia alafäärejä moderniksi julkiseksi sfääriksi, joka on moniaineksinen ja pitkälti median välittämä.

Tarkka luonnehtii uusiutuvaa mediakulttuuria laajemmin prosessina, jossa kulttuuri, talous ja tekniikka kietoutuvat yhteen. Mediakulttuuri liittyy kehityskulkuun, jossa myös markkinat kulttuuristuvat ja kulttuuri markkinaistuu. (Tarkka 2002b, 20–21.) Fornäs (1999, 39–40) kytkee fragmentoitumista aiheuttavat suuntaukset, yhteiskunnalliselle ja poliittiselle keskustelulle syntyneet uudet kontekstit erilaisilla julkisilla osa-areenoilla sekä kulttuuriteollisuuden yhä pienemmille kuluttajaryhmille kohdentamat mediatuotteet, yksilöllistymisen ja valintaistumisen prosesseihin. Yksilölliset identiteetit ja elämäntyylit koetaan yhä useammilta puoliltaan riippuvaisiksi omista valinnoista, eritoten kulutusvalinnoista, mikä puolestaan kiihdyttää elämismaailman kolonisointia. Fornäs (1998, 88–89) katsookin talouden ja valtiokoneistojen eriytyneen elämismaailman virrasta ja haastavan symbolisia järjestyksiä. Dystopiana talouden ja valtion kaksoissysteemi kolonisoii elämismaailmaa kaupallistumis- ja byrokratisoitumistendensseillään, jolloin valta, raha ja kulutusvalinnat syrjäyttävät symbolisen, vuorovaikutteisen viestinnän tiedon, normien ja identiteettien kehittymisen alueilta. Emansipatorinen puoli taas liittyy kasvavaan kommunikatiiviseen kompetenssiin ja rationaalisuuteen, vastainstituutioiden perustamisen ja elämismaailman läpinäkyvyyden mahdollisuuksiin (Mt. 1998, 92–93, 259, 261–262).

⁹ Elämismaailman (*lebenswelt*) käsite juontuu fenomenologiasta, ja sitä on kehitetty yhteiskuntatieteen ja hermeneutiikan piirissä. Elämismaailmalla tarkoitetaan inhimillisen ajattelun ja toiminnan horisonttia tai kätkeytyä kontekstia. Tulkintoja tehdessään ihmiset erittelevät havaintojaan 'maailmasta', kun taas elämismaailma on väistämättä annettua. Se merkitsee ilmaisen sanatonta ja tiedostamatonta perustaa, joka muodostuu esiyymmärryksestä sekä joukosta ennako- ja perikäsityksiä. Nämä symbolisesti järjestyneet tulkintamallien varastot rakentuvat kielelle ja kulttuurille ja välittyvät kulttuurisesti tradition kautta. Elämismaailma ei ole vain rajoite, vaan myös resurssi, jota täytyy jatkuvasti uusintaa. Se koostuu tietovaraston, yhteiskunnan ja yksilön osatekijöistä, jotka ovat kytköksissä toisiinsa arkikielen ja muiden symbolisten muotojen jakamisen kautta. (Fornäs 1998, 87–88.)

Fornäs (1999, 36–37) korostaa, että vaikka informaatioteknologioiden kehitys on alusta saakka ollut teknologisten, poliittisten ja taloudellisten imperatiivien motivoimaa, ovat sitä yhtä lailla hallinneet kulttuuriset osatekijät: leikilliset ja tyyllittelevät alakulttuurit, esteettiset halut ja intertekstuaaliset vaikutteet muista kuvataiteen, musiikin ja kirjallisuuden lajityypeistä. Jos kulttuuri ryhdytään mieltämään kehitykseen tähtäävien tavoitteiden yhteiskunnalliseksi perustaksi strategioiden, rahan ja teknokratian näkökulmasta, yhteiskunnan kulturalisoitumisen prosessi kohtaa kulttuurin välineellistämisen prosessin ja kulttuurille oleellinen merkitysten tuottaminen prosessit saatetaan kadottaa. Täten on hyvinkin motivoitua tutkia miten suhteita, identiteettejä, yhteisöjä, merkityksiä, arvoja ja normeja muodostetaan myöhäismodernin kulttuurin julkisissa sfääreissä. Fornäs (1998, 21–24, 27–30, 1999, 37) kuuluttaa digitaalisen kulttuurin ilmiöihin kohdistuvaa kulttuurintutkimusta, joka hyväksyy lähtökohdakseen arkielämän monimutkaisuuden ja ristiriitaisuuden, yhdistää ymmärtämisen ja selittämisen, kriittisen teorian¹⁰ ja hermeneutiikan – sekä moniulotteisen ja kommunikatiivisen kulttuuriteorian luomisen.

Vaikka puhe digitaalisesta kulttuurista saattaa olla välivaihe ennen mediamuodon integroitumista osaksi arkipäiväisten käytäntöjen verkkoa (Fornäs 1999, 32–33; Järvinen & Mäyrä 1999, 18), digitaalisen median rakenne ja sille rakentuvat viestinnälliset mahdollisuudet sekä niiden toteutuminen erilaisissa digitaalisen kulttuurin muodoissa muodostavat tutkimukseni olennaiset sisällölliset ulottuvuudet. Näiden kuvausten ja teorioiden kautta pyrin hahmottamaan teemat, joiden avulla luotaan taideinstituutioiden toimijoiden suhtautumista digitaaliseen mediaan.

Mielestäni digitaalisen kulttuurin näkökulma ei suppeassa muodossaan kuitenkaan kata digitaalisen median käyttöön liittyviä kulttuurisia piirteitä tai käytäntöjä tutkimustehtävieni

¹⁰ Fornäs (1999, 31) luonnehtii kulttuurintutkimusta luonteeltaan kriittiseksi Frankfurtin koulukunnan harjoittamasta kriittisestä teoriasta lähtien. Grossberg (1995b, 21) sijoittaa kriittisen teorian ytimeen havainnon, että valta tuottaa kokemuksen ja tämän vuoksi sitä, mikä on kaikkein ilmeisintä, kaikkein vähiten kyseenalaista, kyllästävä aina myös vahvimmat valtasuhteet. Fornäsin (1998, 27–29) mukaan kriittisen teorian tehtävänä on arvioida yhteiskunnan vahvoja ja heikkoja puolia sekä pyrkiä erottamaan autoritaariset ja emansipatoriset taipumukset toisistaan. Tällöin kulttuurintutkimuksessa kriittisen teorian harjoittaja ottaa etäisyyttä kritiikin kohteesta, erottelee kulttuurin puutteita ja vaillinaisuuksia (hakeutuen näin vastarinnan positioon) sekä suuntautuu kulttuurisista oloista kohoavia harhaanjohtavia käsityksiä vastaan. Kulttuuriteorian näkökulmasta kriittisen ja tulkitsevan tutkimuksen vastakkaisuus tulisi siis ylittää. Kritiikin tulisi olla immanenttia, eli sen tehtävänä on Paul Ricoeurin hermeneutiikkaa mukaillen kohdettaan ymmärtämällä paljastaa sen ristiriitoja ja näin saada otetta kyseenalaistetusta ilmiöstä. Tässä kohteena ymmärtäminen ei kuitenkaan merkitse sen hyväksymistä tai siitä pitämistä. Ymmärtäminen katsotaan välttämättömäksi, sillä kriittinen teoria, joka ei hyväksy toiseutta, tahtoo kääntyä totalitaariseksi dogmatismiksi.

vaatimassa laajuudessa, sillä katson merkitykselliseksi myös taideinstituutioiden digitaalisen kulttuurin käytäntöihin nivellyvän, verkkojen ulkopuolisen toiminnan sekä sen historialliset ja poliittiset ehdot. Minua kiinnostavat siten laajemmin ne prosessit, jotka kytkeytyvät digitalisoitumiseen, verkossa tapahtuvaan viestintään ja kehittyvään digitaaliseen kulttuuriin taideinstituutioiden arjessa. (Tämän lisäksi haluan myös selvittää, mistä ”kulttuuri” käsitteessä ”digitaalinen kulttuuri” juontaa.) Sen vuoksi lähestyn digitaalisen median käyttöä ja digitaalista sisältötuotantoa kulttuurintutkimuksen näkökulmasta ja tarkastelen ilmiökenttää humanistis-yhteiskuntatieteellisen linssin läpi.

1.4 Kulttuurintutkimuksen lähestymistapa

Nykymuotoisen kulttuurintutkimuksen synty paikallistuu sosialistisen humanismin edustajien, Raymond Williamsin, E. P. Thompsonin ja Richard Hoggartin keskusteluihin perinteisen marxilaisen, kirjallisuustieteellisen ja historiallisen tutkimuksen kanssa 1960-luvun taitteessa (Grossberg 1995a, 172, 180). Grossberg (1995a, 172–173, 176–178, 185) kuvaa kulttuurintutkimuksen kehitystä avoimeksi ja jatkuvaksi teoreettiseksi kamppailuksi, jossa kulttuurintutkimus pyritään määrittelemään uudelleen kulloinkin kohdattujen historiallisten kysymysten pohjalta. Tällaisia olivat 1950-luvulla joukkoviestinnän rationalisoituminen, kapitalisoituminen ja teknologisoituminen, jotka mahdollistivat massakulttuurin synnyn. Toisaalta marxilaisen vasemmiston poliittinen ja teoreettinen epäonnistuminen synnytti uusvasemmiston. Kiihtyvässä ja moninaistuvassa länsimaisessa modernisaatiossa, jota Fornäs (1998, 51–54) kutsuu myöhäismoderniteetiksi, globalisoitumiskehitys vähensi kansallisvaltioiden taloudellista ja poliittista painoarvoa, palvelusektori kasvoi maataloutta ja teollisuutta tärkeämmäksi työllistäjäksi ja yhteiskunnan luokkarakenne osin purkautui. Elintason nousun, vapaa-ajan lisääntymisen ja yleisen medioitumisen seurauksena kulttuurisesta ulottuvuudesta ja kulttuurituotteiden kulutuksesta tuli uudella tavalla keskeisiä ilmiöitä elämäntavoissa. (Sevänen & Turunen 1994, 15.)

Oppialana ja intellektuaalisena positiona kulttuurintutkimus kehittyi humanistisen marxismin (jota Hall kutsuu Grossbergin mukaan kulturalismiksi, ks. myöhemmin) ja Althusserin strukturalistisen ja antihumanistisen marxismin vastakkainasettelusta Birminghamin Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen (Centre for Contemporary Cultural Studies) tutkijoiden töissä 1960-luvulta eteenpäin. Tuolloin uusia kysymyksenasetteluja herättivät joukkotiedotuksen ideologiset funktiot sekä vastarintaan asettuvat alakulttuurit. Pyrkimyksenä oli eri oppialojen – kirjallisuudentutkimuksen, antropologian ja sosiologian – välisen

tutkimuksen kehittäminen, jotta voitaisiin tarjota uusia näkemyksiä kulttuurin ja yhteiskunnan suhteista. 1970-luvulla kulttuurintutkimukseen vaikuttivat merkittävimmin feministinen teoria asettamalla kysymyksen representaation suhteesta valtaan (Sevänen & Turunen 1994, 26) ja korostamalla identiteetin historiallista rakentumista. Poliittisesti uusoikeiston nousu johti itsestään selvinä pidettyjen hallinnan ja vastustamisen tapojen purkamiseen. Kulturalismin ja strukturalismin välimaastoa luodattiin diskurssiteorioilla, joissa luettiin Althusserin ideologiateoriaa Foucault'n valtateorian kanssa derridalaisen merkitysprosessin ja subjektivoinnin hajautumista koskevan teorian läpi. Kulturalismissa asetuttiin vastustamaan ideologian, jälkistrukturalismin ja lacanilaisen psykoanalyysin yhdistämistä. Gramskilaisen ei-reduktionistisen marxismin position kautta kulttuurintutkijat eivät hylänneet materialistista problematiikkaa, kuten jälkistrukturalistit, psykoanalyytikot ja diskurssiteoreetikot, vaan kiinnostuivat historiallisten kontekstien ja muodostumien ymmärtämisestä. 1990-luvun alun tutkimuksissa esiin nousivat erilaiset tulevaisuuden uhkakuvat ja tutkimuskäytännöissä lisääntyvä itsetietoisuus. Teoreettisesti kulttuurintutkimus ajautui vastakkain Baudrillardin, Lyotardin, Virilion ja muiden postmodernin teoreetikkojen kanssa. Kulttuurintutkimus myöskin moninaistui, ja kulttuurintutkimuksen termillä viitattiin yhä useammin koko kriittisen teorian kenttään. (Grossberg 1995a, 172, 178–179, 181–184, 192, 208–209.) Nykymuotoista kulttuurintutkimusta voidaankin luonnehtia risteysasemaksi, jossa eri tieteenaloilta ja erilaisia käsitteitä käyttäen on päädytty jaettuun käsitykseen siitä, että kulttuurisia jäsennyksiä ja merkitysjärjestelmiä on hyödyllistä tarkastella sekä toimijoiden että rakenteiden näkökulmasta suhteessa historialliseen ja yhteiskunnalliseen kontekstiinsa (Alasuutari 1993, 55; Sevänen & Turunen 1994, 23).

Kulttuurintutkimuksessa minua sytyttää sitoutuminen intellektuaalisiin strategioihin, joissa tiedontuotannon poliittisuus, teoriaan sitoutuminen, kontekstin analysointi sekä käytäntöjen kontekstuaalisiin suhteisiin niveltymisen (*articulation*) teoria nostetaan keskeiseen asemaan. Harvempi tutkimus kuitenkaan kykenee tai edes pyrkii täyttämään kaikkia näitä vaatimuksia, mutta jokaisessa kulttuurintutkimuksessa oletettavasti korostuu kytkös kulttuurin ja vallan teemoihin. (Grossberg 1995b, 15–17; Sterne 1999, 261.) Sternin (1999, 260) tavoin olen taipuvainen ajattelemaan, että kulttuurintutkimuksessa on ennemminkin kyse tutkimusorientaatiosta. Minulle kyseiset strategiat merkitsevät uudenlaisen mielekkyyden saavuttamista tutkimuksen tekemisessä: kurkotan kohti käsillä olevia reaali maailman asioita historiasta käsin, oman tutkijapositioni ja esiolettamukseni tunnistaen.

Tiedontuotannon poliittisuus. Kulttuurintutkimuksessa kaikki tiedontuotanto katsotaan sisäsyntyisesti poliittiseksi. Tutkimuksen tekemisessä tämä merkitsee sitä, että tutkija tiedostaa oman työnsä, muiden työn sekä itse aiheenvalinnan poliittisen luonteen. Olennaista on myös omien kokemusten, näkemysten ja esioletusten tunnistaminen eli tutkijaposition julkituonti, jolloin myös tutkimusstrategialle on ominaista, että tutkija itse asettuu osaksi analyysiä. Tutkimuskohteen valinnassa ihanteena on kohteen soveltuminen poliittiseen interventioon. (Sterne 1999, 261.) Intervention ideana on parhain saatavilla olevin intellektuaalisin resurssein pyrkiä ymmärtämään paremmin valtasuhteita tietyssä kontekstissa. Kulttuurintutkimus sijoittaa siten kaiken valtasuhteisiin, mutta olettaa, etteivät reaaliset suhteet ole kuitenkaan välttämättömiä. Dekonstruoimalla ja rekonstruoimalla valtasuhteita analyytikko luovii läpi erilaisten artikulaatiokäytäntöjen ja puuttuu intellektuaalisesti pohjalta perustalta kontekstien ja vallan muotoutumiseen. Interventionistisuuteen kuuluu usko siihen, että ihmisten on tiedon avulla helpompaa muuttaa kontekstia ja sitä kautta valtasuhteita. Toisin sanoen pyrkimyksenä on sijoittaa teoria käytäntöön tietyssä ajassa ja paikassa, jotta ihmiset voisivat toimia strategisemmin – tavoilla, jotka muuttavat kontekstia parempaan suuntaan. (Grossberg 1995b, 18–20, 1995c 142; Sterne 1999, 261–262.) Toimijoilla merkitysmaailmoineen nähdään siis oma roolinsa siinä, millaisiksi yhteiskuntarakenteet muotoutuvat ja miten ne muuttuvat (Alasuutari 1993, 38).

Teoriaan sitoutuminen. Kulttuurintutkimus antaa historiallisen kontekstin asettaa kysymykset eli sen toimintatapoihin kuuluu kontekstuaalisten teorioiden rakentaminen. Kulttuurintutkimus tuottaa tietoa käyttämällä teorioita voimavaroina, artikuloimalla niitä uudelleen ja rakentamalla strategisia teoreettisia muodostumia, jotka sopivat sen kulloiseenkin projektiin. (Grossberg 1995b, 18–19.) Grossbergin (1995b, 17) mukaan nimenomaisesti tämä kontekstin ja teorian välinen kytkös määrittää kulttuurintutkimuksen mahdollisuuksia ja erityisyyttä intellektuaalisena käytäntönä. Teorioista etsitään uusia, tehokkaampia tapoja kuvata kohdetta ja konstruoidaan uuden kuvauksen tuottamiseen soveltuva, selittävä viitekehys. Tutkimusote ei ole niinkään teoriaa tuottava, sen sijaan teoriaa käytetään keinona paremman selityksen tuottamiseen kulttuurisen ilmiön ulottuvuuksista. (Mt. 1995b, 18–19; Sterne 1999, 264.) Etenkin uusien, vielä kartoittamattomien ilmiöiden kohdalla lähestymistapa lienee perusteltu.

Kontekstin tuottaminen. Kulttuurintutkimuksessa ollaan ensikädessä kiinnostuneita kulttuurisista käytännöistä, mutta vain kulkutienä kontekstiin, jonka yhtenäisyyttä ja

erityisyyttä elettyinä ympäristönä käytännöt tuovat esiin (Grossberg 1995b, 17). Toisin sanoen kulttuurintutkimuksessa ei ole niinkään kyse tekstien tulkinnasta kuin kontekstin tuottamisesta tutkittavalle käytännölle tai ilmiölle. Tarkoituksena on selvittää kuinka merkityksenannon mahdollisuudet ovat organisoituneet. Näin haetaan rikkaampaa kulttuurisen ja poliittisen elämän ymmärrystä. (Sterne 1999, 262.) Alasuutari (1993, 38) kuvaa selittämisen tapaa paikalliseksi selittämiseksi, jossa selitysmallien ei oleteta esittävän universaaleja lainalaisuuksia, vaan todellisuus käsitetään historiallisesti ja kulttuurisesti ehdollisesti rakentuneeksi. Niinikään Fornäs (1998, 14) painottaa, että kulttuuriset ilmiöt ovat useiden luontoon, materiaan, teknologiaan, sosiaalisiin instituutioihin sekä taloudellisiin ja poliittisiin järjestelmiin liittyvien tekijöiden, syiden sekä sfäärien määrittämiä (kulttuurisilla ilmiöillä on *juurensa*), ja samalla kulttuuriset ilmiöt tuottavat näihin vaikutuksia (niillä on myös *reittinsä*). Johdatuksena kulttuurisille käytännöille konkreettisissa historiallisissa tilanteissa ja aktuaalisessa ympäristössä, eli digitaalisen median käytölle tämän päivän tamperelaisissa taideinstituutioissa, valotan digitaalisen median käytön sekä taideinstituutioiden toiminnan poliittisia ja historiallisia ehtoja tietoyhteiskuntakeskustelun kontekstissa.

Käytäntöjen kontekstuaalisiin suhteisiin niveltymisen teoria. Kulttuurintutkimus ei ota kohteitaan annettuina, vaan konstruoituina, jolloin tarvitaan teoriaa siitä, kuinka ilmiöt nivELYVÄT toisiinsa (Sterne 1999, 263). Niveltymien eli artikulaatio viittaa sanottujen elementtien järjestykseen, jossa niiden merkitykset tuotetaan, sekä prosessiin, jossa itse järjestykset tuotetaan (Sterne 1999, 263). Grossberg (1995b, 22) korostaa, että sekä tekstit että yleisöt itse sijaitsevat ja tulevat artikuloituiksi laajemmassa artikulaatioiden kontekstissa, jotka määrittävät kaikkien kulttuuristen käytäntöjen vaikutuksia. Tämän vuoksi on kehitettävä artikulaation käsitettä sekä teoriaa artikulaatiosta suhteiden tuottamisena. Arkielämän tasolla Grossberg (1995b, 23) pyrkiikin kartoittamaan linjoja, joita pitkin kulttuuriset käytännöt leviävät, sijoittuvat ja liittyvät toisiinsa, sillä käytäntöjen jakautuminen määrittää sosiaalisten ryhmien toisistaan poikkeavia mahdollisuuksia toimintakykyisyyden saavuttamisessa. Kulttuurinen muutos puolestaan edellyttää artikulaatioiden purkamista ja uudelleen niveltämistä; artikulaatioiden osoittaminen on täten vain lähtökohta tutkimukselle (Sterne 1999, 263). Pyrinkin palauttamaan havainnot taideinstituutioiden arjesta takaisin institutionaalisen sfäärin tasolle osin valtion ja talouden määrittämän sisältötuotannon näkökulman kautta.

Näiden strategioiden valossa tutkimukseni ei arvattavastikaan nojaa kulttuurin aatteisiin samastavaan idealistiseen traditioon (Hall 1992, 68) eikä 1700-luvulta periytyvään sivilisaation huippuihin vetoavaan elitistiseen (Mt. 1992, 68), esteettiseen (Fornäs 1998, 167) ja hierarkkiseen (Alasuutari 1993, 39) käsitykseen, jossa kulttuuri koostuu kauneimmasta taiteesta sekä parhaan ajatellun ja sanotun summasta, ja jolle ominaista on jako korkeakulttuurin ja (matalan) populaarikulttuurin välillä (Hall 1992, 64, 66). 1800-luvun vertailevassa antropologiassa vakiintuneella kulttuurin määritelmällä taas viitataan elämänmuotoon tai elämäntapaan (Fornäs 1998, 168; Sevänen & Turunen 1994, 20). Hallin (1992, 67) mukaan antropologinen määritelmä korostaa yhteiskunnallisia käytäntöjä ja niiden keskinäisiä suhteita. Fornäs (1998, 168–169) ja Sterne (1999, 260) tuovat esiin, että tämä kulttuurin laajempi määritelmä kaipaa jo rajausta, jollei tutkimuksen haluta kattavan koko yhteiskuntaa. Kulttuuria onkin lähestytty enenevässä määrin merkityksenannon näkökulmasta, jolloin kulttuuri käsitetään symboliseksi viestinnäksi. Fornäs (1998, 168–169) luonnehtii tällaista myöhäismodernia hermeneuttis-semioottista näkemystä kulttuurista välittäväksi, sillä se korostaa toiminnan, tietoisuuden, subjektiivisen viestinnän, symbolisten muotojen ja sosiaalisten instituutioiden välistä vuorovaikutusta. Kulttuuri määritellään kontekstisidonnaisten luovien käytäntöjen ja järjestyneiden symbolisten muotojen vuorovaikutukseksi, jolloin se laajasti ymmärrettynä kattaa kaiken inhimillisen toiminnan merkitysulottuvuuden. Alasuutari (1993, 41) huomauttaakin, ettei kulttuurintutkimuksen ydin ole tavassa määritellä kulttuurin käsite, vaan yhteiskuntaelämän merkitysvälitteisyyden korostamisessa.

Tarkasteltaessa kulttuurintutkimuksen aiempia vallitsevia paradigmoja, kokemusta korostavaa kulturalistista tai rakenteisiin nojaavaa strukturalistista suuntausta, vaikuttaa siltä, että nykyisessä kulttuurintutkimuksessa (vrt. Fornäs 1998, Grossberg 1995, Hall 1997, Du Gay 1997) pyritään sulauttamaan näiden kahden vahvat puolet. Hall (1992, 66–68, 72–74) kuvaa kulturalistisen paradigman rakentumista E. P. Thompsonin ja Raymond Williamsin viitoittamaa radikaalin interaktionistista tietä, jossa kulttuuri kulkee kaikkien yhteiskunnallisten käytäntöjen läpi ja sukeutuu niiden keskinäisten suhteiden summaksi. Käytännöt ymmärretään inhimillisen toiminnan yleisenä muotona, aistimellisena ja inhimillisenä *praksiksena*, toimintana, jonka kautta ihmiset tekevät historiaa. Kulttuuri määritellään merkityksiksi ja arvoiksi sekä eletyiksi traditioiksi ja käytännöiksi, joissa ymmärtämisen tavat ilmaistaan. Tarkoituksena on ymmärtää, kuinka tiettyinä aikakautena

kaikkien käytäntöjen väliset suhteet eletään ja koetaan kokonaisuutena eli paljastetaan aikakauden kokemisen rakenne.

Strukturalismin lähestymistavassa Hall (1992, 75–77) korostaa Althusserin, ideologioiden ja interventioiden ohella Lévi-Straussin vaikutusta. Saussuren lingvistisen paradigman omaksunut Lévi-Strauss etsi käytäntöjen sisältöjen välisten vastaavuuksien sijaan yhteyksiä käytäntöjen muotojen ja rakenteiden välillä ja käsitteellisti kulttuurin ajatteluun ja kieleen kuuluviksi kategorioiksi sekä viitekehyksiksi, joita käyttämällä erilaiset yhteisöt luokittelevat olemassaolonsa ehdot. Tapa jolla kategoriat ja mentaaliset viitekehykset tuotetaan ja muokataan kytkeytyi merkitysten tuottamiseen merkintäkäytäntöinä. Merkintäkäytäntöjen kategoriat puolestaan tuotettiin sisäisissä suhteissa ja kulloisessakin järjestyksessä. Kun kulturalistit määrittelevät tietoisuuden ja kulttuurin muodot kollektiivisiksi, strukturalistien mukaan puhetta ja ajattelua ohjaavat kategoriat ovat tiedostamattomia rakenteita, joiden kautta subjekti tulee puhutetuksi. Strukturalismissa ihmisiä ei siis nähdä omaa historiaansa luovina aktiivisina toimijoina, vaan rakenteiden kantajina ja niiden asemoimina ja puhuttamina subjekteina. Kokonaisuuden strukturalismi hahmottaa käytäntöjen välisinä eroina ja rakenteen ykseyden välttämättömänä kompleksisuutena. (Mt. 1992, 77–82).

Hall (1992, 79, 86) toteaa, etteivät kulturalismi tai strukturalismi riitä itsenäisinä paradigmoina yritettäessä tehdä kulttuurintutkimuksesta käsitteellisesti selkeää ja teoreettisesti asiansa hallitsevaa tutkimusalaa. Hall (1992, 79–82) palaa Marxin väitteeseen: ”[E]llei voida dialektisesti pitää kiinni analyysin molemmista puolista – siitä että ’ihmiset tekevät historiaa ehtojen vallitessa, jotka eivät ole heidän tekoaan’ – lopputulos on väistämättä naiivia humanismia.” Ihmisten kyky tulla tietoisiksi omista olemassaolon ehdoistaan, mahdollisuus organisoitua taistelemaan niitä vastaan ja muuttaa niitä ei saa kumota tietoisuutta siitä, että kapitalismissa ihmiset asetetaan jatkuvasti suhteisiin, jotka konstituoivat heidät toimijoina. Hall (1992, 81–82) katsoo, että ajatusta kompleksisesta kokonaisuudesta, ’ykseydestä-eroissa’, voidaan työstää esimerkiksi kohti artikulaatioiden tutkimusta, jolloin käytäntöjen erityisyyttä voidaan tarkastella yhdessä kadottamatta otetta käytännöistä muodostuvasta kokonaisuudesta. Nykyteorioissa artikulaatio eli käytäntöjen niveltymisen toisiinsa onkin keskeisellä sijalla.

Myöhemmässä tuotannossaan Hall (1997, 1, 3–4) kuvaa merkityksentuottamisen ja vaihdon prosessia kulttuurin kehänä (*circuit of culture*), jossa merkitykset syntyvät jatkuvassa vuorovaikutuksessa representaation (jonkin esittämisen jonakin), tuotannon, kulutuksen ja

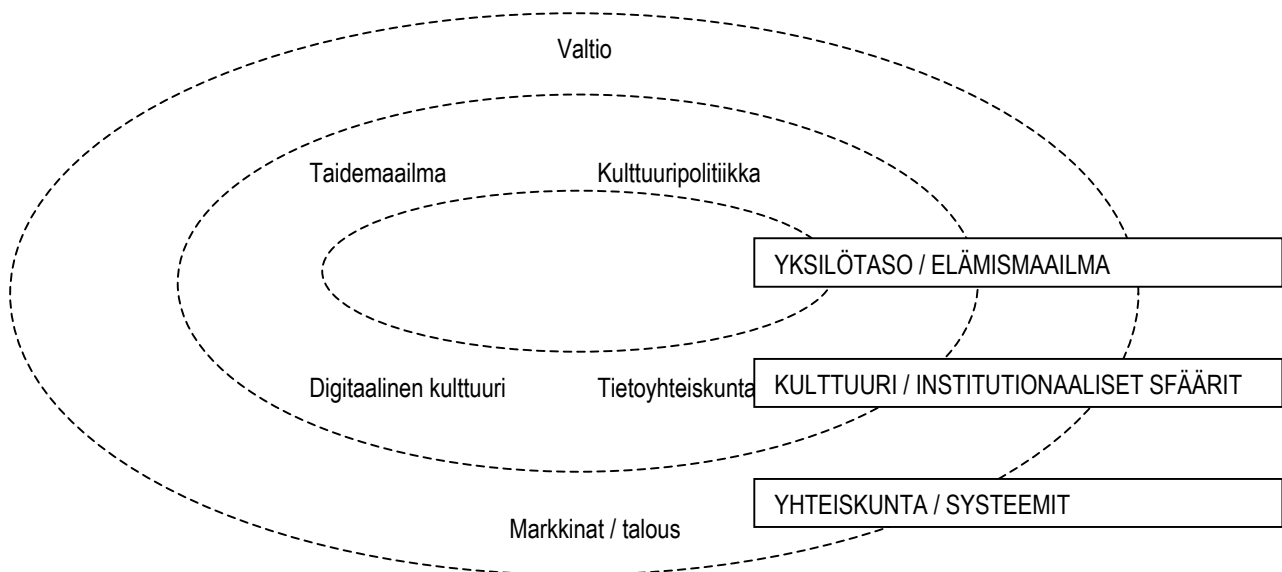
sääntelyn prosessien sekä identiteetin rakentumisen välillä. Representaatiolla tarkoitetaan merkityksenannon käytäntöä, joka tuottaa kulttuuria ja joka syntyy ja välitetään kielen kautta. Siinä missä semioottinen lähestymistapa tutkii, miten merkityksiä kielessä tuotetaan, diskursiivisen lähestymistavan kohteena ovat representaation vaikutukset ja seuraukset sekä representaation politiikka: miten tietämys jota tietty diskurssi tuottaa kytkeytyy valtaan, säätelee käyttäytymistä, tuottaa identiteettejä ja subjektiviteetteja sekä määrittelee miten tietyt asiat esitetään, ajatellaan, harjoitellaan tai opiskellaan. (Mt. 1997, 2–3, 6.) Tätä tutkimusta en kuitenkaan ulota kielen tai diskursiivisen tason erittelyyn, vaan pitäydyn tekemään huomioita digitaalisen median käytöstä ja sille taideinstituutioissa annetuista merkityksistä. Kulttuuriset käytännöt katson keskeisiksi, koska ne säätelevät sosiaalista toimintaa ja niillä on käytännön seuraamuksia. (Mt. 1997, 3.)

Kulttuurisen artefaktin tuotantoprosessia on du Gayn (1997, 3) mukaan perinteisesti pidetty sen saavuttaman merkityksen päävaikuttimena. Digitaalisen median tutkimuksessa tämä merkitsisi teknologiaorientoitunutta lähestymistapaa. Ilmiöiden selittämiseen Du Gay ehdottaa kuitenkin kulttuurin tuotteiden analyysiä teoreettisen mallin avulla, jossa kulttuurisen kehän eri prosessit nivELYVÄT toisiinsa. Eli kun tutkitaan digitaalista mediaa ja sen käyttöä, tulisi tutkia miten sitä representoidaan, minkälaisia identiteettejä siihen assosioituu, kuinka sitä tuotetaan ja kulutetaan sekä mitkä mekanismit säätelevät sen jakelua ja käyttöä. (Mt. 1997, 3.) Vaikka esittelenkin digitaalisen verkkovälitteisen median rakenteen, erittelen sen käyttöä ja siihen suhtautumista yksittäisissä taideinstituutioissa ja pyrin jäljittämään sisältötuotantoon vaikuttavia tekijöitä, puhun mielelläni tämän tutkimuksen kohdalla kulttuurintutkimuksen orientaatiosta. Tutkimuksen selvitysluonteen vuoksi en pysty eikä ehkä ole tarkoituksenmukaistakaan pureutua representaatioihin ja identiteetteihin kulttuurintutkimuksen vaatimassa syvyydessä. Silti pidän du Gayn lähestymistapaa tavoiteltavana hahmotettaessa digitaalisen mediaan liittyviä merkityksiä ja käytäntöjä taideinstituutioiden arjessa.

Valitsen tutkimukseni laajemmaksi, selittäväksi kehikseksi Fornäsin (1998, 166–170) välittäväksi luonnehtiman hermeneuttis-semioottisen näkemyksen kulttuurista, jossa on kyse merkitysten tuottamisesta symboleja käyttämällä. Symboliset ja kulttuuriset muodot peilaavat, esittävät ja erittelevät inhimillisen elämän muita aspekteja, yhteiskuntaa ja ulkoista todellisuutta. Kyseessä on rekonstruktio, joka ei ole sama kuin se johon se viittaa. Kulttuuri representoi ja muotoilee uudelleen muita realiteetteja. Kulttuurin edellytyksenä ovat tietyt

yhteiset koodit, kielelliset muodot ja kokemukset, mutta siihen sisältyy myös se, mikä erottaa ihmisiä. Tällöin merkitysrakenteet eivät käytä ihmistä, vaan maailmaa jäsentäessään ihmiset käyttävät ja soveltavat merkitysjärjestelmiä ja kulttuurisia jäsenyyksiä. Toisaalta yhteiskunnassa yleisesti käytetyt mallit ja jäsenyykset konstituoivat sosiaalista todellisuutta sen osana. (Alasuutari 1993, 55.)

Fornäsin (1998, 72) ajattelussa rakenteet saavat muotonsa hierarkisoivista ja polarisoivista voimista ja ne toimivat sekä muutosten esteinä että niiden edellytyksinä. Vastaavasti muutosprosessit luovat ja uusintavat rakenteiden rajoja. Kulttuurin yhteiskunnalliset rakenteet, kehykset ja instituutiot sisältävät sen, mikä liittyy subjektien välillä tapahtuvaan vuorovaikutukseen, normien, yhteisön ja säännösjärjestelmien sosiaaliseen tasoon. (Mt. 1998, 68.) Lähtökohtaisesti aineelliset tekijät eivät kuitenkaan määrää sosiaalisia suhteita (Mt. 1998, 66). Instituutiot toimivat välittäjinä systeemisten vaateiden ja elämiskaailman horisonttien välillä, eivätkä ne ole puhtaasti systeemisii elimii. Ne ovat riippuvaisia molempien systeemien, valtion ja talouden, järjestävistä periaatteista, mutta myös elämiskaailmaan pohjautuvasta viestinnällisestä toiminnasta. Jotkut instituutiot sijoittuvat lähemmäksi tiettyä systeemiä, toiset lähemmäksi elämiskaailmaa. (Mt. 1998, 97.) Tutkiessani digitaalisen median käyttöä yksittäisissä taideinstituutioissa, toimijoiden elämiskaailmaa kehystävät erilaiset institutionaaliset sfäärit: tietoyhteiskunta, digitaalinen kulttuuri, taidemaailma, kulttuuripolitiikka, kulttuuriteollisuus ja sisältötuotanto. Teknologian eli tekniikan kehityksen sijoitan niinkään institutionaaliseen sfääriin. Toisaalta toimijat kulttuurisissa käytännöissään myös luovat uusia objektivoituja muotoja ja instituutioita, jotka toimivat kehyksinä uusissa käytännöissä (Mt. 1998, 75). Tutkimuksessani luotaan toimijoiden symbolisesta ilmaisusta eli puheesta heidän liikkumismahdollisuuksiaan erityisesti suhteessa sisältötuotantoon.



Kuvio 1. Toimijoiden kokemukset digitaalisen median käytöstä taideinstituutioissa. Kulttuurintutkimuksen lähestymistapaa jäsentävä kartta Fornäsiä (1998, 98) mukaillen.

Tutkimukseni voidaan nähdä lähestyvän uusinstitutionaalisen organisaatiotutkimuksen asetelmia (vrt. Scott 1995, 40–45), sillä molemmat lähtevät ontologisesti konstruktionistiselta perustalta, sosiaalisen todellisuuden merkitysvälitteisyydestä sekä näkemyksestä tiedon konstruoinnin ja elämismaailman keskeisyydestä päätöksenteossa. Vaikka yksilöt kollektiivisessa vuorovaikutuksessa konstruivat myös taloudelliset toimijat, yhteiskunnalliset rakenteet sekä näiden suhteet, erottelen ne kuitenkin tässä tutkimuksessa objektivoiduiksi sosiaalisiksi muodoiksi eli systeemisiksi voimiksi, jotka ovat muuttuneet automaattisiksi esineistyneiden järjestävien rakenteiden kautta (vrt. Fornäs 1998, 76, 87). Fornäsin (1998, 87) mukaan onkin tehtävä ero elämismaailman ja systeemisten voimien välille, jotta kulttuurisia käytäntöjä voitaisiin ymmärtää. Perinteisen institutionaalisen sosiologian tavoin sisällytän siis tutkimukseeni myös makrotason tarkastelun valtiovallasta toimintaa sääntelevänä rakenteena (Scott 1995, 58–60).

1.5 Aineisto ja menetelmät

Aineisto. Sisällytän tutkimusaineistooni erilaisia tilastoja, digitaalisen sisältötuotannon raportteja, digitaalisia kulttuurituotteita sekä sisällöntuottajien ja tutkijoiden kanssa käytyjä asiantuntijakeskusteluita. Tutkimukseni ytimen muodostavat kuitenkin digitaalisen median

kanssa tekemisissä olevien taideinstituutioiden toimijoiden teemahaastattelut, joiden perusteella kuvaan taideinstituutioiden suhdetta verkkovälitteiseen digitaaliseen mediaan ja pohdin digitaalisen sisältötuotannon mahdollisuuksia.

Scottin (1995, 33) monitahoisen määrittelyn mukaan instituutio¹¹ koostuu kognitiivisista, normatiivisista ja regulatiivisista rakenteista sekä toiminnoista, jotka luovat pysyvyyttä ja merkitystä sosiaaliselle käyttäytymiselle. Instituutiot siirtyvät kulttuurin, sosiaalisten rakenteiden ja rutiinien kautta ja toimivat moninaisilla toimivallan alueilla. Vaikka instituutiot tahtovat kätkeytyä persoonattoman ja objektiivisen todellisuuden valepukuun, tosiasiansa niitä rakentavat ja ylläpitävät yksittäiset toimijat, joiden mielissä kulttuurisia uskomuksia edustavat arvot ja ideat muotoutuvat (Fornäs 1998, 74; Scott 1995, 34, 53). Ymmärtääkseen ja selittääkseen toimintaa, on siis olosuhteiden lisäksi otettava huomioon toimijoiden subjektiiviset tulkinnat niistä (Scott 1995, 40). Tämän vuoksi pyrin luotaamaan taideinstituutioiden toimijoiden digitaalisen median käyttöön liittämiä ja käyttöä ohjaavia merkityksiä teemahaastatteluun.

Haastatteluaineiston olen koonnut tamperelaisista taideinstituutioiden edustajista käytettävissä olevien resurssien, esitutkimuksen luonteen ja alueellisten toimeksiantajien intressien vuoksi. Tutkimukseen sisältyvät teemahaastattelut (13 kpl) tein seitsemässä eri taideinstituutiossa sekä kahden vapaan taiteen toimijan kanssa kesäkuussa 2002. Instituutioissa haastateltavinani oli pääsääntöisesti johtotason toimijoita sekä markkinoinnin ja tiedotuksen vastaavia. Haastateltavat valikoin aineistoon sen perusteella, että he ovat työssään tekemisissä digitaalisen median kanssa.

Tampereen Työväen Teatterin tapaustutkimuksessa haastatteluaineistoni koostuu teatterin johtotason toimijoista taiteelliselta, tekniseltä ja hallinnon puolelta. Kokonaiskuvaa

¹¹ Instituution käsitteellä on keskeinen sija sosiologian perinteessä. Yhdysvaltalaiset pragmatistit ymmärsivät yhteiskunnan instituutioiden kokonaisuudeksi ja instituutiot vallitsevuutta ja pysyvyyttä omaavaksi ajattelun ja toiminnan muodoksi, joka on juurtunut ihmisten ja ryhmien tapoihin. Euroopassa Emile Durkheim vastaavasti määritteli sosiologian tieteeksi, joka tutkii instituutioita sosiaalisina faktoina. Toisen maailmasodan jälkeen Talcott Parsons rakennefunktionalistisessa sosiologiassa instituutiolla tarkoitettiin yleisiä ja tietyille toimijoille eri tavoin spesifejä yhteisten arvojen tukemia normien joukkoja (*normatiivinen* tutkimusperinne). 1960-luvun jälkeen instituution käsite on palannut sosiaalitutkimukseen taloussosiologiaa muistuttavan taloustieteellisen uusinstitutionalismin ja uusinstitutionaalisen organisaatiotutkimuksen muodoissa. Uusinstitutionalismin näkökulmasta instituutio käsitetään ”pelin säännöiksi”, jolloin sen lähestymistapa korostaa sanktioiden merkitystä ja on luonteeltaan *regulatiivinen*. Uusinstitutionaalisen organisaatiotutkimuksen piirissä taas instituutiot käsitetään yhteiskunnallisesti välitettyjen merkityskehysten konstruomisena, ja lähestymistapaa voidaan luonnehtia *kulttuuris-kognitiiviseksi*. (Heiskala 2003, 16–19; Scott 1995, 35–45.)

täydentävät ohjaaja Jotaarkka Pennasen ja teatteriohjaaja, näytelmäkirjailija Tapio Parkkisen haastattelut. Laajemmin tamperelaisten taideinstituutioiden tilannetta kuvaavassa osassa kuvataiteen toimijoita edustavat Rajataideyhdistys, joka ylläpitää Galleria Rajatilaa, ja Tampereen Taitelijaseura ry., joka toimii Taidekeskus Mäntinrannassa. Museokeskus Vapriikki edustaa museotointa ja kaupungin kulttuuritoimi itseään: kaupungin kulttuuriharrastusten elävöittämistä, konsertti- ja tapahtumatoimintaa. Mukana suurista ja keskisuurista teattereista ovat Tampereen Teatteri ja Tampereen Työväen Teatteri. Pienempiä teattereita aineistossa edustaa Tanssiteatteri Mobita/ Dansco. Pienten teattereiden digitaalisen median tarpeita on kartoitettu myös Media Tampereen *Pietu*-hankkeen valmistelussa talvikaudella 2001–2002, ja kyseistä kartoitusta on hyödynnetty tutkimuksessa.

Teemahaastattelu. Alasuutarin (1993, 13) mukaan laadullinen tutkimus kytkeytyy kulttuurintutkimukseen ennen kaikkea siten, että laadullisten aineistojen analyysissä on aina kyse merkityksistä ja merkityksellisen toiminnan tutkimuksesta. Voidakseni paremmin kuvailla ja selittää digitaalisen median hyödyntämistä taideinstituutioiden toiminnassa, median käytön motiiveja sekä niitä merkityksiä, joita median käytölle annetaan, valitsin aineistonkeruumenetelmäksi teemahaastattelun. Teemahaastattelu edustaa puolistrukturoitua tutkimushaastattelua, jossa haastattelun aihepiirit, teema-alueet, perustuvat teoreettiseen analyysiin, mutta kysymysten muoto ja järjestys on avoin. Tehtävänä on tuottaa kuvaus haastateltavan elämismaailmasta tulkitsemalla kuvailtuja ilmiöitä niille annetun merkityksen kannalta. Tällöin tutkimuksen asiasisältö ei synny objektiivisesta, kvantifioidusta datasta, vaan merkitsevien suhteiden tulkinnasta. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47–48; Kvale 1996, 5–6, 30–31.) Haastattelujen muodostaman harkinnanvaraisen näytteen avulla pyrin ilmiöiden monipuoliseen kuvaukseen ja selitysten löytämiseen nykyisille kulttuurisille käytännöille. Kvale (1996, 7, 32) katsoo subjektiiviset lausunnot menetelmän vahvuudeksi, sillä haastateltavien eroavien näkemysten kautta on mahdollista saavuttaa ilmiöiden monimuotoisuus ja ristiriitaisuuskin. Päämääränäni ei siis ole otokseen perustuva yleistäminen, ennemminkin pyrin suhteuttamaan ilmiöt niitä ympäröivään todellisuuteen (Alasuutari 1993, 208–209).

Laadullisen tutkimushaastattelun ideana on ymmärtää olosuhteita haastateltavan näkökulmasta, avata toimijoiden kokemusten merkityksiä ja paljastaa eletty maailma ennen tieteellistä selittämistä. Epistemologisella tasolla niin Kvale (1996, 29, 36–37) kuin Hirsjärvi ja Hurmekin (2001, 16) painottavat menetelmän vuorovaikutteisuutta ja tiedon konstruointia:

haastattelussa toimijat jakavat näkemyksiä yhteisestä kiinnostuksen kohteesta. Haastateltavat eivät vain vastaa asiantuntijan kysymyksiin, vaan muodostavat dialogissa käsityksiä omasta elämismaailmastaan. Tällöin myöskään haastattelija ei voi ottaa tietoa, arvoja tai omia esioletuksiaan valmiiksi annettuina. Haastattelun herkkyyys haastateltavan elämismaailman suhteen johtaa parhaimmassa tapauksessa tietoon, jolla voidaan edesauttaa olosuhteita. (Kvale 1996, 1–2, 11, 33, 36.) Tämä on nähtävä huomattavana mahdollisena etuna toimijoiden voimaantumiseen tähtäävän interventionistisen tutkimustehtävän suhteen.

Teemahaastattelu etenee strukturoitujen kysymysten sijaan keskeisten teemojen varassa (Hirsjärvi & Hurme 2001, 48). Haastattelutilanteessa käsitteitä voitiin siten tarpeen mukaan tarkentaa ja epäselvyyksiin palata. Hyvin erilaisista lähtökohdista sekä ideologisesti että resurssiensa puolesta toimiville instituutioille olisi myös ollut vaikea muotoilla yhtenäistä, relevanttia kyselylomaketta. Sen sijaan pyrin hakemaan teema-alueista instituution ja tätä edustavan henkilön kohdalla ratkaisevat kysymykset sekä toimimaan itseään korjaavan haastattelun tavoin eli tulkitsemaan ja tiivistämään haastateltavan kuvausta jo haastattelun aikana. Tällöin haastateltavalla oli mahdollisuus vahvistaa tai hylätä tulkinta. (Mt., 137.)

Teemat. Esiymmärrystä digitaalisen median käytöstä taideinstituutioiden toiminnassa olin hankkinut työskentelemällä muutamassa teatterissa sekä opintojeni kautta. Keväällä 2001 Kimmo Hokkasen kanssa toteutetussa hypermediaprojektissa kartoitin digitaalisen median ja teatterin risteyskohtia seuraavilta osa-alueilta: miten digitaalista mediaa hyödynnetään 1) osana teatteriesitystä, 2) osana teatterin tiedottamista ja markkinointia, ja 3) osana teatteriesityksen valmistamisprosessia. Lisäksi performanssi-, media- ja verkkotaiteen puolelta luodattiin 4) digitaalista mediaa, käsikirjoittamista ja esittämistä uudella tavalla soveltavia teoksia. Tämän ohella hypermedian proseminarityönä 2002 tekemäni kotimaisten ammattiteattereiden verkkosivujen sisällöllinen kartoitus suuntasi väistämättä ajatuksiani siitä, mitä digitaalisen median käyttö taideinstituutioissa voi olla. Teattereissa verkkosivuja hyödynnettiin pääasiassa tiedottamisen, markkinoinnin ja lipunmyynnin mediana. Enimmäkseen sivut koostuivat verkkoon viedystä esitemateriaalista, eikä hypermedian mahdollisuuksia – linkitystä, multimediaa tai yhteisöllisiä rajapintoja – oltu juurikaan hyödynnetty. Ainoastaan Helsingin Kaupunginteatteri tarjosi yleisölleen videoleikkeitä esityksistä sekä toimivan keskustelufoorumia.

Jos tietoverkkojen käyttöä taideinstituutioissa lähestytään tästä ilmeisimmästä, markkinointiviestinnän näkökulmasta, voidaan käyttömahdollisuudet jakaa karkeasti kahteen

luokkaan: Internetiä käytetään vaihtoehtoisena viestintävälineenä ja jakelukanavana, eli perinteisesti markkinoinnin välineenä, tai sitten verkkosivuilla tarjotaan jo itsessään merkityksestä sisältöä eli kehitetään tiedollisia tai viihteellisiä palveluita, jotka hyödyntävät hypermedian vuorovaikutteisuuden perustuvia ominaisuuksia (Uusitalo 1999a, 630–631). Digitaalisen kulttuurin ja kansalaisyhteiskunnan¹² näkökulmista voidaan hahmottaa vielä kolmas luokka: omaleimaiset digitaalisen kulttuurin alueet, kuten digitaaliset peli- ja fanikulttuurit, verkon alakulttuurit tai kännykkäkulttuurit. Nämä edustavat taideinstituutioiden näkökulmasta ehkä uusia yleisöjä, uudentyypisiä sisältöjä, käytäntöjä sekä mentaliteetteja, joissa keskeistä on se, että käyttäjät voivat itse määritellä oman kantansa käsiteltäviin sisältöihin (Mäyrä 1999, 100; Mäyrä 2002a).

Fornäs (1999, 40) tarkastelee joukkoviestintää ja yksilöllistä mediaa vastaavasti tuotantomuotojen jatkumona. Jatkumon toisessa päässä sijaitsee kulttuuriteollisuudessa keskitetysti tuotetuille ja tavaramuodossa levitettäville teksteille perustuva ”makromedia”. Laaja ja avoin joukko kuluttajia käyttää tekstejä hyväkseen ja muovaa niistä omia tulkintojaan. Jatkumon keskellä on ”mesomedia”, joukko tietyille kohderyhmälle kohdistettuja tuotteita, joita levitetään paikallisesti tai vaihtoehtoisilla foorumeilla. Tuottajien ja kuluttajien ero on tällöin vähemmän selkeä. Jatkumon toisessa päässä taas sijaitsevat ne medioiden ja hajautetun osatuottajuuden muodot, joissa toimijat eivät ensisijaisesti lue valmiiksi tuotettuja tekstejä, vaan pikemminkin rakentavat yhdessä omia dialogejaan esimerkiksi sähköposteissa, uutisryhmissä tai digitaalisen tarinankerronnan ympäristöissä. Näin ollen digitaalinen yhteisöllisyys – arkielämän suhteiden sähköinen vahvistaminen, identiteettien rakentaminen, ryhmään jäsentyminen myös matkojen päästä – merkitsee mahdollisuutta tuoda mainosrahoilla tuotetun viihdekulttuurin lisäksi toisenlainen kulttuuri saavutettavaksi verkon kautta (Mäyrä 1999, 106–108; Viherä 1999, 59, 65–66). Yksittäisten taideinstituutioiden sisällä verkkovälitteisen viestinnän yhteisölliset sovellukset puolestaan merkitsevät uusia työskentelyn ja organisoitumisen muotojen mahdollisuuksia sekä muuttuvia käytäntöjä, mahdollisesti muutoksia myös organisaatiokulttuurissa (Slevin 2000, 21–23, 118–123, 133–142.)

¹² Kansalaisyhteiskunnan käsite viittaa elämismailman institutionaaliseen ulottuvuuteen, joka on valtiosta ja markkinoista suhteellisen riippumaton yhteiskunnan osa. Kansalaisyhteiskunnan näkökulma merkitsee elämismailman sosiaalisen puolen tarkastelua. (Fornäs 1998, 97–98).

Verkkovälitteisen digitaalisen median tarjoamien mahdollisuuksien ja digitaalisen kulttuurin ulottuvuuksien perusteella selvitin taideinstituutioiden toimijoiden käsityksiä ja olosuhteita haastatteluissa seuraavilta teema-alueilta (ks. tarkemmin liite):

- suhde digitaaliseen mediaan yleisesti
- digitaalinen media tiedottamisessa ja markkinoinnissa
- digitaalinen yhteisöllisyys
 - asiakkaan ja kulttuuriorganisaation välillä
 - toimialan sisällä
 - talon sisällä
- multimediympäristöjen ja taiteellisten sovellusten mahdollisuus
- kehityshankenäkymät.

Aineiston olen litteroinut osin valikoiden teema-alueista, ja purkamisessa olen kiinnittänyt huomiota toistuvuuksien karsimiseen sekä uusien teemojen esiin nostamiseen. Havainnollistaakseni toimijoiden mediasuhdetta sekä heidän median käytölle antamia merkityksiä olen poiminut haastatteluista näitä kuvastavia lainauksia. Esitän lainaukset ja tekstin sisällä olevat viittaukset toimijoiden näkemyksiin haastateltujen omilla nimillä. Olen tulkinnut aineistoa kylläntymisen periaatteen mukaan niin, että yksittäiset havainnot on aina henkilöity, mutta useammat havainnot samasta asiasta on yleistetty. Puhekielisiä lainauksia olen toimittanut luettavampaan muotoon, mutta pyrkinyt samalla säilyttämään niiden sisällön alkuperäistä merkitystä vastaavana (Hirsjärvi & Hurme 2001, 194). Haastatellut ovat jälkepäin tarkistaneet aineistosta tehdyt henkilöityt lainaukset ja viittaukset.

Kvalen (1996, 29–30) mukaan haastatteluaineisto tulisi analysoida ensisijaisesti suhteessa haastateltujen elämismailmaan. Annan kuitenkin tutkimustehtävieni ja tutkimusasetelman ohjata aineiston analyysia ja raportointia (Hirsjärvi & Hurme 2001, 193). Tampereen Työväen Teatterin tapaustutkimuksessa lähtökohtana toimii verkkosivujen uudistus, jolloin keskityn aineiston raportoinnissa verkkosivujen sisällön ja rakenteen tutkimukseen teatterin käytäntöjen näkökulmasta. Yleisosassa taideinstituutioiden tilannetta kuvaavan aineiston olen puolestaan purkanut noudattaen jakoa teema-alueisiin. Käsittelen haastatteluaineistoa pääasiassa faktanäkökulmasta tarkoituksena tuottaa ideoita digitaalisen median kehityshankkeeksi. Näin ollen vuorovaikutteisen digitaalisen median tarjoamat erilaiset ratkaisut jäsentävät raportointia. Pyrin kuitenkin tuomaan esiin toimijoiden median käytölle antamia merkitysulottuvuuksia erittelemällä toimijoiden näkemyksiä sekä nykyisiä

käytäntöjä. Merkitykselliset uudet teemat esittelen ensimmäisen, toimijoiden suhdetta digitaaliseen mediaan yleisesti kuvaavan teemajakson sisällä. Pohdinnassa kokoon sisältötuotannon näkökulman kautta mediasuhteen ja -tuotannon ehtoja kulttuurialalla.

Tapaustutkimus. Yinin (1984/1989, 13–19) mukaan tapaustutkimuksella vastataan parhaiten miksi- ja miten-kysymyksiin eli tavoitteena on useimmiten selittäminen, selvittäminen tai kuvailu. Tutkimus kohdistuu holistisesti nykyisen ilmiön merkitsevien piirteiden selvittämiseen tosielämän kontekstissa. Tampereen Työväen Teatterin kohdalla kysymys kuuluu, miten digitaalisen vuorovaikutteisen median nykytekniikoilla, eritoten verkkosivujen suunnittelulla voidaan parhaiten palvella taideinstituution tarpeita. Hirsjärvi ym. (1997, 123) kuvaavat tapaustutkimusta perinteiseksi tutkimusstrategiaksi, jossa kerätään yksityiskohtaista tietoa yksittäisestä tapauksesta. Kohteena voi olla esimerkiksi ryhmä tai yhteisö ja yksittäistapausta tutkitaan suhteessa ympäristöönsä. Aineistoa kerätään useita metodeja käyttämällä: haastatteluin, havainnoin sekä erilaisia dokumentteja ja artefakteja tutkien (Yin 1984/1989, 20).

Tapaustutkimuksen pyrkimyksenä on päätösprosessien valottaminen. Keskeistä on kuvailla, miksi päätökset tehtiin, miten ne toteutettiin sekä millaisiin tuloksiin päädyttiin. Päätösten sijaan aiheina voivat kuitenkin olla myös organisaatiot, prosessit, ohjelmat, instituutiot tai tapahtumat. Tapaustutkimuksella on yhteys arviointitutkimukseen, josta Yin esittää neljä sovellusta. Arviointia voidaan edesauttaa selvittämällä syy-yhteyksiä tosielämän interventiossa, kuvailemalla kontekstia jossa interventio on tapahtunut, kuvailemalla itse interventiota, tai sitten tapaustutkimus voi kohdistua tilanteeseen joissa interventiolla ei ole selkeitä seuraamuksia. (Mt. 1984/1989, 22–25.)

Tampereen Työväen Teatterin verkkosivujen uudistuksen ympärille rakentuvan tapaustutkimuksen aineiston olen koonnut samaa teemahaastattelurunkoa soveltaen kuin tutkimuksen laajemman aineiston kohdalla. Olen tapauskohtaisesti kohdentanut kysymyksiä haastateltavan erityisalaan nähden ja pyrkinyt saamaan esiin toimijan kannalta olennaisen sisällön suhteessa digitaalisen median käyttöön ja sisällöntuotannon kokonaisuuteen. Olen koonnut tietämystä organisaation eri tahoilta: johdon, myynnin, tiedotuksen, tekniikan sekä taiteellisen työskentelyn edustajilta. Haastattelujen perusteella teen yhteenvedon näkemyksistä, mitä verkkosivujen uudistuksessa olisi hyvä ottaa huomioon. Edelleen *Peter Pan* –musikaalin kautta havainnollistan tilannetta, kuinka teatteri toimijoiden mielestä voisi toimia verkossa.

2 Tietoyhteiskunnan toimintaympäristö

Seuraavaksi tarkastelen taideinstituutioiden toimintaympäristön rakentumista. Esittelen miten rakenteet eli valtion ja talouden systeemiset voimat tematisoituvat institutionaalisessa sfäärissä ja osaltaan pyrkivät ohjaamaan kulttuuria. Toisin sanoen taustoitin digitaalisen median käyttöön liittyviä kehityskulkuja tietoyhteiskunnan, kulttuuripolitiikan ja sisältötuotannon näkökulmista.

2.1 Tietoyhteiskunnan käsitteestä

Tieto- tai oikeammin informaatioyhteiskuntaa koskevan keskustelun lähtökohtana pidetään taloustieteilijä Fitz Machlupin vuonna 1962 esittämää ajatusta tiedosta muiden tuotteiden tavoin tuotettavana, jalostettavana, jaeltavana, ostettavana ja myytävänä hyödykkeenä. Käsitteen juuret juontavat Yoneji Masudan vuonna 1971 esittelemästä ”johoka shankai” -termistä, joka kääntyi englanninkieliseen muotoon ”information society”. Suomenkielisessä versiossa informaatio korvautui tiedolla, mikä on osaltaan johtanut käsitteen laajempaan ja myös tarpeelliseen pohdintaan. (Inkinen & Salmi 1996, 99–100.) Yleensä informaatio käsitetään luonteeltaan tekniseksi termiksi; tiedoksi kutsutaan vasta prosessoitua informaatiota.¹³

Arkikielessä tietoyhteiskunta-nimitystä käytetään monissa eri merkityksissä, yleisimmin tietoa ja nopeaa tiedonkulkua hyödyntävästä sekä arvostavasta yhteiskunnasta. Castellsin ja Himasen (2001, 19) mukaan yhteiskuntaa voidaan kutsua tietoyhteiskunnaksi, jos se on vahva informaatioteknologiassa: infrastruktuurin tarjonnassa, tekniikan tuotannossa sekä osaamisessa. Usein käsitteeseen liitetään myös näkemys vuorovaikutuksen verkostosta, joka yhdistää ihmisiä ja tietojärjestelmiä (Anttiroiko 1998).

Castellsin (2000, 5, 14–15, 21, 70–77) ajattelussa globaali verkostoyhteiskunnan näkemys korostuu; tietoyhteiskunnan sijaan hän luonnehtii uutta teknis-taloudellista rakennetta informaationaaliseksi kapitalismiksi, kapitalistisen tuotantomuodon uudelleenstruktuuroinniksi.

¹³ Informaation ja tiedon suhdetta voidaan valottaa viestintätapahtumaa kuvaavan siirtomallin (mm. Shannon & Weaver; Osgood & Schramm) avulla: tieto koodataan informaatioksi, siirretään puheen tai median välityksellä ja vastaanottaja tulkitsee (dekooodaa) sen jälleen tiedoksi (Viherä 1999, 29, 31–32; McQuail & Windahl 1993, 16–20).

Informaatiotekniikka muodostaa verkostoyhteiskunnan materiaalisen perustan ja integroi maailman välineellisyyden verkostoiksi. Informaatiotekniikan vallankumous on läpitunkeva, se kattaa kaiken inhimillisen toiminnan: talouden, yhteiskunnan ja kulttuurin alueet. Uusia tekniikoita käyttävien toimijoiden suhteet noudattavat tiettyä verkostoitumisen logiikkaa: mitä enemmän yhteyksiä, sitä enemmän mahdollisuuksia. Tuottavuus ja kilpailukyky taloudessa riippuu kapasiteetista luoda, käsitellä ja soveltaa informaatiota. Informaatiotekniikan käyttö luo myös joustavuutta: prosessit, organisaatiot ja instituutiot ovat uudelleenmodifioitavissa. Kasvava konvergenssi kohti integroituneita järjestelmiä nostaa strategiset allianssit ja yhteistyöprojektit keskeiselle sijalle.

Jälkiteollisen yhteiskunnan mieltämistä tietoyhteiskunnaksi ovat edesauttaneet informaatio- ja viestintätekniikan nopean kehityksen ohella poliitikkojen, virkamiesten sekä yritysjohtajien näkemykset tietotekniikan käytön tuomasta talouskasvusta, kilpailukykyvästä ja hypermodernista symboliarvosta (Anttiroiko 1998; Castells 2000, 394). Suomalaiseen julkishallintoon tietoyhteiskunnan käsite tuli verrattain varhain: se nousi esiin valtioneuvoston asettaman teknologiakomitean mietinnössä, jossa suositeltiin tietoteknologian kehitystyön nopeuttamiseen tähtääviä toimenpiteitä vuonna 1980. Suomalainen tietoyhteiskunta on siis rakennettu viime vuosikymmeninä.

Nykyinen julkishallinnollinen tietoyhteiskuntakeskustelu perustuu 1990-luvun tietoyhteiskuntavisioille rakennettuihin kansallisiin ja ylikansallisiin kehittämissuunnitelmiin, joissa liikkeellepanevana voimana oli oman alueen kilpailukykyyn kehittäminen: tuottavuuden, talouskasvun sekä työpaikkojen lisääminen. (Sisältötuotantotyöryhmä 2002, 46). Vuonna 2002 pääministeri Paavo Lipposen II hallituksen ohjelmaan oli edelleen yhtenä tärkeimmistä tehtäväalueista koulutuksen, tieteen ja tasa-arvon osalle kirjattu tavoite Suomen rakentamisesta tietoyhteiskunnaksi, jossa tieto ja osaaminen ovat osa sivistystä ja keskeisin tuotannontekijä: ”Suomen on oltava teknologiapolitiikassaan eturivin kansakunta.” (Valtioneuvoston kanslia 2002, 22–26).

Teknologiaretoriikkaan ja tietoyhteiskunnan käsitteeseen suhtaudutaan kuitenkin ristiriitaisesti. Tekniikan käyttöön ja jakautumiseen liittyy eriarvoistavia elementtejä, esimerkiksi kaikilla kansalaisilla ei ole yhtäläistä pääsyä sähköisiin tietolähteisiin laitteidensa tai taitojensa puolesta (esim. Järvinen & Mäyrä 1999a, 11–17). Vuosina 1998–2000 teollistuneet maat edustivat noin 15:tä prosenttia planeetan väestöstä, mutta noin 88:aa prosenttia Internetin käyttäjistä. Kaiken kaikkiaan vain noin 2,4 prosentilla väestöstä oli

mahdollisuus Internetin käyttöön, ja lähes kolmasosalla Internetin käyttäjistä oli korkeakoulututkinto. Alueelliset, sosiaaliset ja rodulliset sekä sukupuoleen ja ikään perustuvat erot verkkojen äärelle pääsyssä ovat edelleen merkittäviä, mikä heikentää tietoyhteiskuntaretoriikkaan usein sisällytettyjä väitteitä e-demokratiasta ja tasa-arvoisuudesta. (Castells 2000, 377; Kendall 1999, 59.) Jones (1999, 13) tosin esittää kysymyksen, emmekö ole jo aiemminkin olleet epätasa-arvoisia – teknologian ja tietolähteiden saavutettavuus tuo tämän jälleen vain konkreettisesti esiin. Halun ja kyvyn osallistua, pääsyn verkkoyhteyksiin työstä, koulusta tai kotoa, koulutuksen, identiteetin ja kulttuurisen taustan uskotaan demografisten tekijöiden ohella vaikuttavan tietokoneen käyttöön ja verkoissa toimimiseen. (Kendall 1999, 58–60).

Viherä (1999, 21–22, 41–46, 141) tuo esiin, että tietoyhteiskunnasta esitettyjen lupausten toteutuminen yksittäisten ihmisten elämässä edellyttää uudenlaisten teknisten sekä osaamiseen ja vuorovaikutukseen liittyvien viestintävalmiuksien omaksumista työssä ja arjen tasolla. Ensimmäinen edellytys on liittymä eli toimijan mahdollisuus päästä päätelaitteen kautta tietoverkkoihin. Osaamisen tasolla edellytyksinä ovat viestintävälineiden käyttötaidot sekä kyky toimia verkostoissa käyttäen aktiivisesti erilaisia viestintätapoja ja ymmärtäen verkostoyhteiskunnan rakenteet. Kolmanneksi, viestintävalmius ei synny ilman motiivia viestiä ja omaksua uusia taitoja. Yhtä tärkeitä kuin tekniset ratkaisut, ovat siis käyttäjien koulutus ja vaikuttimet. Viherä jäsentää motivaation eksistentiaalististen jäsentymisen, liittymisen ja tekemisen tarpeiden mukaan, jotka todentuvat ajattelun, tunteen ja toiminnan kautta. Myös viestin vastaanottajalla täytyy olla samat valmiudet.

Verkkojen äärellä toimimisen jatkuvuuteen katsotaan suuresti vaikuttavan pääsyn tietoa omaavien ja samat kiinnostuksen kohteet jakavien ryhmiin (Kendall 1999, 60). Vastaavasti yhteisöllisen viestinnän ja omaehtoisen kulttuurin tuottamisen edellytyksiksi Viherä (1999, 46–47) toteaa tekniikan tasolla yhteensopivat viestintäverkot ja laitteet, osaamisen tasolla yhteisen osaamisen ja kulttuurisen pohjan sekä kyvyn vastaanottaa sanomia ja motiivien tasolla tarpeen ja syyn toimia yhdessä. Viherän ajattelussa korostuu kansalaisten kyky toimia aktiivisina merkitysten luojina, ei yksin markkinavoimien tai poliittisen järjestelmän valmiiksi tuottamien merkitysten passiivisina vastaanottajina tai niihin reagoijina. Kansalaisyhteiskunta voidaan täten katsoa eettiseksi visioksi myös tietoyhteiskunnasta. (Viherä 1999, 109.)

Castellsin ja Himasen (2001, 15) mukaan suomalaisesta tietoyhteiskunnasta tekee poikkeuksellisen sen toiminta hyvinvointivaltion ympäristössä, jossa valtiovalta on pyrkinyt lievittämään tietoyhteiskuntakehityksen yhteiskunnallisesti jakavaa vaikutusta. Toisaalta tietoyhteiskunnan menestyksestä on tehty hyvinvointivaltion intressi kertyvien verorahojen vuoksi. Tietoyhteiskunnan ja hyvinvointivaltion yhdistäminen katsotaan merkittäväksi syyksi sille, ettei Suomessa ole kehittynyt voimakkaita globaalin tietoyhteiskunnan vastaisia identiteettejä esimerkiksi Jumalan, kansan, rodun tai vaihtoehtoisten arvojen ympärille. Kansalaisille vaikuttaa olevan ratkaisevaa se, millaista hyvinvointia tietoyhteiskunta kykenee tuottamaan ja miten tekniikka voidaan valjastaa sosiaalisiin käyttöihin. (Mt., 81, 133.)

Tietoyhteiskunnan tietojen ja taitojen kehittäminen keskeiseksi tuotannon tekijäksi vaatii siten muutakin kuin hallinnollisessa diskurssissa useimmiten esiintyvää teknis-taloudellista tarkastelua – tarkastelua työelämän, tilan ja kulttuurin tasolla (vrt. Sisältötuotantotyöryhmä 2002, 47–48). Arvioitaessa tietoyhteiskuntaa kulttuurisesta näkökulmasta korostuvat tekniikan ja kulttuurin vaikutukset ihmisten ajatteluun ja toimintaan, talouden ja kulttuurin yhdentymisestä syntyvät kaupalliset kulttuuripalvelut, massaviihdetuotanto sekä tiedon määrän ja laadun kasvun vaikutukset (Viherä 1999, 56). Taideinstituutioiden arjen ja sitä määrittävän kulttuurin näkökulmat ovat tämän tutkimuksen polttopisteessä; verkottuneen digitaalisen median tuoma muutos tila- ja aikakäsitykseen toimii ennemminkin tarkastelun teknisenä ja kulttuurisiin käytäntöihin vaikuttavana lähtökohtana.

2.2 Suomalainen tietoyhteiskunta tilastoina

Suomea on pidetty yhtenä maailman kehittyneimmistä tietoyhteiskunnista ja talouksista muun muassa kilpailukyvyyn, teknisen kehityksen, Internet-palvelinten määrän, Internetin ja kännyköiden käytön sekä nuorten lukutaidon mittareilla (Sisältötuotantotyöryhmä 2002, 42; Castells & Himanen 2001, 13–14, 17–18). Kymmenessä vuodessa Internetin käytöstä onkin tullut osa enemmistön arkipäivää Suomessa eläkeikäisiä lukuun ottamatta. Uusien välineiden käyttäjiksi siirtymistä kuvataan jopa suureksi muutoksi tietoyhteiskuntaan (Nurmela, Parjo & Ylitalo 2002, 42). Edellytyksiksi käytölle katsotaan laitteet, osaaminen ja motivaatio sekä ainakin yksi kiinnostava ihminen, jolla on samat valmiudet ja jonka kanssa on mielekästä viestiä tekniikan avulla. (Nurmela 2001a, 7; Viherä 1999, 22, 41–42.)

Joulukuun 2001 Flash-Eurobarometrin mukaan Internetin käyttäjinä oli noin 64 prosenttia 15 vuotta täyttäneistä suomalaisista eli noin 2,4 miljoonaa henkeä (Nurmela, Parjo & Ylitalo

2002, 21). Tilastokeskuksen vuonna 2002 julkaisemassa katsauksessa Internetin palveluista suosituin on sähköposti, sitä käyttää kolme neljäsosaa 15–74 -vuotiaista Internetin käyttäjistä eli noin 1,8 miljoonaa suomalaista. Tuotteita ja palveluita koskevaa tietoa etsii Internetistä lähes yhtä usea. Naiset ovat miehiä aktiivisempia sähköpostin lähettäjiä noin 55 ikävuoteen saakka. Sähköpostin ja tiedonhaun jälkeen Internetiä käytetään eniten pankkiasiointiin (64 prosenttia Internetin käyttäjistä) sekä palveluiden ja tuotteiden ostamiseen tai tilaamiseen (20 prosenttia Internetin käyttäjistä). (Mt., 24, 39–40, 43–44.) ”Seksi” ja ”porno” ovat edelleen suosituimpia hakusanoja (Hyytinen 2002).

Viikoittain verkossa käy reilu puolet ja päivittäin kolmannes 15–79 -vuotiaista suomalaisista. Kotoa Internet-yhteys löytyy useammalta kuin joka toiselta. Kaksi kolmasosaa pääsee verkkoon kotoa, työpaikalta tai opiskelupaikasta. Kaikki koulut ja kunnankirjastot on varustettu Internet-yhteyksin. Koko kansalle Internet ei silti ole itsestäänselvyys. Verkko on yhä etenkin nuorten ja korkeasti koulutettujen kenttä; ikääntyneiden joukossa viestintätekniikan käyttäjien osuudet putoavat huomattavasti. Alle 30-vuotiaista lähes kaikki ovat olleet verkossa viime aikoina, eläkeikäisistä vain reilu kymmenes. (Hyytinen 2002.) Tilastojen perusteella suomalaisten sähköisiin verkkoihin osallistumisen vedenjakaja vaikuttaa tällä hetkellä olevan 50 ja 60 ikävuoden puolivälissä (Nurmela, Parjo & Ylitalo 2002, 52).

Tiedon valtatie kärkeen eivät kuulu myöskään pienituloiset tai syrjäseutujen pientaloudet. Suurituloisista yli 90 prosenttia pääsee verkkoon kotoa tai työpaikalta, pienituloisista vain reilu kolmannes. (Tirkkonen 2002.) Alueelliset erot ovat kuitenkin kaventuneet kuudessa vuodessa (Nurmela, Parjo & Ylitalo 2002, 34). Nurmelan, Parjon ja Ylitalon (mt., 31) mukaan kiinnostus ja hyötynäkökohdat vaikuttavat merkittävästi Internet-yhteyksien hankintaan eritoten keski-ikäisten ja iäkkäiden pientalouksissa. Käytön kalleus on merkittävä syy vain yksin asuvien nuorten keskuudessa. Lisäksi nuorten yksin asuvien talouksissa sekä perhetalouksissa Internetiä päästään yleensä käyttämään muualta.

Keväällä 2002 naisten tietokoneen käyttö kolmen kuukauden jaksolla oli yleisempää kuin miesten aina 60 ikävuoteen saakka. Edeltävien kuuden vuoden aikana alle 60-vuotiaat ”sinkkunaiset” olivat myös hankkineet uutta tekniikkaa kotiinsa miehiä hanakammin. Internetiä naiset ja miehet sen sijaan käyttivät lähes tasaveroisesti. Naisten nopeasti kehittyntä uuden tekniikan käyttöä selitetään voimakkaammalla sosiaalisen verkoston merkityksellä sekä sillä, että nykyään tietokone ja Internet ovat naisten työpaikoissa

useammin käytössä kuin miesten työpaikoissa. Naiset myös opiskelevat useammin kuin miehet. Tietokonetta käyttäneiden osuuksissa alueiden välillä on eroja, ja ikäryhmästä 40–49 lähtien erot ovat selviä sekä alueelliseen syrjäytymiseen viittaavia. Internetin käyttämisessä alueelliset erot ovat vielä suurempia, ja pääkaupunkiseutu on kaikissa ikäryhmissä muita edellä. (Nurmela, Parjo & Ylitalo 2002, 49.) Lapsista ja nuorista taas pääsevät tietokoneen äärelle melkein kaikki, koska lapsiperheisiin ja oppilaitoksiin on hankittu runsaasti tietokoneita. Suomen koulujen tietokoneistaminen ja verkottaminen on oleellisesti lisännyt lasten ja nuorten mahdollisuuksia tutustua uuteen tieto- ja viestintäteknikkaan. (Nurmela, Heinonen, Ollila & Virtanen 2000, 27, 57–58.)

Suomalaiset yritykset ovat ottaneet innokkaasti käyttöön Internet-yhteydet, mutta niiden hyödyntäminen omassa liiketoiminnassa, esimerkiksi verkkosivujen ja sähköisen kaupan muodossa on harvinaisempaa (Nurmela, Parjo & Ylitalo 2002, 24). Vastaavasti hyödykkeisiin liittyvästä tiedon etsinnästä on tullut 20–49 -vuotiaiden keskuudessa suuren enemmistön omaksuma rutiini. Arviolta joka neljäs tuotetietoa etsinyt on päätenyt myös hankintaan verkon kautta. Alle 40-vuotiaiden ikäryhmissä verkkokauppaa on hyödynnetty useimmin syrjäseuduilla (mt., 50).

Vuonna 2002 kaikista työllisistä 54 prosenttia oli käyttänyt Internetiä työpaikallaan. (Mt., 54). Tilastokeskuksen tutkimuksen mukaan Internetiä käytetään työpaikoilla eniten asiantiedon hankintaan, pankkiasioden hoitoon ja yhteistyökumppaneiden sivujen tutkimiseen. Lisäksi verkon kautta seurataan kilpailijoiden edesottamuksia, vastaanotetaan digitaalisia tuotteita, asioidaan viranomaisten kanssa ja rekrytoidaan henkilöstöä. Internetin käytön uskotaan vähentäneen kirjeenvaihtoa yritysten välillä 1990-luvulla. Kirjastoja netti ei ole kuitenkaan päihittänyt tiedonhakanavana, vaikka sen uskotaan muodostuneen monissa ammateissa tärkeimmäksi tietolähteeksi. (*Helsingin Sanomat* 2002.)

Matkapuhelin on vakiinnuttanut paikkansa henkilökohtaisen vuorovaikutuksen välineenä suomalaisten jokapäiväisessä elämässä. Kuluttajabarometrin mukaan vuoden 2001 tammikuussa Suomen 2,35 miljoonasta taloudesta 88 prosentissa oli ainakin yksi matkapuhelin. (Nurmela 2001a, 20.) Vuonna 2002 matkapuhelin oli henkilökohtaisessa käytössä lähes kaikilla 15–40 -vuotiailla. Kaikkiaan matkapuhelinten yleisyys 15–74 -vuotiaiden suomalaisten keskuudessa oli 86 prosenttia. Kotitalouksista 30 prosentilla oli pelkästään matkapuhelin. (Nurmela, Parjo & Ylitalo 2002, 15, 25–26, 36–37.)

Tekstiviesteistä on tullut matkapuhelimen käytön oleellinen osa. Vuonna 1999 nuoret, etenkin naiset, lähettivät paljon tekstiviestejä ja olivat kiinnostuneempia uudentyppisistä palveluista kuin miehet ja yli 30-vuotiaat. Vanhemmat ikäryhmät eivät käyttäneet tekstiviestiä läheskään yhtä usein. (Nurmela 2001a, 23, 26–28.) Vuonna 2000 Suomessa lähetettiin miljardi tekstiviestiä eli keskimäärin liki 300 viestiä matkapuhelimen käyttäjää kohti (Nurmela 2001b).

Vuonna 2002 soittoäänien tai logojen hankinta sekä maksullisten tekstiviestipalveluiden käyttö on yleisintä ja säännöllisintä 15–29 -vuotiaiden ryhmissä ja – vastoin innovaatioiden alueellisen leviämisen teoriaa – muualla kuin pääkaupunkiseudulla. Maksullisten palveluiden käyttäjiä on eniten opiskelijoissa; maksullisten tekstiviestien käyttö on omaksuttu (käyttäjänä yli 40 prosenttia ikäluokasta) lähinnä 15–29 -vuotiaiden miesten ja 15–19 -vuotiaiden naisten keskuudessa. Samat ikäluokat ovat kunnostautuneet myös palveluiden ja tavaroiden tilaamisessa tai maksamisessa matkapuhelimella (hieman yli 10 prosenttia ikäluokasta), joskin tämä on edelleen hyvin harvinaista myös vähäisen palvelutarjonnan vuoksi. (Nurmela, Parjo & Ylitalo 2002, 45–47.)

2.3 Tietoyhteiskunnan kulttuuripolitiikka

Taiteen tukemisesta kulttuurintuotantoon. Suomen taide- ja kulttuuripolitiikkaa leimaa voimakas kansallinen kulttuuri-identiteetti, taideinstituutioiden runsaus ja kulttuurilaitosten verkon kattavuus. Jo 1800-luvulla tiede- ja taideseurojen synty ja tehtävät olivat yhteydessä kansalliseen liikkeeseen ja ”kansallisen edustustaiteen” tukemiseen. Autonomian ajan loppupuolella tieteen ja taiteen tukeminen liittyi kansallisen suvereniteetin vaatimuksiin, ja aikaa on nimitetty taiteen rahoituksen kultakaudeksi. 1960-luvulta lähtien kulttuuripolitiikkaa alettiin pitää osana julkisen vallan harjoittamaa demokraattista yhteiskuntapolitiikkaa. Rakenteilla olevassa hyvinvointivaltiossa taiteen edistämistarpeen lähtökohdaksi katsottiin alueellis-sosiaalisen kehityksen eriarvoisuuden poistaminen taiteen tuottamisessa ja vastaanotossa. (Ahponen 1994, 99–100.)

Ahponen (mt., 99–112) mukaan institutionaalisessa kulttuuripolitiikan artikuloinnissa edettiin taiteen tukemisesta 60-luvun valistushenkisen taiteen edistämispolitiikan kautta kulttuuripalveluiden sosiaalistamiseen, kansalaisia aktivoivaan kulttuurin vastaanottopolitiikkaan ja 1990-luvulla markkinahenkiseen palkitsemiskulttuuriin, jossa kulttuurin taloudellinen merkitys korostui. Tällöin Suomen kulttuuripolitiikan painotuksia

olivat kulttuurisen tietoyhteiskunnan rakentaminen, alueellisuus, monikulttuurisuus ja kansainvälinen yhteistyö. Toimintaympäristön tietoyhteiskuntaistuminen ja digitaalstuminen muokkasi myös kulttuurialan käytäntöjä: erityisesti se vaikutti musiikin, elokuvan, television, kirjojen ja valokuvauksen tuotantoon sekä jakeluun (Mäkelä 2001, 1, 7). 1990-luvun loppupuolen kulttuuripolitiikassa huomio kiinnittyi kulttuuriteollisuuteen ja sisältötuotantoon, joihin ryhdyttiin erityisesti panostamaan taiteilijoiden aseman lisäksi. (Opetusministeriö 2000a.)

Samaan aikaan tietoyhteiskuntaistumisen kanssa alkoi kulttuurilaitosten 1990-luvun alussa lainsäädännöllä vahvistettu julkinen rahoitus osoittautua riittämättömäksi. Syynä oli työvoimavaltaisille palvelualueille tyypillinen tulokuilu¹⁴ – palkkojen noustessa muun talouden mukaisesti ei alan tuottavuutta ole mahdollista ratkaisevasti kasvattaa tekniikan tai rationalisoinnin avulla laadun siitä kärsimättä (Baumol & Bowen 1966/1968, 147–157, 161–165). Kulttuuripalveluiden tason säilyttämiseksi paineet kohdistuivat julkisen tuen lisäämiseen tai kulttuurin markkinaistumiseen. Kulttuuriorganisaatioiden toiminta rationalisoitui ja alkoi saada yritystoiminnan piirteitä muun muassa rahoituspohjan laajentamisen, suunnitelmallisuuden ja tavoitteiden asettamisen muodossa. (Uusitalo 1999b, 132, 136.) Vastaavasti kulttuurituotannon yhtenä osa-alueena ryhdyttiin kehittämään digitaalisen sisältötuotannon toimialaa eri ministeriöiden yhteisenä ponnistuksena. Keskeiseen muutokseen kulttuurituotannon toimintaympäristössä liittyi jälleen kulttuuripolitiikan uudelleensuuntaaminen: julkisrahoitteisesta toiminnasta pyrittiin markkinalähtöiseen toimintaan (Sisältötuotantotyöryhmä 2002, 45).

Taide ja taiteen rahoitus on edelleen jossain määrin erotettavissa sisältötuotannosta, vaikka sisältötuotantoa tehdään ja siihen osallistutaan taideinstituutioiden ja kulttuuriorganisaatioiden arjessa. Instituutioiden ensisijaisena tehtävänä on turvata puitteet taiteen tekemiselle eli huolehtia, että luovat tekijät ideoineen, taitoineen ja innovaatioineen pysyvät toiminnan ytimessä. Vuoden 2003 suomalaisessa tieto- ja hyvinvointiyhteiskunnassa taiteen, tieteen ja ylimmän opetuksen vapaus on edelleen turvattu perustuslailla. Taiteen ja kulttuurin rahoituksessa valtion ja kunnan rahoitusosuuksia säätelevät esimerkiksi *Museolaki*

¹⁴ Baumol & Bowen (1966/1968, 161–165, 167, 170) osoittavat kulttuuriekonomian klassikkoteoksessaan *Performing Arts – The Economic Dilemma*, että esittävien taiteiden rahoittamisessa markkinamekanismi ei voi toimia: työvoimavaltaisilla aloilla tuotantokustannusten kasvu aiheuttaa jatkuvan kustannuskriisin. Puhutaan myös tulokuilusta tai Baumolin taudista (*Baumol's disease*), joka on tullut laajemmin tunnetuksi keskusteltaessa julkisen sektorin tuottavuudesta suhteessa kasvaviin kustannuksiin. (Cantell 1999, 259.)

3.8.1992/729, *Teatteri- ja orkesterilaki* 3.8.1992/730, *Laki opetus- ja kulttuuritoimen rahoituksesta* 21.8.1998/635 sekä *Laki kuntien kulttuuritoiminnasta* 3.8.1992/728.

Kulttuuriteollisuus. Laajan määritelmän mukaan kulttuuriteollisuudella (*cultural industry, creative industry*) tarkoitetaan merkityssisältöihin perustuvaa tuotantoa. Määritelmä kattaa digitaalisten kulttuurituotteiden lisäksi kaiken kulttuurisilla merkityksillä myytävän perinteisen tavaratuotannon, esimerkiksi teollisen muotoilun, merkkituotteet sekä kulttuurin piirissä olevat esineet ja palvelut. (Mäkelä 2001, 7; Koivunen 1999, 283.) Kulttuuriteollisuutta määrittää suunnittelun korkea osuus tuotantoprosessissa eli symbolisten merkitysten tuottaminen tuotannon keskeisenä osana (Koivunen 1999, 283). Kulttuuriteollisuuden toimintamallit noudattavat jälkiteollisia tuotantomalleja: tuotannon vaiheista vastaavat kunkin alan erityisosaajat, ja erottautuminen tuotteiden välillä perustuu lähinnä kekseliäisyyteen (Kotro 1999, 219).

Kulttuuriteollisuuden perusta on luotu vuosisadan aikana, esimerkiksi Hollywoodin elokuvatuotanto on kehitetty viimeisten 80 vuoden kuluessa maailmanlaajuiseksi viihdeteollisuudeksi valtavien pääomapanostuksien avulla. Tietokonepeliteollisuus ohitti elokuva-alan liikevaihdolla mitattuna vuonna 1994. 1990-luvulla Internet avasi kulttuuriteollisuuden tuotteille globaalit markkinat uudella tavalla. (Oesch 1999, 196.) Useimmiten kulttuuriteollisuudella käsitetäänkin taidepohjaisten tai yksilöllisesti luotujen tuotteiden monentamista mekaanisesti tai sähköisen toiston ja siirron avulla. Perinteisesti kulttuuriteollisuus on määritelty toimialojen kokonaisuudeksi, johon luetaan elokuvateollisuus ja videotuotanto, ääniteteollisuus, kirjojen ja sanomalehtien kustantaminen sekä televisio- ja radiotoiminta. Väljään määrittelyyn voidaan sisällyttää myös esittävä taide ja tapahtumatuotanto. (Uusitalo 1999b, 131, 137.)

Kotro (1999, 220) esittää perinteisten taiteen ja kulttuuritoimialojen uudenlaiseen toimintaympäristöön sopeutumisesta syntyvän yritystoiminnan lukemista niin ikään kulttuuriteollisuudeksi. Toimialamäärittelyn sijaan kulttuuriteollisuutta tulisi pitää lähestymistapana, jossa kehitetään liike-elämän ja kulttuurin yhteistyötä ja sovelletaan liike-elämän tuotteistamis- ja markkinointimalleja kulttuuria hyödyttävästi. Tarkoituksena on löytää kulttuuria asiakkaille sekä rahoittajia ja asiakkaita kulttuurille, toisin sanoen keinoja taloudellisesti kannattavalle luovalle työlle. Asiakas maksaa kulttuurin tuotteesta, koska katsoo kustannuksen vastaavan saamaansa vastiketta. Arvottava kulttuuriteollisuuden käsite

on siinä mielessä, että se pitää taiteen ja yrityselämän välistä yhteyttä toivottavana sekä pyrkii ohjaamaan toimintaa tähän suuntaan. (Mt., 220–221, 228.)

Kulttuurin tuotteella viitataan kulttuuriteollisuuden yhteydessä teoksen pohjalta rakennettuun kokonaisuuteen, tapaan pakata, markkinoida ja vastaanottaa teos, ei itse teokseen. Tuotteistamisella tarkoitetaan jatkokehitystyötä, jonka tuloksena idea kasvaa tuotteeksi ja kohtaa yleisön. Verkottumisen katsotaan muuttavan tuotteiden tuotanto- ja jakeluprosesseja, ja aineettomien kulttuurituotteiden arvioidaan soveltuvan hyvin tuotettaviksi ja jaeltaviksi uutta tekniikkaa ja tietoverkkoja hyödyntämällä. (Mt., 221.) Tuotanto- ja jakeluprosessia kuvataan useimmiten media- tai kulttuuriteollisuuden tai sisältötuotannon arvoketjumallin avulla.

Kulttuuriteollisuuden käsitteen käyttöönottoa pidän siinä mielessä epäonnistuneena, että taiteen kentällä se assosioituu myös tuotantoehtojen kriittiseen tarkasteluun. Kulttuuriteollisuutta koskeva teoreettinen keskustelu alkoi kritiikistä: Theodor Adorno ja Max Horkheimer eivät uskoneet teollisesti tuotetun kulttuurin voivan valistaa massoja. He pitivät kulttuuriteollisuuden tarjontaa massojen pettämisenä. Kritiikin kärki suuntautui kulttuurin monopolistista ja totalitarisoivaa käyttöä vastaan: monopoliasema antaa kulttuuriteollisuudelle mahdollisuuden säädellä teosten sisältöä ja päästä manipuloimaan yleisöä. Erilaiset ja hankalat tekijät on helppo torjua sillä perusteella, etteivät ne myy. Ihanteena sitä vastoin pidettiin taiteen riippumattomuutta yksittäisten henkilöiden tai valtion viranomaisten mieltymyksistä – tätä sisällöllistä autonomisuutta pidettiin markkinoiden anonyymisyyden ansiona. Teoksille tuli syntyä aitoa kysyntää aidoilla markkinoilla. Mallitaiteilijassa yhdistyvät riippumaton taiteilija ja peräänantamaton liikemies, joka kykenee sanelemaan ehtonsa markkinoilla ja samalla olemaan piittaamatta niistä. (Hautamäki 1999, 27–31.) Adornon kritiikki ei ole ongelmaton, mutta sen äänenpainoja on yhä tunnistettavissa taiteen kentällä käytävissä keskusteluissa:

Jos ja kun taide alkaa toimia samoin rakentein kuin talous, usein ensin tiedostamattaan, ja kun taiteilija alkaa salaa itseltäänkin ajatella yksinkertaisemmin – tai ”nasevammin, koska se toimii telkkarissa” –, on tapahtunut peruuttamattomia vahinkoja, joita tuottajavaltaistuminen on osaltaan ollut aiheuttamassa. Yksinkertainen ajattelu alkaa tuottaa yksinkertaista ilmaisua. (Hotinen 2000/2002.)

Ehdotuksessa valtion taide- ja taiteilijapoliittiseksi ohjelmaksi vuonna 2002 kulttuuriteollisuuden todetaan niin ikään voivan olla taiteen ja taidepolitiikan kannalta

ongelmallinen ylikorostuvilla tuotteistamisvaatimuksillaan, jotka saattavat heikentää taiteen itsenäisyyttä. (Taide- ja taiteilijapoliittinen toimikunta TAO 2002, 16.)

2.4 Sisältötuotanto

Sisältötuotanto kulttuuriteollisuuden osana. Sisältöteollisuuden käsite syntyi 1990-luvun puolivälissä Yhdysvalloissa, kun konsoli- ja tietokonepelien havaittiin tuovan perinteistä elokuvateollisuutta enemmän tuottoja. Ilmaisulla yhdistettiin nopeasti kasvanut immateriaalinen viihde- ja tietotoimiala, joka ei mahtunut perinteisen julkaisu- tai audiovisuaalisen toiminnan piiriin. Määrittelyn perustana oli tekijänoikeudellinen aineisto esitettynä immateriaalisessa ja vuorovaikutteisessa muodossa näyttöpäätteellä. (Kallio, Pulkkinen & Tiilikka 2002, 13.)

Suomessa sisältötuotannon käsitteen otti käyttöön hallituskaudella 1997–1999 toiminut kulttuuriteollisuustyöryhmä. Työryhmä totesi toimenpide-ehdotustensa keskeisenä tavoitteena olevan ”kulttuurin panosta ja merkitystä vahvistamalla luoda edellytykset Suomen nousemiseksi merkittäväksi sisältöteolliseksi maaksi tietoliikenne-tekniikan ohella”. (Mt., 13.) Paavo Lipposen II hallituksen yhdeksi tavoitteeksi muodostui tietoyhteiskuntakehityksen painopisteen siirtäminen sisällöllisten sovellusten ja palveluiden kehittämiseen sekä tuotantoon. Sisältötuotantoa pidetään kansainvälisesti yhä keskeisempänä kilpailutekijänä tietotekniikan sovellusten ja verkkokaupan kehittämisessä. (Valtioneuvoston kanslia 1999.)

Toimialana digitaalinen sisältötuotanto sijoittuu informaatiotekniikan, viestinnän ja kulttuurin välimaastoon; siihen luetaan eri viestimissä toimitettavan sisällön ideointi, suunnittelu, paketointi ja jakelu. Opetusministeriön määrittelyssä sisältötuotannolla tarkoitetaan pääasiassa **sähköisille viestimille laaditun kulttuurin, dokumenttien, opetuksen, tutkimuksen, viihteen tai markkinointiviestinnällisen ohjelmasisällön tuottamista ja siihen liittyvää palvelu- ja liiketoimintaa.** (Sisältötuotantotyöryhmä 2002, 48–49.) Kauppa- ja teollisuusministeriön linjaus korostaa lisäksi **tekijänoikeuksien hallintaa ja tähän perustuvaa liiketoimintaa.** Jakelukanavat voivat olla myös perinteisiä jakelukanavia. Sisältötuotannon katsotaan puhtaimmillaan olevan toimintaa, jossa syntyy tekijänoikeuksia ja jonka liiketoiminnan ytimen tekijänoikeudet muodostavat. Sisältötuotantoyritysten taloudellinen menestys perustuu siis oikeuksien ostamiseen ja myymiseen. (Kallio, Pulkkinen & Tiilikka 2002, 16–17; Sisältötuotantotyöryhmä 2001, 17).

Valtiovallan tehtäväksi katsotaan liiketoiminnan kannalta keskeisten toimintaedellytysten parantaminen ja toiminnan esteiden poistaminen esimerkiksi lainsäädännön, verotuksen, subventioiden ja erilaisten maksujen muodossa. Sisältötuotannon arvoketjun rahoitusta koskevassa tutkimuksessa keskitytään mahdollisuuksiin lisätä alan yrityksiin suuntautuvaa yksityistä pääomaa. Lisäksi selvitetään yrittäjien valmiuksia käyttää eri rahoitusmuotoja. Tarkoituksena ei siis ole kulttuuriviennin lisääminen, vaan kansainvälisen liiketoiminnan synnyttäminen. Yrityksiä autetaan kehittymään kansainvälisiksi liiketoimintaosaajiksi, sillä kotimaan markkinat ovat liian pienet tuotantojen rahoituksen sekä kestävä liiketoiminnan synnyttämisen kannalta (Jounela 1999, 173–174). Sisällön tuottajilta puolestaan edellytetään teknisen osaamisen ohella luovuutta sekä alan yritysosaamista. Tähän pyritään vastaamaan riittäväillä koulutuksen aloituspaikoilla sekä uudelleen koulutuksella. Osaamisen osalta painotetaan tuotantojen rahoituksen, toteuttamisen ja markkinoinnin osaamista, kansainvälisyyttä sekä kykyä käyttää juridiikan ja tekniikan erikoisosaajia. (Sisältötuotantotyöryhmä 2001, 5–6.)

Sisältötuotantohankkeessa pyritään siis synnyttämään taloudellisesti tuottavat, liiketoiminnalliset sisältömarkkinat, ja toimenpideohjelma suuntautuu yritystoiminnan vahvistamiseen (mt., 5). Kehittämistyössä ei ole lähtökohtaisesti käsitelty perinteisten sisällöntuottajien – esimerkiksi teatterin, oopperan, orkestereiden, kuvataiteen, kirjallisuuden tai museoiden – erityiskysymyksiä, kuten organisointia, ohjausta, tukimuotoja tai koulutusta. Kuitenkin esimerkiksi teatteriesitysten videointiin, verkkolähetyksiin tai sähköisiin kirjoihin liittyviä asioita voidaan käsitellä. (Mt., 1, 5.)

Mielestäni sisältötuotantoa tulee tarkastella myös olemassa olevien käytäntöjen tasolla, ei yksin sääntelyn näkökulmasta. Digitaalisia sisältöjä tuotetaan muistakin lähtökohdista kuin kansainvälisesti kilpailukykyisiä sisältötuotteita ja tekijänoikeuksien myymistä silmällä pitäen. Esimerkiksi verkkosivut voivat palvella kansalaisia arjessa parantamalla tiedon saatavuutta ja palveluiden saavutettavuutta. Niin ikään sisältötuotannon laadun mittaaminen kansainvälisten markkinoiden tuottavuudella on mielestäni kaukaa haettua – eihän hyvää voi olla yksin se, mikä läpäisee massat ja tuo eniten rahaa. Onnistuneita sisältötuotteita voivat olla esimerkiksi monikanavajulkaisun konseptit, jotka tuottavat tuloa sekä sponsorille että sisällöt

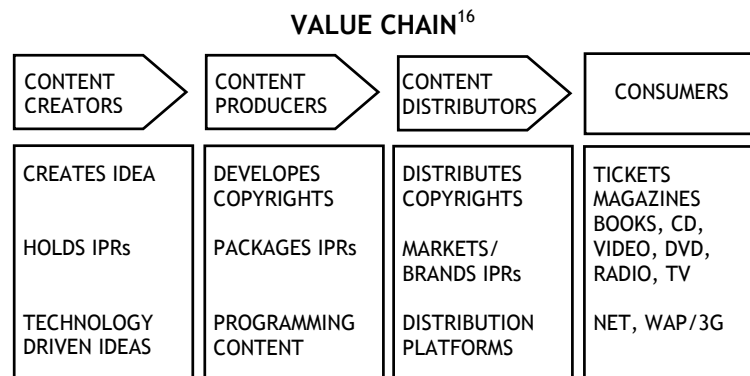
tuottaneelle mediatalolle, kuten *Loft Storyn*¹⁵ tapauksessa (Marchi 2002). Diverssejä digitaalisia sisältöjä kuitenkin tuotetaan myös suurten mediakonsernien ja massamedian ulkopuolella, usein ilman suuria tuotto-odotuksia. Kentän monimuotoisuutta kuvastavat erilaiset omaehtoiset digitaaliset kulttuurit, verkkotaide, verkkojen kautta järjestäytynyt kansalaistoiminta sekä paikalliset tai sijainniltaan hyvin hajanaiset mutta yhteisen intressin omaavat verkkoyhteisöt. Taideinstituutioiden kohdalla katson mahdolliseksi tuottaa sekä tiedolliselta anniltaan että elämyksellisesti rikkaita digitaalisia sisältötuotteita itse sisältöjen ja taiteen elämyksellisen kulutuksen ehdoilla. Ja vastaavathan kulttuuri- ja taidelaitokset, kuvataiteilijat, kirjailijat ja muut taiteilijat kotimaisten ja mahdollisesti digitaalisestikin markkinoitavien sisältöjen uusintamisesta!

Sisältötuotannon liiketoimintamallit. Kallion, Pulkkinen ja Tiilikan (2002, 10) mukaan informaatio- ja viestintäteknologia mahdollistaa suuren joukon liiketoimintamalleja. Liiketoimintamallilla tarkoitetaan yrityksen tuote-, palvelu-, informaatio- ja tulovirtoja, yrityksen asemoitumista arvoverkostossa sekä kuvausta eri osapuolten saamista hyödyistä ja tulonlähteistä. Liiketoimintamallin kehittäminen edellyttää yrityksen liikeidean ja strategian jäsentämistä, ja mallia voidaan pitää konkreettisena ja yksityiskohtaisena kuvauksena siitä, miten yritys toimii. Liiketoimintamalli on siis tietyille markkinoille suunniteltu käytännöllinen toimintasuunnitelma yrityksen strategian toteuttamiseksi. Teknologia sinänsä ei määrittele tiettyä kaupallista mallia, sen sijaan kaupallisten mallien on todettu ohjaavan teknologista kehitystyötä. (Mt., 10, 19.)

Sisältötuotannon liiketoimintamallit hahmotetaan usein arvoketjuksi, jossa palveluyritykset erotetaan sisältöyrityksistä ja tekijänoikeuksien merkitys prosessissa tuodaan esiin. Lukuisat yritykset työskentelevät tilaustyönä tehtävien sisältöjen parissa, mutta eivät vastaa sisällöntuottamisesta. Tuotannon tilannut yhtiö päättää sisällön levityksestä tai muusta kaupallistamisesta, vaikka tuotannon tehneellä yrityksellä saattaa olla oikeuksia kaupallistamisesta syntyviin tuloihin. Esimerkiksi aikaisemmin kehitetyn sisällön (elokuva, peli) tuottaminen vaikkapa mobiililiittymässä toimivaksi ei ole tämän ajattelutavan mukaan sisällön tuotantoa, vaan sisällön toteuttamista (ks. kuvio 1). Alkuperäinen (elokuvan tai pelin)

¹⁵ Kyseinen tosi-TV-formaatti lanseerattiin nimellä *Big Brother* Alankomaissa 1999, ja se oli ensimmäinen monikanavajulkaisua aktiivisesti hyödyntävä TV-tuotanto. *Loft Story* on formaatin ranskalainen versio, joka on ollut tuotannossa vuosina 2001 ja 2002. (Marchi 2002.)

oikeuden omistaja on tällöin varsinainen sisällöntuottaja. (Kallio, Pulkkinen & Tiilikka 2002, 16.)



Kuvio 2. Sisältötuotannon arvoketju CIM Creative Industries Management Ltd:n mukaan (ref. Kallio, Pulkkinen & Tiilikka 2002, 16). CIM:n verkkosivut: <http://www.cimfinance.com/fund.html> (viitattu 9.9.2002).

Hallinnon linjaukset ja sisältötuotannon kentän käytännöt eivät kuitenkaan välttämättä kohtaa, sillä suomalaiset sisältötuotantoyritykset ovat pääosin pieniä yrityksiä ja niiden mahdollisuudet toimia sisältöjen tuottajina muualla kuin kotimarkkinoillaan ovat varsin rajalliset – puhumattakaan taideinstituutioista, jotka eivät lähtökohtaisesti edes harjoita liiketoimintaa. Lisäksi sisältötuotannon liiketoimintamallit ovat sekavia tai ainakin uudenlaisia: joudutaan miettimään, kuka myy, kenelle ja mitä. Tuote ei puhu puolestaan, vaan se on markkinoitava. Ansaintalogiikat eroavat toisistaan myös mediakohtaisesti. Kansainvälistyminen ja kasvu edellyttävät merkittäviä resursseja ja organisoitua liiketoimintaa, johtamisen osaamista sekä strategia-ajattelua. Vaatimukset niin pienelle yritykselle kuin taideinstituutiolle ovat osaamisen suhteen suuret. (Kallio, Pulkkinen & Tiilikka 2002, 61–62; Kaukomies 2002, 37, 40–41.) Käytännössä jakelukanavalähtöisten liiketoimintamallien voi kuvitella palvelevan juuri suuria mediakonserneja, joiden on mahdollista ostaa ja paketoita immateriaalioikeuksia tuotteiksi, sekä edelleen hyötyä näiden tuotteiden tekijänoikeuksista kansainvälisillä markkinoilla.

Arvoketjua tai arvonnäköketjua tulisikin tulkita joustavasti: kaikki ketjun lenkit vaikuttavat toisiinsa molempiin suuntiin. Yritys voi ottaa ketjussa erilaisia tai useampia positioita. (F & L Management 1997, 47.) Esimerkiksi pääomasijoittaja Creative Industries Management Ltd luokittelee sisällöntuottajat luovilla toimialoilla kolmen eri tekijän – liiketoiminta-alueen,

¹⁶ Arvoketjumallissa IPRs (intellectual property rights), immateriaalioikeudet käsittävät mm. tekijänoikeudet, patentit, tavaramerkit, oikeudet domain-nimeen.

arvoketjuposition ja käytetyn median – mukaan. Kallio, Pulkkinen ja Tiilikka (2002, 15, 19–20) puolestaan erittelevät sisältötuotannon liiketoimintamalleja tuotekehityksen, ansaintalogiikan, jakelukanavan ja monikanavajulkaisun osalta, jolloin sisältötuotannon toimialan monimuotoisuus tulee paremmin esiin.

Tuotekehitysmalli	sisällön ja teknologian kehittäminen rinnakkain		sisällön kehittäminen ja teknologisen kehitystyön alihankinta		tuotekehityksen ulkoistaminen		kuluttajavetoinen sisältökehitys	
Ansaintalogiikka	pääsylipputulot	lisenssitulot	tilausmaksut	tuottojen jakaminen	projekti-rahoitus	hybridi	mainos-tulot	
Jakelumalli	suora jakelu kuluttajille		epäsuora jakelu kuluttajille		suora jakelu yritysasiakkaille		epäsuora jakelu yritysasiakkaille	
Monikanava-julkaisun malli	differoimaton sisältö useissa medioissa			differoitu sisältö useissa medioissa		usean median varaan rakentuva sisältökokonaisuus		

Kuvio 3. Yhteenveto sisältötuotannon liiketoimintamalleista monikanavajulkaisussa Kallion, Pulkkinen ja Tiilikan (2002, 20) mukaan.

Analysoimalla markkinoilla jo olevia menestyskonsepteja Kallio, Pulkkinen ja Tiilikka (2002, 59) ovat hahmottaneet kolme erilaista monikanavajulkaisun liiketoimintamallia ja niiden syntylogiikkaa:

1. Erilaistettaessa sisältötuote useisiin kanaviin pyritään tunnettua tuotetta tai tuotemerkkiä hyödyntämään siten, että sisältötuotteita markkinoidaan toisistaan riippumatta ja jokainen mediaympäristö pyrkii olemaan itsenäisesti kannattava. Mallia voidaan luonnehtia perinteiseksi. Sitä sovelletaan markkinoilla jo menestyneen sisällön kohdalla erityisesti viihdeteollisuudessa: sisältö on yleensä mukautettu eri medioihin niiden käytön sekä teknisten ominaisuuksien mukaan. Tyypillisiä esimerkkejä ovat menestysromaaneista tai lastenkirjallisuuden hahmoista toteutetut elokuvat, pelit ja erilaiset oheistuotteet. Alkuperäinen sisällön luoja on usein lisenssin myöntäjänä uusiin medioihin, ei itse toteuttajana. Esimerkiksi Moomin Characters Oy:n tuotekehitys on ulkoistettu pääagentin kautta lisenssinhaltijoille, joiden maksamiin lisenssimaksuihin ansaintalogiikka perustuu. (Mt., 59.) Vastaavaa mallia on hyödynnetty taideinstituutioissa esimerkiksi oheistuotteiden markkinoinnissa tai esitysoikeuksien lisensoinnissa – harvemmin kuitenkin rinnakkaisten tai digitaalisten mediaympäristöjen kohdalla?

2. Sisällön monistamista uusiin medioihin, erityisesti digitaalisiin verkkoympäristöihin on käytetty erityisesti uutissisältöjen, mutta myös muiden hyötypalveluiden alueella. Sisältö

esitetään kaikissa medioissa samana, vain tekninen ympäristö saattaa vaatia muutoksia. Usein alkuperäisen *brandin* omistaja toteuttaa myös uuden sisältöympäristön, kuten useiden sanomalehtien tai esimerkiksi *Keltaisen Pörssin* kohdalla. Yrityksen tuotekehitys käsittää järjestelmäkehityksen sekä sisällön tiivistämisen ja kääntämisen. Ansaintalogiikka on mediakohtainen, tulot karttuvat esimerkiksi kuukausittaisista tilausmaksuista. (Kallio, Pulkkinen & Tiilikka 2002, 59.) Myös taideinstituutiot tuottavat verkkosivunsa itse, mutta niistä ei yleensä odoteta suoraa tuloa. Mobiilipalveluita sekä lipunmyynnin verkkopalveluita on kuitenkin kehitetty kumppanien kanssa menestyksekkäästi, mutta tällöin kyseessä on ennemminkin juuri hyötypalvelun vieminen uuteen mediaan kuin varsinaisen sisällön monistaminen.

3. Sisältökokonaisuuden suunnittelua monikanavajulkaisuun hyödyntävät televisio-ohjelmaformatit, kuten *Tilt* ja *Haluatko miljonääriksi*, joissa katsojia aktivoidaan osallistumaan ohjelmasisällön tuottamiseen. Ilmiö ei sinänsä ole uusi – erilaisia postikortti- ja puhelinäänestyksiä on liitetty televisio- ja radio-ohjelmiin jo kauan. Kuitenkin tekstiviestit ja Internet mahdollistavat vuorovaikutteisuuden viivästetyn tai lähes reaaliaikaisen toteutuksen. Sisällön tuottaja vastaa esitettävästä sisällöstä, kumppanit teknisestä kehityksestä. Eri medioissa toteutetut sisällöt tukevat toinen toisiaan, mutta ovat usein erilaisia. Kaikilla kanavilla on oma ratkaiseva merkityksensä ansaintalogiikassa, joka perustuu esimerkiksi hankerahoituksesta, mainos- ja sponsorituloista, tuottojen jakamisesta, lisenssituloista ja pääsylippituloista muodostuvaan hybridimalliin. (Mt., 59–60.) Paikallisesti toimiva taideinstituutio ei ehkä saavuta massamedian katsojamääriä ja houkuta samalla tavoin sponsoreita, jotka haluaisivat osallistua monikanavajulkaisun tuottamiseen tunnettuuden parantamiseksi, kuten kodinkonevalmistaja *Candy Loft Storyn* kohdalla. Silti yhteistyökumppaneiden hankkiminen digitaalisten sisältöjen toteutukseen sekä yhteismarkkinointi voivat olla harkitsemisen arvoisia ideoita myös taideinstituutioiden kohdalla.

Ylipäätään liiketoimintamallista ilmenevät tuotekehityksen kriittiset elementit sekä toimintaan osallistuvat tahot. Tuotekehityksen luonteeseen ja teknologiakeskeisyyteen vaikuttaa olennaisesti se, mitä jakelutekniikkaa käyttäen yrityksen tarjoama sisältötuote jaellaan. Periaatteessa sisältötuotantoyritys voi siis pyrkiä tuottamaan myös teknisen tuotekehityksen itse tai se voi alihankkia teknisen kehitystyön toiselta yritykseltä. Liiketoimintamallin ansaintalogiikka voi perustua hyvin erilaisiin maksuihin, ja se määräytyy useiden tekijöiden

summana. Ansaintamalli ei siis määriy suoraan jakelukanavan perusteella, sillä yksittäisen jakelukanavan sisällä voidaan soveltaa useita ansaintalogiikoita. (Mt., 20, 57–58.)

Haasteena suomalaisten sisältötuotantoyritysten toimintakulttuurissa pidetään tekijänoikeusvarallisuuden kasvattamista tuotannoissa palveluiden tarjoamisen ja kanava-asiakkaiden tilaustöiden tekemisen sijaan (mt., 61).

Oikeudet ovat sisältötuotantoyritysten varasto. Varastolla on arvoa vain, jos oikeudet ovat hallinnassa. (Jounela 1999, 181.)

Vientimarkkinoilla tekijänoikeudellisten ja sopimusjuridisten prosessien hallinta korostuu entisestään. Pelkästään oikeuksien hallinnointiin keskittyvä yritys on ulkoistanut sisältötuotteiden tuotekehityksen ja rahoittaa toimintansa lisenssituloilla. Tekijänoikeuden omistajat tekevät jakelukanavapartnerin kanssa sopimuksen, jonka turvin sisältötuote kaupallistetaan. Tunnettu *brandi*, riittävät taloudelliset voimavarat ja liiketoimintaosaaminen mahdollistavat paremman neuvotteluaseman jakelukanavan edustajien kanssa neuvoteltaessa. Toisaalta taas oikeuden omistaja voi löytää jakelijan, jonka strategiaan sisältötuotteen kaupallistaminen sopii hyvin ja joka siksi on motivoitunut tekemään menestyksen eteen töitä. Tällöin yhteistyökumppani saattaa tuotteen kaupallistamisen lisäksi tarjoutua rahoittamaan myös sen kehitystyötä tekijänoikeuksia vastaan. (Kallio, Pulkkinen & Tiilikka 2002, 61–62.) Toisaalta tässä on kotimaankin tasolla havaittu ongelmia: verkostoitumisen rakenteet puuttuvat, ja vaikka partneroituminen¹⁷ on muodissa, strategisten kumppanuussuhteiden riskejä pidetään suurina (Kaukomies 2002, 37, 40–41).

Sisältötuotantoalan rahoitus. Mediakulttuurin tutkija Minna Tarkka tarkastelee rahoituskysymyksiä sisältötuotantoalan yritysten näkökulmasta ja kritikoii arvoketjun¹⁸ lähestymistapaa. Hän katsoo liiketaloudellisen ja teollisen, tuotteen jalostumista ja arvon lisäystä kuvaavan, mallin johtaneen mekaanisen ja jakeluvetoisen käytännön omaksumiseen: *sisältö + alusta = sisältötuote*. Tämä on ilmennyt sisältötuotteiden tyypistymisenä: perinteisten sisältöjen, kuten audiovisuaalisten sisältöjen ja printtimedian, monistamisena ja jakeluna uusilla teknisillä alustoilla. Onnistunut sisältötuote syntyy kuitenkin vasta suhteessa käyttäjiin ja käyttöön, mutta tätä ei tuotanto- ja liiketoimintamalleissa oteta huomioon. Esimerkiksi

¹⁷ Partneroitumisella tarkoitetaan pitkäaikaista yhteistyötä, joka tuottaa osapuolilleen taloudellista lisäarvoa. Partneroitumisen avulla pyritään edistämään resurssien hallintaa ja riskienjakoa, nopeuttamaan toimintaa sekä antamaan volyyमितuja yritysten keskittyessä omiin ydintoimintoihinsa.

¹⁸ Tarkka viittaa F & L Managementin (1997, 47) käyttämään kaavioon sisältötuotannon arvonlisäketjusta.

vuorovaikutteisiin digitaalisiin toimintaympäristöihin sisältyvä vertaisviestinnän ulottuvuus usein unohtuu teknologia- ja markkinavetoisista hankkeista, joissa keskustellaan markkinoinnin termein *push*- tai *pull*-sovelluksista. (Tarkka 2002b, 19–22.)

Tarkan toimittamassa kotimaisen mediakulttuurialan kartoitustutkimuksessa 2002 keskeisiä havaintoja on, että pienistä yrityksistä muodostuva sisältötuotannon toimiala on merkittävä, mutta toistaiseksi melko huonosti tavoitettu osa suomalaista innovaatiojärjestelmää¹⁹. Edelleen sisältötuotantoalalle suunnattujen tuki- ja kehitystoimien vaikuttavuus näyttää heikolta. Yhtenä syynä tälle Tarkka pitää toistaiseksi ylhäältä alas johdettua, teknologisesti perusteltua muutuskulttuuria, jossa tekijöiden ääntä ei ole kuunneltu:

Tekijöiden näkökulmaa luonnehtiva sisäinen motivaatio, yhteisöllinen jakaminen sekä käyttäjä- ja merkityslähtöinen tuotanto ovat ristiriidassa 'sisältötuotannon arvoketjun' paketoivan ja jakeluvetoisen mallin kanssa. (Tarkka 2002a, 16.)

Todennäköisenä vaikuttimena Tarkka pitää myös diskurssien ja arvojen yhteensovittamattomuutta: toimialan kansalliset ja alueelliset kehitysohjelmat puhuvat eri kieltä kuin tekijät. Alan sääntely tarjoaa tuottajille usein sellaisia identiteettejä ja merkityksiä, joita tekijät eivät koe omikseen. Keinoja toimivan vuoropuhelun rakentamiseksi tulisi kehittää. (Tarkka 2002a, 16; Tarkka 2002b, 32–33.) Oletan, että sama pätee myös taideinstituutioiden harjoittamaan sisältötuotantoon.

Alan julkinen rahoitus keskittyy hankkeiden tai yksittäisten tuotantojen kehitykseen. Tarkan (2002b, 31) mukaan pitkäjänteisen, rakenteisiin suunnatun rahoituksen vähäisyys estää alan kestävän kehityksen.

Mediakulttuurialan tuotantoja kypsyttelään pitkään ja toteutetaan kokeilujen ja iteraatioiden kautta. Kyseessä on tutkimukseen ja kehitykseen rinnastettava toiminta, jossa perinteisten

¹⁹ Kansallisella innovaatiojärjestelmällä tarkoitetaan kaikkien niiden yhteiskunnallisten ja taloudellisten toimintatapojen, säädösten ja instituutioiden kokonaisuutta, jotka vaikuttavat tutkimus- ja kehitystyöhön sekä uusien teknologioiden, tuotteiden ja palveluiden kehittämiseen ja käytön laajuuteen. (Lievonon 2002, 7.) Uutta tietoa ja osaamista kehitetään tiedon tuottajien ja sen hyödyntäjien keskinäisessä yhteistyössä. Tiedon tuottajia ovat muun muassa yliopistot, tutkimuslaitokset sekä yritykset, tiedon hyödyntäjiä taas useimmiten yritykset, yksityiset kansalaiset sekä yhteiskunnan kehittämisestä vastaavat päätöksentekijät ja hallinto. Kansallisen innovaatiojärjestelmän tehtävänä on huolehtia kehityksen edellytyksistä. (Opetusministeriö 2000d.) Innovaatiojärjestelmän näkökulmasta innovaatiot ja niiden luominen nähdään monimutkaisina, vuorovaikutteisina ja avoimina oppimisprosesseina, joilla on kollektiivinen ulottuvuus. Tieto kuitenkin perustuu tiettyyn kontekstiin (esimerkiksi yritykseen tai toimialaan) eikä informaatio ole siten mille hyvänsä toimijalle suoraan käyttökelpoista, vaan vastaanottajalta vaaditaan kykyä omaksua ja soveltaa informaatiota. Toisin sanoen tiedon hyödyntämistä luonnehtii kumulatiivisuus ja polkuriippuvuus. (Kautonen, Kolehmainen & Koski 2002, 2–3, 122.)

tuotekehityksen menetelmien ohella hyödynnetään myös luovaa työskentelyä ja intuitiota. Tärkeä osansa kulttuurisessa tuotannossa on myös hiljaisella tiedolla, joka kypsyy kokeilujen ja kokemusten myötä. Tämä hitaampi tuotantocykli, (joka ei sulje pois tuotteiden markkinoille saattamista aikataulussa) kaipaava tukeen ”kärsivällistä rahaa”, jollaista eivät tähänastiset julkiset ja yksityiset rahoitusmuodot ole riittävästi kyenneet tarjoamaan. (Mt., 32.)

Ratkaisuna Tarkka (mt., 31) pitää rahoituksen ohella uudentyyppisiä verkostoitumishankkeita ja kiihdyttämöitä, jollaisia on kehitteillä alan osaamiskesköksissä ja hautomoissa. Sisältötuotanto-hankkeen linjaukset seuraavalle hallituskaudelle ovat avainasemassa, samoin Tekesin²⁰, Suomen Akatemian ja Sitran²¹ toimet tutkimus- ja kehitystyön suuntaamiseksi.

Digitaalisen sisältötuotannon edellytykset taideinstituutioissa. Jos lähestytään taideinstituutioiden digitaalista sisältötuotantoa ilmeisimmästä, markkinointiviestinnän näkökulmasta, Uusitalo (1999a, 630–631) jakaa tietoverkkojen käyttömahdollisuudet kahteen luokkaan: Internetiä käytetään vaihtoehtoisena viestintävälineenä ja jakelukanavana, eli perinteisesti markkinoinnin välineenä, tai sitten verkkosivuilla tarjotaan jo itsessään merkityksestä sisältöä eli kehitetään tiedollisia tai viihteellisiä palveluita, jotka hyödyntävät hypermedian vuorovaikutteisuuteen perustuvia ominaisuuksia. Digitaalisen kulttuurin ja kansalaisyhteiskunnan näkökulmista hahmottuu edelleen kolmas luokka: sisältötuotantoon yhdistyvät digitaalisen mediakulttuurin alueet, joissa tuottajien ja kuluttajien ero on vähemmän selkeä. (Fornäs 1999, 40; Mäyrä 1999, 100; Mäyrä 2002a). Digitaalinen yhteisöllisyys hahmottuu yhtenä vastauksena kysymykseen, miten tuodaan mainosrahoilla tuotetun viihdekulttuurin lisäksi toisenlainen kulttuuri vaihdannan markkinoille ja saavutettavaksi verkon kautta (Mäyrä 1999, 106–108; Viherä 1999, 59, 65–66).

Verkkopalveluiden kehittäminen ja ylläpito puolestaan vaatii voimavaroja: suunnittelua ja osaamista, yleensä useampien ihmisten työpanosta – toisin sanoen rahaa (Uusitalo 1999a, 631). Taideinstituutioista esimerkiksi teatteria jo muutenkin työvoimavaltaisena toimialana²² ajateltaessa ratkaisu on ilmeinen: yleensä tiukalla olevat budjettivarat menevät

²⁰ Tekes eli Teknologian kehittämiskeskus rahoittaa sekä tutkimusyksikköjen että yritysten haastavia tutkimus- ja tuotekehityshankkeita. Tekesin tehtävänä on edistää teollisuuden ja palveluelinkeinojen kilpailukykyä tekniikan keinoin. Toiminnalla tähdätään yhteiskunnan hyvinvointiin, viennin kasvuun ja teollisen pohjan laajentamiseen. Ks. <http://www.tekes.fi/> (viitattu 15.1.2003).

²¹ Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra on itsenäinen julkisoikeudellinen rahasto, joka pyrkii edistämään Suomen taloudellista hyvinvointia tutkimuksen, innovatiivisen toiminnan, koulutuksen ja yritysrahoituksen keinoin. Sitran toiminta rahoitetaan peruspääoman ja yritysrahoituksen tuotoilla. Rahastosta vastaa eduskunta. Ks. <http://www.sitra.fi/> (viitattu 18.2.2003).

²² Valtion tukemien teattereiden menoista keskimäärin 71 prosenttia on henkilöstömenoja, 11 prosenttia kiinteistömenoja ja 18 prosenttia toimintamenoja (Teatterin tiedotuskeskus 2001, 34).

työvoimakustannuksiin, joilla ylläpidetään organisaation ydintoimintoja, teatterissa esitysten tuottamista. Suuria summia ei ole irrotettavissa sisältötuotantoprojekteihin, vaan todennäköisesti esimerkiksi verkkosivuista huolehtii tiedottaja muiden tehtäviensä ohella.

Taideinstituutioiden rahoitus tulee Suomessa pääosin valtiolta ja kunnilta. Museoiden, teattereiden ja orkestereiden valtionosuusjärjestelmälle on ominaista, että laitosten rahoitus määräytyy kullekin ennalta rahoituksen perusteeksi vahvistettujen, toiminnan laajuutta kuvaavien laskennallisten henkilötyövuosien määränä ja henkilötyövuotta kohden määrättyjen yksikköhintojen perusteella. Esimerkiksi valtionosuuslainsäädännön piiriin kuuluvien suurten ja keskisuurten teattereiden rahoituksesta valtiontuen osuus oli vuonna 2000 keskimäärin 31 prosenttia, kunnanavustuksen osuus 44 prosenttia ja niin sanottujen omien tulojen osuus 25 prosenttia tulonmuodostuksesta (Teatterin tiedotuskeskus 2001). Vastaavasti maassa toimii 36 lakisääteisen valtionosuuden tai harkinnanvaraisen avustuksen piirissä olevaa sinfonia- tai kamarimusiikkiorkesteria ja kansanmusiikki- tai jazzyhtyettä. Orkestereiden lakisääteinen valtiontuki on 25 prosenttia menoista, ja päävastuu rahoituksesta on kunnilla (opetusministeriö 2000c). Edelleen sekä valtio että kunnat rahoittavat museotoimen menoista molemmat noin 40 prosenttia. Loppuosa rahoituksesta on museoiden omaa tuottoa sekä sponsoritukea. (Opetusministeriö 2000b.)

Haastatelluista toimijoista ainakin Galleria Rajatilaa ylläpitävä Rajataideyhdistys saa suuremman tuen opetusministeriöltä kuin kunnalta (Lampisuo & Penttinen-Lampisuo 2002). Valtionavustuksista säädetään yleislailla *Valtionavustuslaki* (688/2001), joka tuli voimaan 1.9.2001. Laki koskee erityisesti harkinnanvaraisia valtionavustuksia, joita ovat muun muassa opetusministeriön myöntämät taiteen ja kulttuurin edistämiseen tarkoitetut avustukset ja apurahat, esimerkiksi järjestöjen toiminta-avustukset. (Opetusministeriö 2000e.) Opetusministeriö tukee valtionavuin sekä muilla avustuksilla ja apurahoilla tietoyhteiskuntaan liittyviä hankkeita. Tietoyhteiskuntaohjelman piiristä haettavina olivat vuonna 2002 avustukset tieteellisten kirjastojen, arkistojen ja tutkimuksen tietohuollon kehittämiseksi, avustukset digitaalisen kuva-, ääni- ja multimediatuotannon ja jakelun kehittämiseksi sisältötuotantohankkeina, museoiden tietoyhteiskuntahankkeet, kulttuurialan tietokantojen kehittäminen sekä yleisten kirjastojen tietoverkkojen sisältötuotannon kehittäminen.

Kuten sanottua, esittävät taiteet eivät ole tietoyhteiskunta- tai sisältötuotantohankkeiden keskiössä, mutta kenties taideinstituutioiden sisältötuotannon mahdollisuuksiin tulisi kiinnittää enemmän huomiota. Sisältötuotannon kannalta keskeiseksi kysymykseksi

muotoutuu siten, onko taideinstituutioilla roolia sisältötuotannon prosesseissa ja minkälainen tämä rooli voisi olla. Omaavatko perinteiset taideinstituutiot esimerkiksi tekijänoikeuksia tai immateriaalioikeuksia, jotka olisivat hyödynnettävissä digitaalisessa sisältötuotannossa? Edelleen, voivatko sisältötuotannon liiketoimintamallit tarjota uuden lähteen taidelaitosten rahoituspalettiin pääsylipputulujen, sponsoritulujen ja pienenevän valtiontuen rinnalla? Tai voiko taideinstituutioiden sisältötuotantokeskusteluun ja -prosesseihin aktivoiminen avata uusia näkymiä merkityksellisten digitaalisten sisältöjen toteuttamiseksi?

Kädenojennuksen kulttuurialan digitaaliseen sisältötuotantoon tulisi siten tulla nykyisiltä rahoittajilta eli valtion tai kuntien taholta. Toinen vaihtoehto on, että taideinstituutiot valveutuvat ja voimaantuvat sisältötuotantohankkeiden perustamisessa ja hakevat rahoitusta yhdessä yritys- ja tutkimuspartnereiden kanssa esimerkiksi alueellisilta tai Tekesin ja EU:n kaltaisilta toimijoilta. Nykyisellään tämä puolestaan edellyttäisi huomattavaa teknistä ja liiketoiminnallista osaamista, sillä sisältötuotantohankkeiden odotetaan synnyttävän kestäväää ja tuottavaa liiketoimintaa.

Viherän (1999, 141, 169) näkemyksen mukaan tietoverkkojen palvelut eivät kuitenkaan synny vain markkinavoimin, eikä kilpailu yksin kehitä yhteiskuntaa hyväksi paikaksi elää. Vuorovaikutteinen viestintä yhteisten asioiden hoitamiseksi, toisista huolehtimiseksi ja omaehtoisen kulttuurin tuottamiseksi ei ole yksin markkinalogiikan alainen prosessi, vaan palveluiden kehittäminen edellyttää määrätietoista työskentelyä ja yhteistä panostusta. Sisältötuotanto voidaankin käsittää osaksi tietoyhteiskunnan kulttuurista ulottuvuutta, jolloin siihen sisältyy arkipäiväisenä ilmiönä ja kaikessa laajuudessaan digitaalisen median käyttö sähköpostiviesteistä verkkosivujen ja verkkopalveluiden tuotantoon. Tällöin sisältötuotannon edellytykset muodostuvat myös Viherän (mt., 46–47) esiin tuomista yhteisöllisistä tietoyhteiskunnan viestintävalmiuksista: teknisellä tasolla pääsystä verkkoihin, osaamisen tasolla yhteisestä kulttuurisesta pohjasta ja kyvystä toimia verkostoissa sekä motivaation tasolla halusta omaksua uusia taitoja ja halusta toimia yhdessä median välityksellä.

3 Tampereen Työväen Teatterin tapaustutkimus

Tampereen Työväen Teatterin (TTT) tapaustutkimus koskee teatterin verkkosivujen uudistamista sekä digitaalisen sisältötuotannon prosesseja teatterin organisaatiossa. Tapaustutkimuksessa selvitän, miten digitaalinen media taipuu palvelemaan teatterin tarpeita, toisaalta millaisia muutospaineita digitaalinen kulttuuri ja digitaalinen sisältötuotanto asettavat teatterille. Tapaustutkimuksessa kerään teatterin toimijoiden näkemykset siitä, miten Tampereen Työväen Teatterin tulisi toimia verkossa.

3.1 Lähtökohtana verkkosivuston uudistus

Tapaustutkimus kuvaa prosessia, jossa Tampereen Työväen Teatterissa on tavoitteena saada vuoden 2003 alusta verkkoon uusi sivusto sekä toimintaa myös sisäisen verkon puolelle. *Peter Pan* –musikaalin verkkosivut työstetään kokonaan uudella webbityökalulla, mutta myös vanha materiaali on tarkoitus siirtää uusille sivuille. Ydinkysymyksiksi muodostuvat, miten Tampereen Työväen Teatteri toimii verkossa ja miten verkkoläsnäolo toteutetaan johdonmukaisesti suhteessa organisaation muuhun toimintaan.

Verkkosivujen uudistuksessa teknisesti olennaista on se, että sivut toteutetaan jatkossa väliohjelman eli webbityökalun avulla. Käytännössä tämä tarkoittaa siirtymistä yksittäisten verkkosivujen tekemisestä tietokantapohjaiseen verkkopalveluun. Verkkopalvelun ylläpidon lähtökohtana palvelin- ja työasemaympäristö sanelee omat rajoituksensa, minkä vuoksi palvelimen ja verkon suorituskyky tulee tarkistaa (Uotinen 2002). Verkkosivujen sisällön tuotannon kannalta tärkeimmässä on kokonaisuus, jota voidaan päivittää kaikilta osin. Toisin sanoen olennaista on voida määritellä myös uusia tietorakenteita ja julkaisutapoja (P. Lankoski, henkilökohtainen tiedonanto 16.8.2002; Heinisuo 2001, 11).

Selainpohjaisessa ylläpitokäyttöliittymässä sisältöjä lisätään, muokataan ja poistetaan HTML-lomakkeiden avulla. Tällainen järjestelmä on helppo hajauttaa, sillä sivuston ylläpitäjien koneille ei tarvitse asentaa erikoisohjelmistoja. Selainpohjainen ylläpito hoidetaan salanasuojatusti ja salakirjoitetusti HTTPS/SSL-yhteyksin²³¹. (Heinisuo 2001, 6.)

²³ HTTPS/SSL, *HyperText Transmission Protocol, Secure / Secure Socket Layer*, käytössä esim. pankkipalveluissa.

Webbityökalulla tietojen päivittäminen ei myöskään vaadi monipuolisia koodaustaitoja: tiedot vain syötetään valmiisiin tekstikenttiin. Linkittämisessä ja tekstin korostamisessa käytetään kuitenkin HTML:stä tuttuja perustageja eli koodimerkkausta. TTT:ssa webbityökalun käyttöönoton uskotaan helpottavan huomattavasti työskentelyä: sivujen päivitys ei ole enää riippuvaista HTML-taitoisen tiedottajan paikalla olost.

3.2 Kenelle, mitä ja miksi: media ja sen käyttäjät

Painettua mediaa pidetään yhä ensisijaisena tiedotuskanavana: arviolta 70 prosenttia asiakkaista kaipaa yhä painotuotteita. Perinteisesti teatterin suurkuluttajina pidetään 45–65 -vuotiaita naisia²⁴ (Sirnö 2002). TTT:ssa kävijöiden massa syntyy kuluttajista, jotka ovat vähintään 40-vuotiaita, naisia, usein eläkeläisiä eli kyse on ryhmäasiakkaista, jotka käyttävät Suuren näyttämön palveluita (Välisalo 2002). Internetin käyttötilastojen perusteella eläkeläiset eivät kuitenkaan ole verkkosivujen otollisin kohderyhmä.

Kun eläkeläisryhmät käsitetään isoksi ja pysyväksi kävijäkunnaksi, verkkosivujen kautta tavoiteltavaksi kohderyhmäksi hahmottuu nuorempi yleisö. Lisäksi teatterin tiedottaja Minna Sirnö (2002) on havainnut parin viime vuoden aikana muutoksen asiakasrakenteessa: 20–30 -vuotiaiden osuus on kasvanut, ja tämä asiakasryhmä ottaa yhteyttä juuri verkon kautta. Myös suurella osalla työntekijöistä on jo käytössä verkkoyhteydet ja sähköpostit; yllättävän suuri osa netin kautta yhteyttä ottavista on yli 40-, jopa yli 50-vuotiaita naisia ja miehiä sekä yritysasiakkaita.

Eri tiedotuskanavat – Internet, lehdistömaailma ja ryhmämainonta – vaativat erilaisia painotuksia (Uotinen 2002). Verkon kautta ovat siis paremmin tavoitettavissa muut asiakasryhmät kuin eläkeläiset, ja verkkopalvelut olisi järkevää rakentaa tyypillisten käyttäjäryhmien – nuorten, nuorten aikuisten, yrittäjien, johtajien ja työpaikaltaan surffaavien toimihenkilöiden, sekä miesten että naisten – tarpeita ja käyttötottumuksia ajatellen. Yleisestä saavutettavuudesta ja hyvästä käytettävyydestä ei kuitenkaan ole haittaa, päin vastoin: samalla voidaan ottaa huomioon sekä erityisryhmien että mobiilien päätelaitteiden rajoitukset.

²⁴ Tilastojen mukaan suomalaisista eniten teatterissa käyvät edelleen naiset sekä vastaajat, joiden talouden bruttotulot ovat yli 33 600 euroa (200 000 mk) vuodessa, johtavassa asemassa olevat ja toimihenkilöt sekä korkeasti koulutetut. Yleisimmäksi syyksi teatterissa käymättömyyteen mainitaan mielenkiinnon puute (puolet tapauksista).

Myynnin päällikkö Kirsti Välisalo (2002) tuokin esiin tarpeen tietää enemmän verkkosivujen käyttäjistä ja käytöstä: kuka käyttää sivuja ja miksi; käykö käyttäjä myös teatterissa. Huomionarvoista on, että Internetiä käytetään enenevässä määrin tietolähteenä: tiedonhakuun yrityksestä tai organisaatiosta ja sen palveluista. Asiakkaiden ohella verkkosivujen tulisi palvella myös sidosryhmäviestinnän tarpeita: tarjota perustiedot organisaatiosta niitä tarvitseville. Verkkosivujen käyttäjistä ja käytöstä voidaan saada jotain selville verkkokyselyn avulla ja verkkosivujen käyttötilastoista. Kumpaakaan lähdettä ei kuitenkaan pidetä luotettavana – Internet-kyselyiden vastausprosentti on hyvin alhainen, eikä tietojen oikeellisuutta voida varmistaa; käyntitilastoja taas vääristää muun muassa *cache*-ongelma eli sivujen tallentuminen selaimen välimuistiin. Nielsenin (1999) mukaan verkkokyselyt toimittavat kyllä mielipidekyselyn tehtävän, jolloin käyttäjiltä voidaan kysyä: ”Miksi vieraillet sivuillamme?”

3.3 Mitä ja miten: käytössä oleva materiaali ja median ominaisuudet

Audiovisuaalisvälitteisenä taidemuotona teatteri tarjoaa paljon materiaalia verkkototeutuksille: sivuille voidaan digitoida ääntä, liikkuvaa kuvaa, tunnelmaa välittäviä valokuvia sekä rakentaa näistä vuorovaikutteisuutta hyödyntäviä kokonaisuuksia. Olennaisimpana sivujen tehtävänä haastatellut pitävät kuitenkin tiedonvälitystä. Tietojen esityksistä, teatterista ja sen palveluista tulee olla saatavilla nopeasti ja helposti, toisin sanoen kynnys teatterin lähestymiseen pitää säilyttää matalana. Syvemmällä rakenteessa tarjotaan laajentavaa taustatietoa ja projektikohtaisesti audiovisuaalisia sisältöjä.

Teatterin sivuilla kerrotaan jo nyt teatterin taustasta, yhteisöstä, organisaatiosta sekä historiasta, mutta taustatietoja saisi olla enemmän myös jokaisesta näytelmästä. Lisäksi voitaisiin valottaa, mitä kulissien takana tapahtuu: kuinka teatteri toimii, mitä TTT:ssa tehdään. Verkkosivuja pidetään sopivana välineenä tutustuttaa yleisöä teatteritaloon näyttämötyötä laajemmin.

Taidelaitoksen verkkosivujen pitää henkiä taidelaitosta itsessään. Jos sieltä nousee ensimmäiseksi kaupallisuus, niin ollaan aika lailla hakoteillä. Kulttuurilaitoksessa työskennellään taidetta varten. (Välisalo 2002.)

Sen lisäksi, että sivujen tulee tarjota taiteen ystävälle jo itsessään sisältöä, kuluttajan tulisi voida osallistua sivuston kautta teatterin toimintaan. Verkkosivujen uudistukselta toivotaan

toimivien tietopalvelujen ohella teatterissakäynnin sosiaalisuuden ja yhteisöllisyyden vahvistamista vuorovaikutteisten palvelujen, kuten keskustelun ja palautepalvelun, kautta. Lipun varaaminen ja ostaminen suoraan verkosta katsotaan myös olennaiseksi kehityskohteeksi.

Teosten esittely. Tiedottamisen ja markkinoinnin tehtäväksi katsotaan uteliaisuuden ja kiinnostuksen herättäminen valmiiden vastausten antamisen sijaan. Teatterinjohtaja Esko Roine (2002) pitää digitaalisen median keinoja, esimerkiksi äänen ja kuvan käyttöä, mahdollisuutena nopean, nasevan ja kattavan kuvauksen antamiseen esityksen sisällöistä. Tuote-esittely verkossa voi näin olla lähes rehellinen, hyvin myyvä sekä oikeita mielikuvia välittävä. Siitä, että esitykseen houkutellaan väärää yleisöä väärin perusteluin, ei ole hyötyä esittäjille eikä katsojille. Teatterin kohdalla Roine otaksuu digitaalisen median, esimerkiksi verkkosivujen ja -palvelujen, arvon vielä paljon suuremmaksi kuin pitkään aikaan aineellisten tuotteiden kohdalla. (Roine 2002.) Oikeiden mielikuvien välittäminen korostuu aineettoman palvelun markkinoinnissa myös sen vuoksi, että asiakkaat arvioivat kokemaansa palvelun laatua odotustensa mukaan ja kertovat kokemuksistaan eteenpäin. Niin sanotun viidakkorummun arvioidaan merkittävästi vaikuttavan teatteriesityksen elinkaareen.

Tilastojen mukaan nuoret luottavat esityksen valinnassa arvosteluihin enemmän kuin vanhemmat ihmiset. Arvostelut vaikuttavat teatterikappaleen valintaan keskimääräistä enemmän myös korkeakoulun sekä lukion käyneiden vastaajien kohdalla. (Taloustutkimus 2001, 5.) Niinpä arvosteluja ja sisältöpalautetta saattaisi olla perusteltua käyttää verkkosivuilla teatterissakäyntikokemusta syventävänä sisältönä.

Verkossa esitettävien, esityksiä koskevien tietosisältöjen ei katsota kilpailevan käsiohjelmamyynnin kanssa. Käsiohjelmien myynti ei ole tuottavaa toimintaa: käsiohjelman ostavan yleisön osuus on pieni, ja käsiohjelmien tuottaminen mielletään ennemminkin yleisön palveluksi. Katsojan kannalta käsiohjelmalla on tunnearvoa, se halutaan säilyttää, toisin kuin esimerkiksi netistä otettavat tulosteet. Toisekseen verkossa ei ehkä kannata julkaista samanlaista tietopakettia kuin käsiohjelmassa, vaan kiinnostavat lähteet teatteritietämyksen syventämiseen voidaan median ominaisuuksien mukaan linkittää. Yksi tapa lisätä vuorovaikutteisuutta on antaa käyttäjille mahdollisuus lisätä kiinnostava lähde tai ehdottaa kiinnostavaa linkkiä, kuten *weblogeissa*.

Tiedot teatterista. Niin tilastojen kuin käytettävyyssiantuntija Jakob Nielseninkin mukaan verkkosivuja käytetään ensisijaisesti tiedonhakuun ja tietoja teatterista hakevat asiakkaiden lisäksi erilaisten sidosryhmien edustajat. Nielsenin & Coynen (2001) mukaan tiedot, joita journalistit useimmiten hakevat yritysten sivuilta, ovat tiedottajan nimi ja puhelinnumero, yrityksen perustiedot (mm. toimitusjohtajan nimi ja ikä, johdon esittely, yrityksen historia, toimipaikan sijainti, toimintakertomus, lehdistötiedotteet), tiedot tapahtumista sekä tiedot rahoituksesta ja taloudellisesta tilanteesta. Lisäksi kaivataan mahdollisuutta ladata riittävän korkeatasoisia kuvia, joita voidaan käyttää juttujen kuvituksena. Myös tiedottaja Sirnö (2002) on havainnut työssään, että digimuotoisia kuvia kysytään entistä enemmän.

Nielsen & Coyne (2001) suosittelevat perustietojen esittämistä erityisessä lehdistölle suunnatussa osiossa. Toinen vaihtoehto on organisaation esittelyn erillinen osio (esim. Nielsen 2002). Nielsenin tarkastelussa lähtökohtana ovat amerikkalaiset journalistit ja yritykset, joiden kulttuurisista käytännöistä suomalainen kulttuuritiedottaminen ja myös journalismi todennäköisesti eroavat. Perustiedot organisaation taustasta ja toiminnasta lienevät silti kaivattua aineistoa myös suomalaisten taideinstituutioiden sivuilla.

Arkisto ja haku. Sirnö (2002) mainitsee uuden verkkosivuston tavoitteeksi arkiston, johon voidaan tallettaa tiedotteet, aineistot, vanhat kotisivut sekä painokelpoiset valokuvat. Arkisto toimisi siten myös kuva-arkistona verkossa. Tietoja kysytään ajoittain. Huomionarvoista on, että arkistointi vaatii levytilaa, ja teatterissa tallenteita kertyy runsaasti eri tiedostomuodoissa jo vuoden esityksistä.

Arkiston käytettävyyttä lisää huomattavasti hakutoiminto. Nielsen (1997) pitää nyrkkisääntönä, että yli 200 verkkosivua sisältäviin kokonaisuuksiin olisi syytä tarjota haku. Yli puolet käyttäjistä turvautuu verkkosivuilla hakuun; nämä käyttäjät ovat tehtäväorientoituneita ja haluavat löytää etsimänsä tiedon mahdollisimman nopeasti. Noin viidesosa käyttäjistä navigoi linkkien avulla, ja loput 30 prosenttia käyttävät molempia strategioita. (Nielsen 1997.) Hakuun voidaan tarjota linkki jokaiselta verkkosivulta tai hakukenttä voidaan sisällyttää sivunäkymään. Haku voidaan myös rajata myös esimerkiksi arkiston tiedostoihin. Hakumuodoksi Nielsen (2002, 2001, 1997) suosittelee avointa tekstikenttähakua, jolloin haku toimii sanahakuna.

Teknisesti haku verkkosivuilla edellyttää vähintään hakukoneen eli hakuohjelman (esim. PHP-koodipätkän) ohjelmointia tai hankkimista ja asentamista palvelimelle. Edistynyt

toteutus merkitsee tietokannan perustamista. Mikäli verkkosivut toteutetaan jatkossa webbityökalulla eli väliohjelmalla, jonka toteutus on tietokantapohjainen, kuuluu hakutoiminto todennäköisesti sen perusominaisuuksiin. Toisaalta erikoistuneet hakutietokannat (esim. *Google*) voivat olla ominaisuuksiltaan parempia kuin väliohjelmiin sisäänrakennetut (P. Lankoski, henkilökohtainen tiedonanto 16.8.2002). Pienen arkiston voi tietysti toteuttaa linkkilistanakin, mutta sen ylläpito erilaisten aineistojen kertyessä voi käydä työlääksi.

Ongelmia tietokannan ja haun perustamisessa saattaa tuottaa erilaisten tiedostojen ja arkistojen yhdistäminen. Yhdistettyä tietokantaa laadittaessa alkuperäiset luokituksetkin tulee säilyttää. Toisaalta hakuun voivat tuottaa ongelmia tietokantojen erilaiset rajapinnat. Jos hakukone ohjataan hakemaan tietoa eri tietokannoista palvelimen kautta, se ei erittele erilaisia tietokantoja, vaan käy ne kaikki läpi. Tietokantapohjaisessa toteutuksessa ei pitäisi ilmetä ongelmia, mikäli se on hyvin suunniteltu ja oikein toteutettu ja kaikki osiot on viety tietokantaan. (P. Lankoski, henkilökohtainen tiedonanto 16.8.2002.)

Näytelmäluettelon verkkoon viemisessä puolestaan on ongelmana myös se, ettei teatterissa kukaan hallitse kortisto-ohjelmaa, johon on tallennettu kaikkien teatterissa vuodesta 1901 alkaen esitettyjen näytelmien tiedot. Kuten Sirmö (2002) toteaa, tämän puolen taitojen kartuttaminen olisi ajankohtaista!

Tekijöiden esittely. Tilastojen mukaan katsojat panevat teatteriesitystä valitessaan eniten painoa näyttelijöihin (Taloustutkimus 2001, 5). Välittämällä verkkosivujen kautta tietoa talon tapahtumista ja tekijöistä voidaan tukea taideyleisön harrastuneisuutta ja tuoda katsojaa lähemmäksi teatteria. Kun katsoja tunnistaa näyttelijät, suhde teatteriin tulee elävämmäksi ja syvämmäksi. Tähän vaikuttaa myös näyttelijöiden näkyminen lehtien palstoilla. (Väisänen-Lahti 2002.)

Sen, mitä teatterissa tehdään, uskotaan kiinnostavan yleisöä. Esimerkiksi ryhmät pitävät kurkistusta kulissien taakse yhtenä mielenkiintoisimmista asioista.

Teatterissa vierailtaessa tiloista on vain yksi viidesosa yleisön nähtävillä, ja henkilökunnasta näkyy vielä vähemmän. (Uotinen 2002.)

Näyttelijöiden lisäksi teatterilla on voimavaroina monenlaista osaamista – ihmisiä, jotka eivät näy esityksissä, mutta joiden työpanosta ilman esitys ei toteutuisi. Ulkoisen tiedottamisen lisäksi oman talon osaamisesta kertominen voi palvella myös sisäisen tiedottamisen tehtävää

ja vahvistaa talon sisäistä yhteisöllisyyttä. Viestiihän teatterin verkossa oleva julkisivu myös organisaatiokulttuurista.

Tekemistä voidaan valottaa henkilöstön esittelyn yhteydessä tai tilaesittelyyn kytkettynä esimerkiksi kuvin tai videoleikkein. Kytketäänkö tekijöiden esittely tilan esittelyyn vai esitelläänkö tekijät omana osionaan, ratkeaa tilaesittelyn toteutuksen myötä.

Tilan esittely. Tampereen Työväen Teatterin tilat muodostavat markkinoinnin kannalta oman kokonaisuutensa: tilat pyritään saattamaan esimerkiksi kongressikäyttöön. Edelleen tavoitteena on antaa asiakkaille mahdollisuus vierailla TTT:ssa virtuaalisesti eli saada tilan esittely verkkoon kolmiulotteisena toteutuksena tai jollakin muulla tekniikalla. Tekninen johtaja Matti Uotinen (2002) viittaa Sydneyn oopperatalon verkkosivuihin²⁵ suunnittelun lähtökohtana: virtuaalinen vierailu taloon on toteutettu *Flashilla* ja korkeamman resoluution virtuaalipanoraamat *Quicktime VR* -elokuvina.

Yleensä laskentatehoa vaativat kolmiulotteiset animaatiot edellyttävät myös omaa lisäohjelmaa (*plug-in*) eli mediasoitinta (*mediaplayer*) tiedoston toistamiseen. Virtuaalipanoraamat, jotka rakennetaan valokuvista kolmiulotteiselle, ikään kuin sylinterinmuotoiselle alustalle, vaativat samoin lisäohjelman käyttäjän koneeseen, mikä saattaa rajoittaa käytettävyyttä. Yleensä mediasoitimet voi kuitenkin tarvittaessa ladata ilmaiseksi verkosta. Tilan esittely on toki elävämpi tällaisena, mutta tarkoituksenmukaisia voivat olla myös vaivattomammin selaimessa avautuvat valokuvat sekä kartat.

Tilan esittelyn yhteydessä voidaan esitellä myös teatterissa tehtävää työtä ja sen tekijöitä. Mikäli tuotannoista ryhdytään rakentamaan omat sivustonsa, joille kuvataan esimerkiksi suunnitteluprosessia ja lavasteiden valmistusta, mikäpä olisi mielekkäämpää kuin hyödyntää tätä materiaalia myöhemmin linkittämällä se kyseisiin tiloihin tai henkilöstön esittelyyn.

Markkinointi, erityisesti lipunmyynti. Ideaalitulanteessa asiakkaille annetaan mahdollisuus toimia itsenäisesti verkossa: kun kiinnostus teatteriesitystä kohtaan herää, tietoa tulisi olla saatavissa ja liput ostettavissa välittömästi. Tässä törmätään kuitenkin rakenteelliseen ongelmaan: lippujen myynti on sidoksissa Lippupisteen hallinnoimaan *MusicTicket-*

²⁵ Ks. http://www.soh.nsw.gov.au/h/ t_virtual_tour_fs2.html (virtuaalivierailu edellyttää, että selaimessa on Flash- ja Quicktime-lisäohjelmien lisäksi JavaScript-tuki kytkettynä; viitattu 22.8.2002).

lipunmyyntiohjelmaan, jonka ominaisuuksiin teatterissa ei voida suoraan vaikuttaa. Lippupisteen myyntipäällikkö Timo Mattila (henkilökohtainen tiedonanto 7.8.2002) lupaa lipun ostamisen verkosta helpottuvan syksyllä 2002: tällöin lippu on mahdollista maksaa välittömästi verkkopankissa ja tulostaa kotona. Samassa uudistuksessa asiakkaan näkymään tuodaan katsomokartta: vaikka asiakas ei edelleenkään pääse katsomaan etukäteen, millaiset näkymät hänen ostamiltaan paikoilta avautuvat, antaa pohjapiirros kuvan paikkojen sijainnista suhteessa katsomoon ja tilaan.

Varauksia yksittäinen asiakas ei verkon kautta pääse kuitenkaan jatkossa tekemään. Tapahtumanjärjestäjät pelkäävät, että asiakas voi esimerkiksi varata koko katsomon ja jättää paikat lunastamatta tai perua varauksen viime hetkellä. Tänä aikana paikat eivät ole muille myynissä.²⁶ Lisäksi ensimmäisten varausten tekemiseen tyhjästä katsomosta voi syntyä kynnys – varausnäkyvä voi näin antaa kielteistä viestiä tapahtuman laadusta. Yksittäisten asiakkaiden ohella lipunmyynnin tilanteen näkisivät myös kilpailijat, eikä sitä välttämättä haluta. Järjestelmää kuitenkin kehitetään tapahtumanjärjestäjien toivomusten ja tarpeiden mukaan. (T. Mattila, henkilökohtainen tiedonanto 7.8.2002.)

Myös peruutuspaikkojen tarjoamisen mahdollisuutta kaivataan. Välisalo (2002) katsoo mobiilipalvelun mahdollisuudeksi kohdentaa viestejä ja tavoittaa asiakkaita nopeasti tyyliin ”esityksessä on illalla tilaa”. Viime hetken lippujen tarjoamisessa (*last-minute ticket service*) Mattila (henkilökohtainen tiedonanto 7.8.2002.) pitää ongelmana hinnoittelun porrastusta. Pelkona on, että asiakkaat kokevat tulevansa eriarvoisesti kohdelluiksi hinnoittelussa ja että viime hetken lippuja jäädytään käyttämään. Tapahtumanjärjestäjä kuitenkin päättää, kuinka liput hinnoitellaan ja myydään. Tietysti jonkun täytyy seurata myyntitilannetta ja määritellä kriteerit: esimerkiksi jos näytökseen on kaksi päivää aikaa ja 20 prosenttia paikoista myymättä, niin silloin lähtee viesti tietylle ryhmälle. Toteutus mobiilipalveluna edellyttää asiakkaan kännykkänumeroa sekä lupaa tekstiviestien lähettämiseen. Palvelusta on keskusteltu, eikä Mattila usko sen olevan ylivoimainen toteuttaa. (T. Mattila, henkilökohtainen tiedonanto 7.8.2002.) Toinen vaihtoehto on lähestyä asiakasta sähköpostitse, mutta tällöinkin tilauspohjaisena palveluna ja esimerkiksi sisällytettynä teatteriklubin toimintoihin.

²⁶ Toisaalta varaukset voidaan ohjelmoida purkautumaan jo hyvissä ajoin ennen esitystä, ellei niitä lunasteta tilausehtojen mukaan. Tilannetta monimutkaistaa se, että tilausehdot vaihtelevat tapahtumanjärjestäjän mukaan.

Sirnö (2002) toivoo edelleen, että jo lippuja varatessaan asiakkaalla olisi mahdollisuus ilmoittaa, tarvitseeko hän pyörätuolipaikan tai induktiosilmukan. Tällöinkin olisi suotavaa, että asiakas voisi hoitaa lipun-oston prosessin loppuun asti itsenäisesti. Suoran verkko-oston yhteydessä tiedon erityistarpeista tulisi välittyä tapahtumanjärjestäjälle.

Asiakasrajapinta ja yhteisöllisyys: palautteen julkaiseminen vai keskustelu. Miten verkon mahdollistamaa sosiaalisen vuorovaikutuksen ulottuvuutta voitaisiin kehittää teatterin verkkosivuilla, on yksi tapaustutkimuksen alakysymyksistä. Onko teatterissa käyntiin liittyvä sosiaalinen ulottuvuus, seura, keskustelu ja tuttavien suositukset, vietävissä verkkoon esimerkiksi keskustelupalstan muodossa? Suosituksia pidetään Tampereen Työväen Teatterissa markkinoinnin kannalta hyvin merkittävänä, sillä viidakkorummun uskotaan edelleen olevan se, minkä mukaan näytelmät elävät tai kuolevat.

Verkkosivujen kautta teatterille tulee jo nyt paljon palautetta ja kysymyksiä, mutta palautteen analysointi ei ole järjestelmällistä eikä esimerkiksi verkkosivua, jolla palautetta julkaistaisiin, ole toteutettu. Hallintojohtaja Riitta Väisänen-Lahti (2002) otaksuu, että verkkosivujen kautta teatterissakävijän olisi helpompikin antaa palautetta, jos mahdollisuus siihen suotaisiin, ja palautteeseen voitaisiin vastatakin. Vuorovaikutteisuuden taiteilijoiden kanssa uskotaan tyydyttävän teatterissakävijöiden uteliaisuutta teatterin tekemisen suhteen. Näyttelijöiden ja muiden taiteilijoiden tulee kuitenkin säilyttää yksityisyytensä ja vapaa-aikansa. Palautteen käsittelyyn ja julkaisemiseen täytyy siis kehittää pelisäännöt.

Asiapalautetta keräämällä uskotaan myös voitavan kehittää sisäistä tiedonkulkua. Teatterissakäyntiä hiertäviin asioihin voidaan helpommin puuttua, kun ne todentuvat palautteen muodossa. Vaikka kaikki palautteet eivät sovi julkaistaviksi, talon sisällä niitä voidaan käsitellä sellaisinaan. Esityksen sisältöjä kommentoivalla palautteella Roine (2002) ei katso olevan merkitystä käytännön kannalta.

Parkkinen (2002) sen sijaan uskoo, että esitys voisi myös elää kommenttien mukaan. Jos esimerkiksi näytöksen loppu mainitaan useassa palautteessa huonoksi, ohjaaja voisi muuttaa sitä kesken esityskauden. Ohjaajalla on tähän aina esityksen katsottuaan mahdollisuus; samoin näyttelijä mielellään muuttaa raskaaksi kokemansa osuuden. Parkkinen ehdottaa myös palautteen keräämistä ennakkoyhteisöltä elokuvatuotannon ennakkoraadin tapaan ja uskoo siitä olevan kaikille hyötyä. Suomalaisessa teatterissa ohjaaja vastaa yksin taiteellisesta lopputuloksesta, mutta raatikäytäntö auttaisi testaamaan ratkaisuja. Olennaista on, ettei

raadilla tässä tapauksessa ole päätäntävaltaa. Raatina voisivat toimia teatteriasiamiehet, jotka katsottuaan ennakkonäytöksen lähettäisivät arvionsa sähköpostitse tai kirjoittaisivat ne keskustelupalstalle. (Parkkinen 2002.)

Verkon kautta tuleva palaute olisi hyvä saada ohjattua yhteen paikkaan. Sen hyödyntäminen olisi tällöin helpompaa, etenkin kun se olisi valmiiksi digitaalisessa muodossa. (Sirnö 2002.) Esimerkiksi lomakkeen kautta annettava palaute voidaan ohjata tätä varten perustettavaan sähköpostiosoitteeseen, useampaan sähköpostiosoitteeseen tai sähköpostiohjelman kansioon. Palautteen käsittelystä on sovittava talon sisällä, samoin julkaisemisesta verkossa palautteenantajan kanssa. Lomakkeeseen voidaan sisällyttää kohta, jossa kirjoittaja voi antaa luvan palautteensa julkaisemiseen teatterin verkkosivuilla.

Asiakkaille halutaan antaa mahdollisuus myös keskusteluun TTT:n esityksistä. Palauteosioita pidetään verkkosivuilla mielenkiintoisina, mutta automaattisesti päivittyvien keskustelupalstojen ongelmaksi katsotaan valvonnan työläys. Toimitettuja keskustelupalstoja taas vaivaa uskottavuusongelma:

Näillä sensuroiduilla sivuilla on se maine, etteihän niihin kukaan haukkuja laita. (Sirnö 2002)

Ennakkosensuuri on Suomessa kielletty perustuslaissa. Poikkeuksena mainitaan välttämättömät rajoitukset lasten suojelemiseksi. Myös uskonnollinen kiihotus sekä rikolliseksi katsottava sisältö voidaan sivuilta poistaa. Keskustelupalstan ylläpitäjä voi lisäksi ilmoittaa julkaisulinjansa, jonka mukaan viestit julkaistaan. (Vuortama 2002.)

Roineen (2002) mukaan keskustelupalsta saisi olla rehellinen: kehujen poimimisen ja julkaisun sijaan mielekkäämpää olisi todellisen keskustelun synnyttäminen. Samaan hengenvetoon Roine tosin epäilee, lähteekö yleisö siihen mukaan. Välisalo (2002) uskoo pienten näyttämöiden asiakkaista löytyvän käyttäjäryhmiä, jotka ovat kiinnostuneita teatterista ja voivat olla kiinnostuneita myös keskustelemaan. Roine (2002) katsoo, että teatteri voisi myös osallistua keskusteluun ja yllyttää sitä vastaväittämällä. Keskustelulla tulisi siis olla moderaattori, joka valvoo ja tarvittaessa ohjailee keskustelun kulkua. Keskustelupalstojen sisällöt tulisi käydä läpi välittömästi, vähintään saman päivän aikana (Välisalo 2002).

Yksi mahdollisuus julkaista palautetta esityksistä tai ylläpitää keskustelua on tehdä se sisäänkirjoittautumista vaativassa ja salasanasuojatussa osiossa, esimerkiksi teatteriklubin

sivuilla. Helsingin Kaupunginteatterin verkkosivuillaan ylläpitämä keskustelupalsta *Suuri Teatterifoorumi*²⁷ taas on avoimesti luettavissa, mutta edellyttää viestin lähettäjältä rekisteröitymistä. Tällöin käyttäjän oikea nimi, sähköpostiosoite, käyttäjätunnus ja salasana tulevat ylläpitäjän haltuun, ja tarvittaessa, esimerkiksi väärinkäytösten yhteydessä, ylläpitäjä voi estää käyttäjän pääsyn keskustelupalstalle.

Teatteriklubi: sähköposti- ja mobiilipalvelut tilauksesta. Sähköpostiosoitteisiin perustuvaa klubitoimintaa pidetään mahdollisena markkinoinnin kehityskohteenä. Yksinkertainen ratkaisu on perustaa sähköpostilista asiakkaista, jotka haluavat teatterin tiedotteet sähköpostitse. Teatteriklubiin eli tässä tapauksessa sähköpostilistalle tulisi voida liittyä myös verkkosivuilta esimerkiksi lomakkeen avulla; samoin sähköpostilistalta tulisi voida erota vaivattomasti. Toinen vaihtoehto on laatia rekisteröitymistä vaativa klubisivujen osio verkkosivujen yhteyteen. Myös rekisteröitymistä vaativa keskustelupalsta voidaan laajentaa teatteriklubiksi tai klubisivut voidaan toteuttaa ilman keskustelupalstaa.

Teatteriklubin ideana on tarjota rekisteröityneille jäsenille sähköisiä palveluita. Jäsensivut voisivat käsittää toimitettua sisältöä, keskustelupalstan, *weblogin*²⁸, tarjouksia, ilmoituksia ja mahdollisuuden tilata palveluita: sähköpostitiedotteita ja kenties mobiilipalveluita, resurssien mukaan. Mikäli *weblogia* voi kommentoida, siitä muodostuu jo eräänlainen keskustelupalsta. Jäsensivujen tukirankana voisivat toimia esimerkiksi teatteriasiamiehet, joiden olisi mahdollista arvioida ennakkoesityksiä ja vaihtaa kokemuksia teatteriretkistä keskustelupalstalla (Parkkinen 2002).

Välisalo (2002) katsoo mobiilipalveluiden toimivan juuri sitoutuneessa kanta-asiakasporukassa. Maksullisiin tekstiviestipalveluihin hän ei kuitenkaan usko. Voidaanko klubitoiminta paketoita vuosimaksulliseksi palvelupaketiksi tai lanseerataanko klubin sisällä erillisiä, mahdollisesti maksullisia palveluita, jää edelleen pohdittavaksi. Tältä saralta voi löytyä edellytyksiä sisältötuotannon liiketoimintaan, joka vahvistaisi teatterin omia tuloja tai ainakin auttaisi digitaalisten palveluiden perustamiskustannuksissa. Liikenne- ja viestintäministeriön tilaaman *NaviTam*-selvityksen (EPStar 2002b, 10, 16) mukaan

²⁷ Ks. <http://foorumi.hkt.fi/keskustelu/> (viitattu 19.8.2002).

²⁸ *Weblog, blog*, tiheästi päivittyvä, kronologisesti järjestetty, jonkin teeman ympärille rakentuva kokoelma hypertekstifragmentteja. Käytännössä eräänlainen päiväkirja, johon kävijät voivat liittää omia linkejään lyhyen selostuksen kera. Joissakin sovelluksissa viestejä voidaan myös kommentoida, jolloin blogi alkaa muistuttaa keskustelupalstaa. Sivustolla vierailevat ja keskusteluun osallistuvat voivat myös muodostaa verkkoyhteisön.

operaattorien palvelualustoille tuotettavissa mobiilipalveluissa suurimman riskin kantaa kuitenkin sisällöntuottaja.

Aina kirjautuessaan verkkosivujen erilliseen jäsenosioon asiakas voisi tarkistaa, mitä sähköposti- ja mobiilipalveluita on tilannut, ja peruuttaa sellaiset, joita ei enää halua. Asiakkaan tulisi voida myös tarkastaa ja muuttaa rekisteröitymistietojaan, esimerkiksi osoite- ja puhelinnumeronsa. Eduksi olisi, että klubin asiakastiedot päivittyisivät myös lipunmyyntijärjestelmän asiakasrekisteriin, sillä asiakas kokee todennäköisesti turhauttavaksi tietojensa muuttamisen moneen kertaan. Miten tämä teknisesti järjestetään, voidaanko sivuilta luoda yhteys asiakastietokantaan, on taas neuvoteltava Lippupisteen sekä verkkopalvelun toimittajan kanssa.

Idea teatteriklubista ei ole uniikki, sillä esimerkiksi Lippupiste on lanseeraamassa vastaavaa sähköistä infopalvelua omille sivuilleen syksyn 2002 aikana. Asiakkaan on jatkossa mahdollista rekisteröityä palveluun, ja palvelu voidaan personoida kiinnostusten mukaan. Rekisteröityminen nopeuttaa toimintaa ostovaiheessa: asiakkaan aiemmin antamat tiedot tulevat lomakkeelle esitetyinä. Rekisteröitynyt asiakas voi tilata maksuttoman, esimerkiksi kerran kuussa ilmestyvän sähköposti-infon, jonka sisältö voi olla tarjouksia tai tulevien kulttuuritapahtumien esittelyjä. Asiakas voi itse myös päivittää tietojaan. Isoimmaksi kustannusosaksi palvelussa Mattila mainitsee sen ylläpidon sekä tiedonkeräämisen eli sisältötuotannon. Kyse on kuitenkin Lippupisteen markkinoinnista, jossa pyritään saavuttamaan molemminpuolinen hyöty asiakkaan kanssa. (T. Mattila, henkilökohtainen tiedonanto 7.8.2002.)

Mediaelementit ja monikanavajulkaisun vaatimukset digitaalisessa sisältötuotannossa.

Tilastojen perusteella teatteriesityksen valintaan vaikuttaa näyttelijöiden jälkeen eniten musiikin, laulun ja tanssin osuus. Tätä painottavat erityisesti naiset, yli 65-vuotiaat, peruskoulupohjaiset ja pienten kuntien asukkaat. (Taloustutkimus 2001, 5.) Ovatko nämä myös verkon käyttäjiä tai löytyykö vastaavasti verkkosivujen käyttäjistä asiakkaita, jotka ovat kiinnostuneita lataamaan audiovisuaalisia sisältöjä: ääntä, kuvaa tai liikkuvaa kuvaa?

TTT:ssa katsotaan, että videoleikkeitä ja multimediakerrontaa voidaan hyödyntää esiteltäessä taloa, näytelmiä ja tulevaa ohjelmistoa: näytetään vilaus, kuinka pukuja valmistetaan tai sovitetaan, lavasteita pystytetään tai näyttelijä valmistautuu. Sisällön tuottaminen vie kuitenkin aikaa ja edellyttää kulttuurin muutosta.

Kaikki hyväksyvät sen, että toimittaja käy kyselemässä ja tekee taustajuttua, mutta oleminen kaiken kansan nähtävänä vaatii asenteellista muutosta. (Sirnö 2002.)

Ehdotusten täytyy kiertää monen ihmisen kautta tullakseen hyväksytyiksi. Sisältötuotannon prosessi täytyy siten suunnitella ja budjetoida sekä hyväksyttää eri tahoilla. Esimerkiksi videomateriaalin kuvauksiin täytyy olla tietty harjoitus sovittuna sekä ohjaaja tai assistentti, jolla kuvaus on hallussa. Tämä asettaa sisältötuotannon ennakkosuunnittelun ja valmistelun avainasemaan.

Koko näytelmän kuvaamisen ja näyttämisen tietokoneen tai digi-TV:n näytöllä ei uskota palvelevan tarkoitusta.

Koen, että tapahtuu elokuvalla tai televisiolle mitä tahansa, niin teatteri on aina ainutlaatuinen kokemus. Sen ainutlaatuisuuden siirtäminen ei onnistu, se menetetään, [kun tehdään tallenne]. [...] Näyttämöllä taas jokainen esitys on takuuvarmasti erilainen. Siinä aina jokin inhimillinen tekijä vaikuttaa, ja esitys muuttuu. Se on mielestäni teatterin vahvuus. (Sirnö 2002.)

Pennanen (2002) pitää paremman esitystaltioinnin tuottamista digitaalisen sisältötuotannon kiinnostavimpana mahdollisuutena. Esitysten tallentamisessa mennään kuitenkin tekijänoikeudellisesti niin monimutkaiselle alueelle, ettei teatterissa pidetä tarkoituksenmukaisena kuin mainos-spottien tuottamista. Tämä taas on hyvinkin mielekästä verkkojulkaisun kannalta. Esimerkiksi verkosta ladattavat elokuvien ennakkomainokset (trailerit) ovat useimmiten lyhyitä pätkiä, joita on pakattu eri formaatteihin (useimmiten *Windows Media*, *Quick Time*, *RealMedia*) ja erikokoisiksi versioiksi (pienemmät tiedostot modeemiyhteyksille ja suuremmat kiinteille yhteyksille). Mainosmateriaalien kohdalla tekijöiden suostumusta pidetään neuvottelukysymyksenä. Kun sopimukset on verkkojulkaisua varten kerran neuvoteltu, toimintatapa voidaan pyrkiä vakiinnuttamaan. Ulkopuolelta tilattuun materiaaliin taas on yleensä lunastettu täydet oikeudet kerralla (Uotinen 2002).

Pennanen (2002) uskoo multimedian ja mediavirtasovellusten tulevan teattereiden sivuille, joskin mediavirtapalveluiden kalleus vielä hidastaa niiden hyödyntämistä.

Helsingin Kaupunginteatterin sivuillahan on videoleikkeitä, mutta ne ovat yksikamerataltioinnilla otettua kokokuvaa. Sellainen toimii mielestäni huonosti. Teattereiden pitää tehdä trailereita niin kuin elokuvistakin tehdään. (Pennanen 2002.)

Parkkinen (2002) visioi webbikamerasta teatterin verkkosivuille ajettavia suorita Internet-lähetyksiä, jotka sisältäisivät ohjelmiston esittelyä, harjoituskuvaa tai johtajan kyselytunnin. Suoran lähetyksen jälkeen tallenteet olisivat ladattavissa sivuilta, kuten tavanomaiset videoleikkeet. Web-video eli suora lähetykset verkkosivuilla herättää kuitenkin uusia

kysymyksiä tarvittavasta tekniikasta, mediakäytöstä sekä tekijänoikeuksista. Sekä ennakkomainosten että web-videon kohdalla käyttäjä myös tarvitsee koneeseensa mediasoittimen.

Videoleikkeiden tuotannossa suurimpana haasteena pidetään osaamisen kapeutta.

Se on taas sitä sensuuriajattelua, että kyllä tämä on liian iso homma. Verrataan TV-tuotantoon, sen sijaan että lähdetäisiin siitä mitä tässäkin talossa on. (Parkkinen 2002.)

Aiemmin kuvaukset on tehty Tampereen ammattikorkeakoulun taiteen ja viestinnän osaston oppilastyönä. Toisaalta teatterista löytyy ääni- ja kuvapuolen osaamista. Parkkinen (2002) ehdottaa toiminnan painopisteen muuttamista uusien tekijöiden kiinnittämisen sijaan. Kun tekijät haetaan talon sisältä, he sitoutuvat sisältötuotantoon ja osaamisvaranto kasvaa. Tällöin tekijät ovat myös valmiiksi sisällä teatterin tekemisen prosesseissa.

Kyse on osittain myös siitä, minkälaista tasoa videotuotannolta edellytetään. Liikenne- ja viestintäministeriön tilaamassa selvityksessä (Accenture 2001, 18) mediavirtapalvelujen kuvan laatu määritellään käyttökelpoiseksi laaduksi erotuksena yleisradiolaadusta. Käyttökelpoisella laadulla tarkoitetaan sellaista kuvan laatua, jonka tavallinen kuluttaja hyväksyy kyseiseen käyttötarkoitukseen. Esimerkiksi verkossa mediavirtana välitettävän videolähetyksen (web-video) kohdalla käyttökelpoinen laatu vastaa yleensä hyvälaatuista kotivideo- eli VHS-tasoa. Kuvan laatu on kuitenkin subjektiivinen käsite, jonka määrittelemisen ja mittaamisen yksikäsitteisesti on hankalaa. Vaatimustaso muuttuu myös ajan kuluessa. (Accenture 2001, 18.) Edelleen voidaan todeta, että vaatimustaso vaihtelee median ja kerronnan lajityypin mukaan.

Verkkojulkaisussa videomateriaalia joudutaan pakkaamaan, ja käsittely heikentää kuvan laatua. Tähänkin toki pätee se, että mitä parempaa raakamateriaali on, sen parempiin lopputuloksiin päästään. TV-tuotannon tasoa on kuitenkin turha tavoitella Internetissä. Tuotannossa pitäisi siten löytää tasapaino yleisön hyväksymän riittävän hyvän laadun ja omien laatuvaatimusten välillä.

Ihan hyvin meillä voisi olla hyvä digikamera, ja itse kuvataan näissä tilanteissa. Se saisikin olla vähän sellaista... elävää kuvaa. (Uotinen 2002.)

Digitaalinen sisältötuotanto ja eritoten verkkojulkaisu edustavat vielä teatterissa vierasta kulttuuria: ajatus siitä, ettei materiaalin tarvitse olla hiottua eikä muodostaa loppuun asti vietyä kerronnallista kokonaisuutta, vaan se voi soveltua eri kanavien jakeluun ”VHS-

tasoisina” katkelmina, on uusi. Ratkaistavaksi jää, toteutetaanko tuotanto projektikohtaisesti ulkoa ostettavina palveluina vai hankitaanko laitteistot ja osaaminen taloon kohdistamalla voimavaroja uudelleen. Tuotannon lähtökohdat saattavat muuttua, jos materiaalista on tarkoitus julkaista versiot eri kanavilla. TTT:ssa on harkittu tietokoneohjatun infojärjestelmän²⁹ käyttöönottoa: järjestelmässä ideana on ajaa videokuvaa talon TV-ruutuihin ja tietokoneiden näytönsäästäjiin, samoin kadulle antavaan sekä lämpiöön sijoitettavaan tiedotusnäyttötimeen. Edelleen on mietitty esittelyn tuottamista ja jakelua CD-romina tai DVD:nä. Digitoitu materiaali on muokattava kuhunkin mediaan soveltuvaan muotoon, myös tallennus- ja pakkausmuodot vaihtelevat päätelaitteen mukaan. Esimerkiksi HTML-tiedosto soveltuu verkkoselaimelle, ja selaaminen on vuorovaikutteista. Tiedotuskanavassa taas pyörii valmiiksi tuotettu, yksisuuntainen multimediaesitys. Videotuotannon tulisi siis palvella myös näitä tarkoituksia. Sirnö (2002) ideoi myös yleisölle mahdollisuutta antaa palautetta esityksestä väliajalla ja saada palaute heti näkyviin järjestelmän kautta TV-*chatin* tapaan. Ongelmana on puuttuva tietotaito sekä *chat*-sovelluksen että järjestelmän kohdalla. Olennaista idean jatkokehittämissä lienee yhteistyö tiedotuskanavan tuottajan kanssa³⁰.

Verkossa olevan ja tiedotuskanavassa pyörivän sisällön lisäksi talon, näytelmien sekä tulevan ohjelmiston esittely on harkittu saatettavaksi jakeluun CD-romina, DVD:nä tai videokasetteina. Parkkinen (2002) ehdottaa ryhmämatkalaisten teatterielämyksen pohjustamista tulevan näytelmän alkulämmittelyllä sekä paluumatkan siivittämistä muun ohjelmiston esittelyllä. Esittelyyn voisi sisältyä myös teatterin historia. Kooste esitettäisiin ryhmämatkalaisille linja-autossa, jonka video- tai DVD-varustus tulisi etukäteen selvittää. Kun eläkeläisiä pidetään teatterin markkinoinnin kannalta suurena ja varsin pysyvänä kohderyhmänä, nousee kysymykseksi, palveleeko panostus tarkoitusta eli saadaanko ryhmä vierailemaan talossa useammin.

²⁹ Teatterin sisäinen tiedotuskanava on järjestelmä, jossa monitoriin, TV-ruudulle tai näytönsäästäjiin voidaan ajaa sisältöä tietokoneohjatusti. Tiedotuskanava voi pitää sisällään tekstiä, kuvaa, ääntä, videota, verkkosivuja, dokumentteja, taulukoita, tekstiviestejä tai sähköposteja; ohjelmassa ruutuja voidaan ajastaa. (EPStar 2002b, 3.)

³⁰ Järjestelmän tuottaja on Kuvakulma Kulmala & Peltonen Oy, joka vastaa myös NaviTam-kuvakanavasovelluksen järjestelmälustan tuottamisesta multimediapuhelimiin Oy Media Tampere Ltd:n koordinoimassa Tampereen kulttuuri- ja palvelukohteita koskevassa NaviTam-projektissa. NaviTam-sovelluksessa kyse on ajastettavien kuvaruutujen esitysjärjestelmästä mobiiliympäristössä – TTT:ssa tiedotuskanavalla ja mahdollisesti CD-romppuna jaeltavasta multimediaesityksestä voitaisiin siis rakentaa myös kanavasovellus multimediapuhelimiin (J. Lumio, henkilökohtainen tiedonanto 5.6.2002).

Parkkinen (2002) uskoo myös muistikorttien nopeasti yleistyvän kannettavissa päätelaitteissa, jolloin samaa dataa voitaisiin myydä muistikorttiin pakattuna. Vastaavia palveluita kommunikaattoriin ja uusimpiin matkapuhelimiin voidaan toteuttaa verkon yli palvelinkoneelta ladattavina ohjelmasovelluksina ja sisältöpäivityksinä (vrt. EPStar 2002b). Parkkisen (2002) mukaan nyt voitaisiin jo testata, minkälainen sisältö verkossa kulkee ja millaista materiaalia voidaan katsella pieneltä ruudulta. Esimerkiksi näyttelijä tai ohjaaja voisi olla lähikuvassa haastateltavana tai esittelemässä teosta.

Tuotanto voidaan joka tapauksessa suunnitella siten, että raakamateriaalista on muokattavissa sopiva versio kuhunkin välineeseen. Ratkaisevaa on, kuinka hyvälaatuisena ”paras” kanava kuvan toistaa eli millaista jälkeä videotuotannolta loppujen lopuksi edellytetään. Omat rajoitteensa tai vapautensa tuotannolle asettaa myös käyttöyhteys – kuinka keskittyneesti ja millaisin odotuksin käyttäjä mediaa ja sen sisältöjä seuraa. Lisäksi olennaista on varata aikaa sisällöntuotantoon: digitoidun materiaalin editointiin ja pakkaamiseen.

Digitaalisen sisältötuotannon välineetkin puuttuvat. Toimivaan videotuotantoon tarvitaan videokamera, editointi- ja pakkausohjelmat sekä videokaappauskortilla varustettu tietokone, jossa on riittävästi tehoa materiaalin käsittelyyn editointivaiheessa. Lisäksi palvelimelta edellytetään suorituskykyä mediavirran yhtäaikaiseen jakeluun päätelaitteille. Keskeiset päätökset koskevat tuotannon toteutusta: hankitaanko taloon omat välineet, jolloin on myös koulutettava ja palkattava joku käyttämään niitä, vai ostetaanko palvelu tai osa palveluista ulkoa. Yhdeksi vaihtoehdoksi Sirnö (2002) katsoo esityksen omien verkkosivujen toteuttamisen projektityönä, kuten tehtiin *Oliver!*-musikaalin yhteydessä.

Verkkoa hyödyntäviä taiteellisia hankkeita tai verkkoteoksia ei ole ajateltu lähtökohdaksi verkkosivuja toteutettaessa. Välisalo (2002) uskoo itsenäisen teoksen kuitenkin kasvattavan verkkosivujen itseisarvoa ja vaikuttavan teatterin imagoon. Multimediaa voidaan myös hyödyntää yleisökasvatuksessa. Esimerkiksi CD-rompuksi aikoinaan tuotetun *Theatron*-pelin verkkoon viemisen mahdollisuudet olisi hyvä tutkia. Tarvittaessa animaatioita ja esimerkiksi *Flash*-pelejä voidaan käyttää verkkosivuja elävöittämässä, mutta sitä ei pidetä itsetarkoituksena. Kyse on esityksen ja verkkosivujen kohderyhmästä, toisaalta käytettävissä olevista resursseista. Animaatiot ja vastaavat sovellukset mietitään tapauskohtaisesti ja niiden toteutus hankitaan palveluntuottajilta. Mahdollisuuksista lisää *Peter Panin* yhteydessä seuraavassa luvussa.

3.4 Peter Pan verkossa

Miten teatterin ohjelmistoon keväällä 2003 tuleva *Peter Pan* toimisi verkkosivujen uudistuksen myötä verkossa? Esityksen ilmeisenä kohderyhmänä ovat lapset ja nuoret, mutta pääasiassa se pyritään saattamaan yleisön tietoisuuteen musikaalina ja seikkailuna. Tarina sijoitetaan nykypäivään: näytelmän lapset asuvat Pyynikillä ja pelaavat *Playstationilla*. Esityksessä on paljon värejä, skeittajia ja rastoja, ja tyyli sekä musiikki on rock. Kyse ei ole perinteisestä lastennäytelmästä, ja nimen herättämiä assosiaatioita perinteiseen satuun pyritään välttämään. (Välisalo 2002.) Roineen painottama oikeiden mielikuvien välittäminen olisi siten hyvin keskeistä *Peter Pania* markkinoitaessa.

Peter Pan -musikaalin verkkosivustossa olennaisena pidetään toiminnan esittämistä median keinoin. Musikaalin esittelystä voidaan rakentaa esimerkiksi oma kokonaisuutensa, jossa käytetään liikkuvaa kuvaa ja ääntä. Verkkoon voidaan viedä digitaalisessa muodossa kuvia ja videopätkiä harjoituksista tai rakentaa pienimuotoinen ennakkomainos, jossa esitellään hahmot. Henkilöiden, näyttelijöiden ja tekijöiden uskotaan kiinnostavan yleisöä, samoin kuin sen, mitä teatterissa tapahtuu. Niin ikään esityksen tuotantoprosessi ja näyttämölle rakennettavat ratkaisut voivat kiinnostaa verkkoyleisöä: miten keijut lentävät tai kuinka laiva lipuu näyttämölle.

Peter Panin kohdalla voisi tuoda esille suunnitteluprosessia: vielä ennätettäisiin ottaa videokuvaa suunnittelusta ja ideoinnista, tai vaikka lavastaa sellainen tilanne. [Ohjaaja, koreografi Tiina] Brännare ja lavastaja voisivat vähän näyttellä, saataisiin siihen suunnittelutyöhön dramatiikkaa. (Uotinen, 2002.)

Sirnö (2002) katsoo, että sivut voidaan toteuttaa kokeiluna opiskelijaryhmän kanssa: talon graafikko vastaisi visuaalisesta ilmeestä ja opiskelijat toteuttaisivat projektin käytännössä.

Parkkinen (2002) taas ei kannata ulkopuolisina hankkeina toteutettavia kokonaisuuksia, koska silloin työskentelyllä ei ole merkitystä talon henkilökunnalle. Hän tähdentää, että osaamisen pitäisi löytyä talon sisältä. Tällöin ratkaisuista saadaan kestäviä.

Peter Panissa on se hankaluus, että siinä on vieraileva ohjaaja. Kuinka paljon se on silloin ulkopuolinen tuotanto. Minusta on tärkeää, että TTT, sen näyttelijät ja sen ohjaajat ovat etusijalla. Ja se näyttämötyö on se ykkönen. [...] Ajattelen sen merkitystä talon sisällä: talon sisäinen henki tulee ottaa huomioon. (Parkkinen 2002.)

Jotta markkinointiin saataisiin monipuolista aineistoa myös jatkossa, olisi digitaalinen sisältötuotanto istutettava teatterin toimintoihin. Kuvaukset on käsikirjoitettava ja

huomioitava harjoitusaikatauluissa riippumatta siitä, kuka sisältötuotannon toteuttaa. Henkilöstön ja työskentelyn esittely voidaan rakentaa *Peter Panin* sivuille ja tiedostot voidaan myöhemmin linkittää havainnollistamaan teatterin yleisesittelyä. Näin tuotetun aineiston elinkaarta saadaan jatkettua. Seuraavissa tuotannoissa voidaan esitellä toiset tekijät, tilat ja toiminnot.

Peter Panin käsiohjelma voisi Sirnön (2002) mukaan muuntua peliksi tai postikorteiksi. Nämä voisi siirtää saataville myös verkon kautta esimerkiksi *Flash*-pelinä ja sähköisinä kortteina³¹. *Flash*-sovelluksen voi istuttaa HTML-sivuun, ja tarvittaessa käyttäjä saa ladattua *Flash*-mediasoitimen koneeseensa maksutta. *Flash*-toteutuksen ongelmana pidetään sitä, että se ei ehkä palvele teatterin perinteistä yleisöä: selaimet eivät välttämättä ole uusimpia versioita eikä niissä näin ollen ole tarvittavia lisäohjelmia, kuten *Flash*-mediasoitinta.³² Kuitenkin etupäässä lapsille ja nuorille suunnatun pelin voisi mielestäni hyvin toteuttaa juuri *Flashilla*, sillä tämä *Peter Panin* kannalta keskeinen kohderyhmä käyttää verkkopalveluita kenties teatterin perinteistä kohderyhmää notkeammin. *Flash*-toteutusten monipuolisista mahdollisuuksista on useita esimerkkejä. *Disney's Peter Pan – Return to Never Land* -elokuvan yhteydessä Disneyn sivuilla julkaistu *The Lost Boys Adventure* -peli³³ viihdytti leikki-ikäisiä ja ehkä vähän vanhempiakin pelaajia. Kiasman *Kalervo Palsa, toinen tuleminen* -näyttelyn (14.9.2002–5.1.2003) yhteydessä museon verkkosivuilla julkaistu *Palsa-testi*³⁴ taas tyydyttää ja ruokkii taiteenystävien uteliaisuutta. Toteutukseltaan *Palsa-testi* muistuttaa *Helsingin Sanomien verkkoliitteen* jo edesmenneitä webortaaseja, vuorovaikutteisia verkkoreportaaseja. Toteutus vaatii kuitenkin ohjelmoinnin hallintaa, joka pitäisi teatteriin hankkia.

Playstationin tai Nintendon maahantuojat olisivat voineet olla kiinnostuneita yhteismarkkinoinnista *Peter Pania* lanseerattaessa (VÄLISALO 2002). *Sony Playstationille* julkaistiin *Disney's Peter Pan – Return to Never Land* -peli 12.2.2001, vastaava Disneyn

³¹ Ks. *Helsingin Sanomien verkkoliitteen* e-korttipalvelu: <http://www2.helsinginsanomat.fi/ekortti/etu.jsp> (viitattu 7.7.2003).

³² Viime aikoina esimerkiksi elokuvien verkkosivuja on toteutettu yhä enemmän *Flash*-animaatioina. *Flashin* etuina ovat mahdollisuus äänisuunnitteluun ja näyttävään jälkeen visuaalisessa suunnittelussa sekä sivujen lataaminen verkossa mediavirta-tekniikalla, jolloin haluttu osa sivuista on käytettävissä jo ennen kuin sivusto on kokonaisuudessaan latautunut. *Flash*-sovelluskehittäjän valmistaja Macromedia esittää sivuillaan arvion, että yli 97,8 prosentilla kaikista verkon käyttäjistä on käytössään *Flash*-mediasoitin. Arvio lienee ylioptimistinen. Macromedia: <http://www.macromedia.com/> (viitattu 21.8.2002).

³³ *The Lost Boys Adventure* -peli: <http://disney.go.com/disneyvideos/animatedfilms/neverland/index2.html> (seuraa linkkipolkua ”Games” > ”The Lost Boys Adventure”; viitattu 21.8.2002).

³⁴ *Palsa-testi* löytyy Kiasman sivuilta: <http://www.kiasma.fi/palsatesti/> (viitattu 19.9.2002).

elokuva tuli elokuvateattereihin 15.2.2002³⁵, ja samalla julkaistiin Nintendon *Gameboy Advance* -peli. Elokuvan Suomen ensi-ilta oli 15.3.2002. Disneyltä elokuva tuli myyntiin videona ja DVD:nä 20.8.2002³⁶. Yhteistyö voisi rakentua juuri multimediasisällön tai pienimuotoisen *Flash*-pelin ympärille, jolloin astuttaisiin askel lähemmäksi sisältötuotannon liiketoimintamalleja. Ongelmallista esityskohtaisessa multimediatuotannossa tosin on suomalaisen teatterin repertuaarijärjestelmä: esitykset poistuvat suhteellisen nopeasti ohjelmistosta, ja multimediatuotoksen elinkaari jää lyhyeksi. Pahimmillaan teatteriesitys voi poistua ohjelmistosta ennen kuin multimediatuotanto saadaan valmiiksi. (Pennanen 2002.)

3.5 Suositukset verkkosivuston toteutukseen

Maltillinen toteutus ja sivuston rakenne. Verkkosivusto voidaan suunnitella niin, että keskeiset tietosisällöt ovat niin sanotusti ylhäällä sivuston rakenteessa, jolloin käyttäjä tavoittaa ne nopeasti, ja kiusallisen hitaasti vielä esimerkiksi kommunikaattorilla avautuvat kuvat alempana, *thumbnailin* eli pienoiskuvalinkin takana. Kuten Uotinen (2002) toteaa, kaikkea sivustoon ei kannata eikä voi sisällyttää. Kysymys on jälleen kohderyhmävalinnoista. Tapaustutkimuksen perusteella järkevältä vaihtoehdolta vaikuttaisi peruspalvelun suuntaaminen laajalle asiakaskunnalle riisutun yksinkertaisena, nopeasti latautuvana HTML-toteutuksena. Herkkuja, esimerkiksi *Flash*-animaatioita ja mediavirtasovelluksia, voidaan tarjota valituille katsojaryhmille, kun se sopii esityksen luonteeseen.

Nykyisen sivuston sekä haastatteluissa esiin tulleiden seikkojen pohjalta verkkosivujen tulisi sisältää seuraavat osiot. Alakohdat kuvaavat lähinnä erilaisia harkinnanvaraisia toteutusmahdollisuuksia:

Etusivu: uutiset, poimintoja talon tapahtumista ja tekijöistä, yhteystiedot. Paluu etusivulle esimerkiksi vasemman yläkulman logosta.

Perusnavigaatioissa, joka voi olla navigaatiopalkki vasemmassa laidassa tai yläosassa, olisivat linkit osioihin:

³⁵ Ks. <http://disney.go.com/disneypictures/neverland/> (viitattu 21.8.2002).

³⁶ Ks. <http://disney.go.com/disneyvideos/animatedfilms/neverland/> (viitattu 21.8.2002).

- **Ohjelmisto** (näytelmittäin): esittelyteksti ja kuva esityksestä³⁷ sekä harkinnan mukaan linkit
 - kuvatiedostoihin (myös pressikuvat eli kuvat, joiden tarkkuus riittää painotuotteisiin, ellei erillistä pressi-osiota)
 - syventävään materiaaliin
 - video- ja äänitiedostoihin: haastattelut, trailerit, musiikki, laulu
 - muihin sovelluksiin: pelit, animaatiot, mediataide
 - esityskalenteriin ja myyntiin (Lippupiste)
 - mahdollisiin yhteistyökumppaneihin, jos nämä mainittu, esimerkiksi tekstistä tai logosta.
- **Esitysajat/esityskalenteri** sekä linkit
 - ohjelmistoon ko. esityksen esittelyyn
 - myyntiin (Lippupiste)
 - oheispalveluihin.
- **Lipunmyynti ja muut palvelut:** lipunmyynnin aukiolo ja erilaiset lipun ostamisen vaihtoehdot sekä linkit
 - myyntiin (Lippupiste)
 - katsomokarttoihin; pyörätuolipaikat, induktiosilmukkapaikat
 - teatterin näyttämöiden sijaintiin (kartta); paikoitusmahdollisuudet
 - lisäksi väliaikatarjoilun tilaaminen lomakkeella (tai sähköpostilla): esitys, milloin, mitä.
- **Henkilöstö**
 - organisaation esittely
 - henkilöstön esittely ja yhteystiedot; kuvia työpisteistä (linkit mahdollisiin videotiedostoihin).
- **Tilan esittely:** näyttämöt, tekniset tiedot sekä linkit
 - näyttämökarttoihin ja teknisiin tietoihin
 - teatterin sijaintiin.
- **Historiikki:** TTT:n historia, lisäksi linkki
 - arkiston näytelmäluetteloon.

³⁷ Vaihtoehtoisesti produktiokohtaiset omat sivut, jotka erottuvat muista ja sisältävät multimediaelementtejä, esimerkiksi animaatioita ja videoita.

- **Arkisto**
 - teatterin tiedotteet sekä näytelmiä koskevat uutiset ja valokuvamateriaali esimerkiksi aikajärjestyksessä esityskausittain
 - näytelmäluettelo, josta linkit ohjelmistosta poistuneiden näytelmien verkkosivuihin.
- **Keskustelu tai palautteen julkaiseminen**
 - rekisteröitymistä edellyttävä keskustelupalsta
 - vaihtoehtoisesti palautteen julkaiseminen näytelmittain tai esimerkiksi ”viikon palaute” -sivulla.
- **Palaute**
 - palautelomake sisäiselle palautteelle (asiapalaute sekä palaute jota ei haluta julkaistavaksi)
 - jos palautteen julkaiseminen korvaa keskustelun, lomakkeessa kohta ”palautteeni saa julkaista verkkosivuilla”.

Kunnianhimoinen toteutus: kohti sisällönhallintajärjestelmää. Webbityökalun eli väliohjelman käyttöönotto merkitsee todennäköisesti siirtymistä perinteisestä HTML-sivujen tuotannosta tietokantapohjaiseen verkkopalveluun ja kohti sisällönhallinta-³⁸ tai julkaisujärjestelmää. Kun staattisissa verkkosivuissa sisällöt ovat samoissa tiedostoissa kuin rakenteen määrittävä sivunkuvauskieli, dynaamisissa verkkosivuissa ja -palveluissa sisällöt ja rakenne eriytetään toisistaan. Verkkopalveluiden tai -sovellusten tietokannassa ylläpidetyt sivut saavat asiakassovellukselle (esimerkiksi verkkoselaimelle) soveltuvan asun vasta, kun ne välitetään käyttäjälle (Heinisuo 2001, 6).

Verkkopalvelun etuina pidetään sisällön päivittämisen, uusimisen ja ylläpidon helpottumista sekä sisältöjen hallinnan ominaisuuksia: hakua, selausta sekä käyttöoikeuksien ja tekijänoikeuksien hallintaa. Sisällönhallintajärjestelmällä tulisi esimerkiksi voida määritellä

³⁸ Sisältöjen hallinta tarkoittaa käytännössä erilaisten teksti- ja kuvasisältöjen tallentamista järjestetysti tietokantaan. Elementit kuvaillaan metatiedoin, joihin haku kohdistuu. Metatietoja voivat olla esimerkiksi tallennuspäivä, julkaisupäivä, tekijätiedot, tallentajan tiedot, käyttötarkoitus, luokitus, avainsanat ja suhde muihin sisältöelementteihin. (Heinisuo 2001, 4–5.)

Erilaisia sovelluksia tulisi voida liittää osaksi sisällönhallintajärjestelmää rajapintoja hyödyntäen. Kaikentyypisiä tietoja ei ole tarkoituksenmukaista saattaa yhtenäisen julkaisujärjestelmän piiriin, sen sijaan erilaisten järjestelmien tulisi kyetä vaihtamaan tietoja keskenään. Heinisuoon mukaan avoimuuden saa parhaiten aikaan käyttämällä XML-muotoa (*Extensible Markup Language*) tietojen luku- ja kirjoitusformaattina. Tietoja ei kuitenkaan tallenneta tietokantaan XML-muodossa. (Heinisuo 2001, 8–9.)

kokonaan uusia tietorakenteita sekä hallita sähköisiä lomakkeita ja kerätä niillä tallennettuja tietoja tietokantaan. (Heinisuo 2001, 3, 11.) Teatterin taajaan päivitettävien verkkosivujen sekä sähköisten palvelujen hallinnointiin tietokantaratkaisu voi tarjota toiminnallisia etuja. Se voi myös tukea kunnianhimoisempaa verkkopalvelun toteutusta sekä auttaa vastaamaan monikanavajulkaisun vaateisiin.

Teatterin verkkosivuston maltilliseen ratkaisuun suunniteltu rakenne soveltuu myös tietokantapohjaisen verkkopalvelun rungoksi. Palvelua voidaan laajentaa esimerkiksi hakutoiminnolla sekä salasanasuojatuilla teatteriklubin ja lehdistön osioilla. Laajennusten mahdollisuuksista on kuitenkin otettava selvää sisällönhallintajärjestelmää tilattaessa.

Esitykset voitaisiin esitellä multimedian keinoin ja niistä voitaisiin myös antaa syventävää tietoa. Niin erilaisten mediaelementtien kuin tekstitiedostojenkin arkistointi ja uudelleen hyödyntäminen helpottuu metatietojen ja näihin kohdistettavan hakutoiminnon avulla. Tietokantaan viedystä aineistoista osaan voidaan tarjota pääsy vain intrassa (sisäverkossa) tai salasanalla. Arkistoitavaa aineistoa voivat olla esimerkiksi teatterin tiedotteet, teatteria ja näytelmiä koskevat uutiset, valokuvat, ohjelmistosta poistuneiden näytelmien verkkosivut, käsiohjelmat, näytelmäluettelo ja muut digitaalisessa muodossa olevat materiaalit, esimerkiksi videot ja äänitteet. Verkkosivuilla hakutoiminto voidaan kohdistaa koko sivuston sisältöihin tai sijoittaa vain arkiston yhteyteen.

Tilan esittely voidaan myös toteuttaa monipuolisemmin kuin kuvin ja tekstein, esimerkiksi kolmiulotteisin mallinnuksin tai virtuaalipanoraamoin. Teatterin toimintoihin voidaan tällöin perehdyttää linkittämällä (*hot spots*) työskentelyä tai henkilöstöä kuvaavat materiaalit, esimerkiksi videoleikkeet, kyseisiin tiloihin.

Keskustelu tai palautteen julkaisu voidaan korvata rekisteröitymistä edellyttävällä, salasanasuojatulla teatteriklubin osiolla. Osio voisi käsitellä toimitettua sisältöä, tiedotteita, tarjouksia, keskustelupalstan tai *weblogin* sekä sähköpostilistojen ja mobiilipalveluiden tilauksen. Omien asiakastietojen hallinta ja niiden päivittyminen samalla myös lipunmyyntijärjestelmään palvelisi asiakasta. Parasta tietysti olisi, että kaikki teatterissakäyntiin liittyvät varaukset ja maksut voisi hoitaa kerralla kuntoon verkossa, myös kahvitilaukset lipun-oston yhteydessä. Palveluista ja rajapinnoista tulisi neuvotella Lippupisteen kanssa.

Organisaatioviestinnän kannalta järkevää olisi perustaa erilliset sidosryhmä- tai pressisivut, joilta löytyvät lehdistötiedotteet, linkit painokelpoisiin kuviin, kuvituskuvat, tiedottajan yhteystiedot sekä tarkemmat organisaation taustatiedot. Haluttaessa tämä voisi olla myös rekisteröitymistä edellyttävä, salasanalla suojattu osio.

3.6 Yhteenveto digitaalisesta julkaisusta

Suurimmat haasteet. Suurimpina ongelma-alueina digitaalisesta julkaisua koskevassa päätöksenteossa nousevat esiin tiedon ja osaamisen puutteet: mitä digitaalinen tekniikka ja maailma pystyy tarjoamaan? ketkä verkkosivuilla käyvät ja miksi? mitä uusi tekijänoikeuslaki ja sananvapauslaki tuovat tullessaan? Osittain kysymykset vaikuttavat kasvaneen osaksi sisältötuotannon institutionalisoitunutta sfääriä, joskin toimijoiden elämämaailmassa esimerkiksi suhtautuminen tallennetuotannon tekijänoikeuskysymysten ratkaisemiseen vaihtelee täysin determinoituneesta hyvinkin optimistiseen. Riskinä esimerkiksi esityskohtaisessa multimediatuotannossa nähdään myös lyhyt elinkaari. Vakiintuneiden sopimuskäytäntöjen ja hyvien mallien puute epäilemättä hidastaa teatterin toimijoiden voimaantumista uusien sisältötuotannon hankkeiden suhteen.

Haasteina tunnistetaan osaamisen kapeus, välineiden hankinta ja hallinta. Uusien käytäntöjen omaksuminen edellyttäisi organisaatiossa myös kulttuurista muutosta. Innostusta yleisöille avoimiin digitaalisiin yhteisöihin tai keskustelupalstoihin lieventää omat resurssinsa vaativa moderointi. Uhkakuvana ihmisten väliset kontaktit alkavat hämärtyä, jos viestitään vain tietokonevälitteisesti. Osaamispaletissa uusien taitojen rinnalla täytyy kuitenkin säilyttää myös vanhojen välineiden hallinta, esimerkiksi tiedottamisessa printtimedian osaaminen. Digitaalisessa muodossa olevan näytelmäluettelon ylläpito onkin parhaillaan vaakalaudalla kortisto-ohjelman osaamisen puuttuessa talosta. Resurssien jakaminen talon sisällä tuottaa oman ongelmakenttänsä, eikä voimavaroja nopeaan kehitykseen ole osoitettavissa. Resurssien niukkuus vaikuttaa myöskin suhteellisen kiinteältä ”rakenteelta”, objektivoituneelta institutionaaliselta taidemaailman sfääriltä, joskin erilaiset yhteistyömahdollisuudet voivat murtaa rakennetta.

Kiinnostavimmat kehitysmahdollisuudet. Digitaalisen sisältötuotannon vahvuuksina koetaan yleisön palvelu lippujen myymisen ja varauksen helpottamisen muodossa, suoraan verkosta tai vaikka digi-TV:n kautta. Verkon kautta voidaan myös tiedottaa teatterin olemassaolosta ja päästä esille uudella tavalla. Kehityskohteina nähdään vuorovaikutus

asiakkaan kanssa, mikä voitaisiin toteuttaa yhteisöllisyytenä keskustelupalstojen muodossa, TV-*chatin* kaltaisena tekstiviestipalautteena infokanavalla sekä ennakkoyleisön palautteen hyödyntämisenä. Digitaaliset mediat toimisivat siten moderneina julkisina sfääreinä ja tarjoaisivat välittävän pinnan refleksiivisiin käytäntöihin.

Digitaalisen median audiovisuaalisten keinojen uskotaan soveltuvan oikeiden mielikuvien välittämiseen teatterista. Monikanavajulkaisun menetelmiin perehtymällä verkkosivuille digitoitava materiaali voidaan hyödyntää myös infokanavalla ja CD-romina sekä muistikorteilla jaeltavissa esittelyissä. Tekijänoikeuksiltaan monimutkainen tallennetuotanto kiehtoo siten mahdollisuutena. Tapahtumia, uutisia, esittelyitä tai jopa esityksiä voitaisiin välittää *livenä* verkon kautta. Esittely tulisi tietysti testata myös mobiililaitteissa.

Audiovisuaalisiin ulottuvuuksiin luetaan mahdollisuutena myös visuaalisen ilmeen kehittäminen siten, että teatteri saavuttaa yhtenäisen ilmeen kaikissa eri julkaisuissa. Multimediasisällöt hahmotetaan myös yleisökasvatustehtävässä, esimerkiksi *Theatron*-pelin verkkoon saattamisen muodossa. Esityksiin liittyvät multimediasisällöt tai pienimuotoiset pelit kytkeytyvät sponsorointikuvioihin sekä yhteistyöhankkeisiin opiskelijoiden kanssa.

4 Digitaalisen median käyttö ja sisältötuotannon haasteet taideinstituutioissa

Jos tietoyhteiskuntaistumista tarkastellaan digitaalisen median ja Internetin käytön yleistymisen näkökulmasta, kehityssuunniltaan taideinstituutiot seuraavat muita organisaatioita: omat verkkosivut ovat olemassa, työssä verkosta haetaan ensisijaisesti tietoa, sähköpostia käytetään enenevässä määrin sekä ulkoisessa että sisäisessä viestinnässä ja ylipäätään tietokoneistuminen on hitaassa kasvussa (vrt. Nurmela 2001a, 36–37). Taideinstituutiot vaikuttavat siten varsin voimaantuneilta digitaalisen median käytössä.

Tarkasteltaessa toimijoiden kenttää koko laajuudessaan, laadulliset erot alkavat hahmottua. Toisin kuin vuoden 1999 tilastoista (mt., 38) voisi päätellä, kaikille kulttuuritoimijoille sähköpostin käytöstä ei ole vielä tullut rutiinia. Taidot vaihtelevat suuresti digitaalisen tekniikan hyödyntämisessä. Mitä pienempää organisaatiota tarkastellaan, sitä nopeammin resurssikysymykset yleensä tulevat vastaan. Tekniikkaan ja osaamiseen panostaminen tekee tuntuvan loven pieneen budjettiin sekä niukkoihin henkilöresursseihin, jolloin panostukset harkitaan tarkkaan. Tällöin muutos on hitaampaa ja se riippuu johdon tai jopa yksittäisen työntekijän osaamisesta sekä asenteista.

4.1 Suhde digitaaliseen mediaan

Tässä kappaleessa nostan esiin toimijoiden usein tai erityisen painokkaasti esittämiä teemoja oman teemoitteluni ulkopuolelta. Niissä kiteytyvät ehkä omaa kysymyksenasetteluani olennaisemmat taideinstituutioiden toimijoiden medialle antamat merkitykset.

Medialukutaito ja tiedonhaku. Medialukutaidon ja mediakriittisyyden kehittämistarpeet erilaisten viestintävälineiden kautta tulevan informaation äärellä nousevat haastatteluaineistosta esiin toistuvasti. Haastatellut ovat huolissaan eritoten lasten ja nuorten kyvyistä suhteuttaa erilaisia viestejä toisiinsa ja asiayhteyksiinsä. Huoli lienee perusteltu, ovathan lapset ja nuoret tilastojen mukaan se ikäryhmä, jossa kaikille tarjoutuu pääsy verkon äärelle koulussa ja usein myös kotona. Toinen erityisryhmä, josta kannetaan huolta, ovat vanhukset, joita pidetään riskiryhmänä syrjäytymisen kannalta. Kolmantena mainitaan työikäiset yli 40-vuotiaat, jotka eivät omin avuin kykene opettelemaan tietoyhteiskuntavalmiuksia työnsä ohessa. Digitaalinen jako ei siis koske vain erilaisia

yhteiskuntia, vaan sillä on monet vaikutuksensa yhteiskunnan sisällä. Opastusta kaivataan perustoiminnoissa, kuten tiedonhaussa ja sähköpostin käytössä.

Elinikäinen oppiminen. Suurimpana ongelma-alueena digitaalisen median käyttöönoton kannalta taideinstituutioissa pidetään ihmisten osaamista ja uuteen ajattelutapaan kouluttamista. Monesti tilanne hahmotetaan sukupolvikysymykseksi: digitaaliseen maailmaan kasvaneen sukupolven uskotaan eroavan osaamiseltaan ja asenteiltaan niistä, jotka ovat opetelleet tekniikan käytön työelämässä, puhumattakaan niistä, joiden työympäristöön tietokone tai tietoverkot eivät kuulu.

Tässä on todella kaksi maailmaa: toiset, jotka ovat syntyneet tietokoneen sisälle suunnilleen, sinun ikäisesi ja nuoremmat, tai alaa opiskelleet. Heillä on ihan oma maailmansa, omat kielensä. He eivät ymmärrä sitä, että me emme ymmärrä, vaan meille pitää puhua niin kuin suomeksi. Tässä on ihan selvä ero sukupolvien välillä. [...] Meillä ei ole sitä samaa myötäsyttyisyyttä kuin niillä, jotka lapsesta lähtien ovat eläneet siinä. (Saressalo 2002.)

Parhaaksi keinoksi asenteelliseen muutokseen katsotaan opastus suoraan toimintaan verkon äärellä: ahaa-elämyksen tuottaminen, että näinkin voidaan toimia. Koulutustarvetta nähdään perusosaamisen tasolla: sähköpostin ja digitaalisen median käytössä ja käytön varmuuteen luottamisessa, niin oman talon työntekijöiden, kulttuurialan toimijoiden kuin myös kaupungin kulttuuritoimen kohdalla. Kulttuurialan tiedottajien toimintakyky digitaalisessa mediassa vaihtelee suuresti ja pahimmassa tapauksessa rajoittaa kanssakäyntiä sekä yhteistyön mahdollisuuksia.

Tietoyhteiskuntakehitys haastateltujen kulttuuritoimijoiden kohdalla ei niinkään näyttäyty yhtenä suurena muutoksena, vaan ennemminkin työn siirtyminen tietokoneen ja Internetin äärelle viimeisten 15–20 vuoden sisällä on tuonut useita pieniä muutoksia sekä muutokseen mukautumisen ja uuden oppimisen maksimiin. Usein uudet järjestelmät ja ohjelmat on opeteltu työpaikalla itse, kantapäähän kautta. Järjestelmien käyttöönotossa on havaittu hankaluuksia, ja usein niitä on täytynyt parannella matkan varrella. Kehitystyössä painotetaan ihmisten kouluttamista digiaikaan ja työntekijöiden sitouttamista muutosprosesseihin. Keskeisessä asemassa on toisin sanoen se, miten muutokset viedään läpi työpaikalla – vähintäänkin työntekijöille tulisi kertoa, mistä on kyse ja miksi muutoksiin ryhdytään (Tuulasvaara-Kaleva 2002).

Esimerkiksi teattereihin on tullut paljon väkeä suoraan keskikoulu- tai ylioppilaspohjalta, jolloin ajatteluun ei automaattisesti sisälly kehitysnäkökulmaa. Tampereen Työväen Teatterin henkilökuntaa on koulutettu oppisopimuskoulutuksella ATK:n perusteiden, ammatillisen

osaamisen ja tiimityöskentelyn hallintaan. Tietokoneen ja sähköpostin käytön peruskoulutusta on tarjottu keväällä 2002, sillä esimerkiksi näyttelijöistä 95 prosenttia ei ollut koskenutkaan tietokoneeseen. Avainasemassa koulutukseen panostamisessa on organisaation johdon päätöksenteko: johtotasolla kouluttautumista pidetään osana ammattitaidon ylläpitoa, jolla on ratkaiseva vaikutus läpi työuran.

Pienempien teattereiden kohdalla kouluttautumisessa voi ilmetä toisenlaisia ongelmia: koulutuksen ajaksi työntekijöille ei löydy tuuraajia. Yksi vaihtoehto voisi olla verkko-oppimisympäristön kehittäminen teatterialan täydennyskoulutuksen tarpeisiin. (Uotinen 2002.)

Rahoitusongelma. Haastattelujen perusteella vaikuttaa siltä, ettei tietoyhteiskuntaistumisen ja digitaalustumisen tuomaan muutokseen ole osattu varautua taideinstituutioissa. Ongelmia digitaalisen median hyödyntämisessä tuottaa se, ettei voimavaroja nopeaan kehitykseen ole yhtäkkiä osoitettavissa. Kehitysrahaa ei ole osattu varata eivätkä taidelaitosten tulot esimerkiksi valtiontuen muodossa kasva. Digitaalisen median ja tietoyhteiskuntaistumisen hankkeisiin osoitetut varat ovat pois muusta toiminnasta, jolloin kyse on priorisoinnista ja arvoalinnoista.

Jätetäänkö sitten eläkeläisten virkistyskerhot pyörittämättä ja ostetaan koneita ja ihminen. Sehän se olisi hyvinvointia. Nämä ovat isoja arvovalintoja. [...] Tuon tietomaailman *an sich* vuoksi ei kannata luopua mistään, jos työntekijät eivät riitä. Hehän ovat ihmisiä, jotka istuvat tyhjän pantteina tekemässä kaikennäköistä, mistä ei ole varsinaisesti hyötyä asiakaskunnalle. (Saressalo 2002.)

Perustehtävän toteuttamisen kannalta tilanne vaikuttaa sietämättömältä – taideinstituutiot eivät kykene vähenevillä voimavaroilla sekä hoitamaan perustehtäväänsä että vastaamaan digitaalustumisen haasteisiin, esimerkiksi kilpailemaan markkinointipanostuksilla muiden vapaa-ajanviettomahdollisuuksien kanssa. Sijaa vaikuttaisi aivan ilmeisestikin olevan vaihtoehtoisille rahoitusratkaisuille, sille paljon puhutulle verkostoitumiselle sekä uudenslaisille yhteistyökuvioille digitaalisten palveluiden tuottamisessa.

Tekijänoikeuslainsäädäntö. Tekijänoikeuslainsäädännön uudistuksen toteutumisesta ei vielä haastatteluajankohtana ollut tietoa; suuria muutoksia siitä ei kuitenkaan odoteta koituvan taideinstituutioiden nykytilanteeseen verrattuna. Tekijänoikeudet markkinointitarkoituksiin tulevaisuudessa verkkojulkaisuissa hahmotetaan pääsääntöisesti sopimuskysymyksiksi, mutta esimerkiksi videoleikkeiden verkkojulkaisusta ei ole vakiintuneita sopimuskäytäntöjä. Teatteriesitysten tallennetuotannon kohdalla tekijänoikeuskysymykset ovat ratkaisua vailla.

Materiaalien julkaisematta jättämistä perustellaan kuitenkin pääasiassa muilla syillä kuin lainsäädännöllä: osaamisen ja ajan puutteella, kustannuksilla sekä saavutettavan hyödyn vähäisyydellä.

Muistiorganisaatioissa – museoissa, arkistoissa, kirjastoissa – pohditaan aktiivisesti, miten materiaali saataisiin ihmisten käyttöön. Teknisiä esteitä arkistoihin pääsyyn ei ole, mutta huomioon on otettava esimerkiksi tekijänoikeuslain, henkilöstösuojalain ja julkisuuslain asettamat rajoitukset. Museokeskus Vapriikin museoamanuenssi Tiina Tuulasvaara-Kalevan (2002) mukaan digitaalisen julkaisemisen ja sisältötuotannon monimuotoisella kentällä tekijänoikeuksiin, niiden merkitykseen ja hallintaan tulisi kiinnittää enemmän huomiota. Tekijöiden tulisi aina tietää, kenen materiaalia käytetään sekä miten ja mihin sitä voidaan käyttää. Tekijöiden tulisi hallita sekä kohteen oikeudet että omat oikeutensa. (Tuulasvaara-Kaleva 2002.)

On aivan selvää, että tekijänoikeuslaista tulee seuraava perustuslaki digitaalisessa maailmassa. (Tuulasvaara-Kaleva 2002.)

Sisältötuotannon jakeluvetoisten mallien perusteella vaikuttaisi ensiarvoiselta hahmottaa taideinstituutioiden asema ja oikeudet arvoketjussa. Tärkeää olisi myös herättää keskustelua siitä, mitä oikeuksia alkuperäismateriaalien tuottajilla on muun muassa sisältötuotannosta koituviin tuloihin.

Tuulasvaara-Kaleva (2002) katsoo, että juridinen ulottuvuus tulisi ottaa esiin jo peruskoulutasolla opettaessa hypermedian tekemistä. Olennaista olisi käydä läpi, onko tekijänoikeudet selvitetty, mitkä materiaalin käyttäjän oikeudet ovat, kuinka paljon materiaalia voidaan muuttaa, miten ilmoitetaan lähteet ja voidaanko materiaali luovuttaa edelleen lähdeaineistoksi. Sopimukset tulisi laatia aina tapausten mukaan.

4.2 Internet tiedottamisen ja markkinoinnin välineenä

Markkinointi käsitetään tässä toiminnanohjausjärjestelmäksi, jonka avulla turvataan edellytykset kulttuuriorganisaation ydintoimintojen ylläpitoon: suodaan taiteilijoille rauha taiteen tekemiseen ja yleisölle mahdollisuus taiteesta nauttimiseen. Organisaatiolle markkinoinnin lähestymistapa tarjoaa sekä strategisia että operatiivisia työvälineitä toiminta-ajatuksen (mission) määrittelystä aina markkinointiviestinnän keinojen valintaan (vrt. Uusitalo 1999b, 141–142). Markkinoinnin näkökulmasta Internet tarjoaa esimerkiksi

mahdollisuuden asiakasryhmien tavoittamiseen verkkosivujen kautta sekä asiakaskontaktin ylläpitoon ja vuorovaikutukseen keskustelupalstoilla tai sähköpostin välityksellä.

Haastatelluissa kulttuuriorganisaatioissa verkkosivut mielletään lähinnä juuri yhdeksi uudeksi tiedotus- ja markkinointikanavaksi, jossa täytyy näkyä vanhojen kanavien ohella. Sähköpostin katsotaan helpottavan kohdennettua, vuorovaikutteista viestintää: se on nopea, kätevä ja antaa valinnan mahdollisuuden – viestin vastaanotto ei ole paikkaan tai aikaan sidottua.

Digitaalinen media on yksi lyijykynänpätkä lisää. Se on kommunikointia helpottava elementti. (Lilja 2002.)

Teattereissa ei kuitenkaan uskota digitaalisten ratkaisujen kestävyYTEEN: jos ensimmäinen yhteydenotto tulee verkon kautta, myyntitilanteeseen pääseminen vaatii soiton jälkeenpäin. Teattereita kiinnostavatkin etupäässä asiakkaan mahdollisuudet varata ja ostaa lippuja itsenäisesti verkossa.

Verkkosivut. Kaikilla haastatelluilla organisaatioilla on verkkosivut, mutta markkinointivälineinä niitä ei ajatella. Useimmissa organisaatioissa verkkosivujen kehittämisestä, esimerkiksi sivuille vietävästä digitaalisesta materiaalista, koitua lisäarvo askarruttaa. Tietoa kaivataan sivujen käyttäjistä ja käytöstä: ovatko verkkosivujen käyttäjät myös palveluiden käyttäjiä, ja mitä asiakkaat verkkosivuilta haluavat?

Kynät ja kumit on, keskeistä on se mitä niillä tehdään. Mahdollisuudet ovat lähes rajattomat, mutta usein se on rahasta kiinni, ja siitä, mihin ollaan menossa ja mihin halutaan mennä. Täytyy tietää, miksi tarvitaan jotakin. (Lilja 2002.)

Tukimediaksi miellettyjen verkkosivujen ylläpito on toiminnassa taka-alalla, ja niiden sisältö syntyy yleensä muun toiminnan ohessa. Verkkosivujen päätehtävänä pidetään asiakkaiden ja sidosryhmien informointia palvelutarjonnasta sekä ylipäätään kiinnostuksen herättämistä. Verkkosisältö on vain harvoin tietylle kohderyhmälle suunnattua, poikkeuksena yhdistysten sivut, joilla keskitytään jäsenten palveluun. Tällöin verkon kautta haetaan kontaktia kollegoihin sekä mahdollisuuksia yhdessä toimimiseen. Uusitalon (1999a, 630–631) mainitseman itsessään merkityksekkään sisällön eli tiedollisten tai viihteellisten, erityisesti hypermedian ominaisuuksia hyödyntävien palveluiden osuus on vähäinen. Poikkeuksen muodostavat Vapriikin verkkonäyttelyt ja monesti opiskelija- tai muina yhteistyöprojekteina tuotetut sisältökokonaisuudet.

Kehittämiskohteiksi taideinstituutioiden verkkosivuilla katsotaan muun muassa palaute, vuorovaikutteisuus, kieliversiot, syventävän tiedon tarjoaminen organisaatiosta ja sen palveluista, yhteisön esille tuominen, lipunvaraus- ja ostomahdollisuuksien helpottaminen, relevanttien sisältöjen linkittäminen, lehdistön kuva- ja tiedotepalvelun perustaminen sekä digitoidun esitysmateriaalin vieminen sivuille.

Myyntiin ja markkinointiin liittyvät tavoitteet lienevät yhteneväiset kaikilla teattereilla, mahdollisesti laajemminkin kulttuuriorganisaatioilla. Sen sijaan, että yksittäiset kulttuurilaitokset maksavat erikseen siirtymästä nykyaikaan, tietotaito voitaisiin koota keskitetysti ja jaella eri toimijoille esimerkiksi kaupungin puolesta (Sirnö 2002).

Tampereella on lukuisia kulttuuri-toimijoita, ja kaikki painivat samojen ongelmien kanssa. Kaupungin kautta tulisi pitää huolta siitä, että imagollisesti oltaisiin k-Tampere myös verkossa. [...] Koen tamperelaisena, joka markkinoi Tampereen tietotaitoa maailmalla, että kulttuuriorganisaatioiden verkkosivut ovat yhtä lailla portaaleja Tampereen kaupunkiin kuin eTampereen kotisivut. (Sirnö 2002.)

Koulutustarpeen Sirnö katsoo koskettavan teatterin lisäksi esimerkiksi taidemuseoita ja matkailutointa: eiväthän yksin tamperelaiset käy tamperelaisissa kulttuurilaitoksissa. Verkkosivujen tulisi imarrella Tampereen kaupunkia ja antaa kuva, että Tampereella jopa kulttuurilaitokset ovat edellä tietoyhteiskuntakehityksessä. Etenemään päästäisiin esimerkiksi luomalla malli siitä, mitä kulttuuriorganisaatio tarvitsee selviytyäkseen verkossa sekä räätälöimällä kulttuurialalle koulutusta. Prosessia voitaisiin vauhdittaa perustamalla yhteistyöverkosto pohtimaan imagokysymystä. (Sirnö 2002.)

Kulttuurin tiedottamisen ja tiedonhaun kannalta merkityksellisenä pidetään portaaleja ja toimitettuja linkkilistoja. Tamperelaisten kulttuuriorganisaatioiden verkkosivuille surffaajia ohjataan kaupungin kulttuuritoimen ja matkailutoimiston sivujen kautta. Keskitettyä kulttuuritiedottamista kaupungilla ei kuitenkaan ole (Saressalo 2002).

Jollei tilaa *Aamulehteä*, ei tiedä Tampereen kulttuuritarjonnasta, ja vaikka tilaisikin, ilmoitukset hukkuvat tietotulvaan. (Lampisuo & Penttinen-Lampisuo 2002)

Tamperelaisten kulttuuritoimijoiden yhteisen tiedotuskanavan järjestäminen ja ylläpito vastuutetaan kulttuuritoimijoiden keskuudessa kaupungille ja usein kulttuuritoimelle. Alueellinen tiedotus ja tietojen saatavuus kerralla yhdestä mediasta palvelisi sekä matkailijoita että paikallisia kulttuurin kuluttajia. Roine (2002) mainitsee printtimedian puolelta esimerkkinä teattereiden ja Tampere-talon yhteisen *Aplodi*-lehden, jossa

taidenäyttelyiden ja näyttelytilojen ilmoitukset ovat mukana – tästä on saatu myönteistä palautetta.

Kulttuuritoimen sivuilta, joille on koottu erilaiset kulttuuritoimijat linkkilistaksi, tulisi voida ilmoittautua sähköpostilistalle ja tilata haluttujen kulttuuripalvelujen tarjoajien tiedotteet:

Palvelimella olisi luettelo kulttuuritoimijoista ja tapahtumista, joista kävijät voisivat tilata haluamansa tyyliin: ”Haluan kaikki Rajatilan tiedotteet ja kutsut.” Postitus sisältäisi kaikki lehdistötiedotteet ja esimerkiksi ilmoitukset verkkosivuston päivityksistä. (Penttinen-Lampisuo 2002.)

Kulttuuritoimessa vapaaehtoisen verkon luomista pidetään mahdollisena, mutta sen toteutus ja ylläpito edellyttäisi verkko-osaajan saamista taloon (Saressalo 2002). Vaikkei kaupunki ylläpitäisikään itse palvelua, se voisi tarjota palvelintilaa organisaatioiden käyttöön ja vastata toteutuksen koordinoinnista.

Yhtä lailla tiedotepalvelu voitaisiin välittää kännykkään (Penttinen-Lampisuo 2002). Tällaisista palveluista kuluttajat ovat olleet jossain määrin valmiita myös maksamaan – kaupungin kanssa yhteistyössä palvelua voisi siten olla rakentamassa jokin kaupallinen toimija. Saressalo (2002) uskoo, että keskitetyssä ja kohdennetussa tiedon jakelussa on vielä tekemistä, ja olettaa, että tällaisia palveluita ryhtyvät toteuttamaan samat toimijat, jotka elävät markkinoinnista. Kaupallisella palvelulla ei kuitenkaan ole samaa uskottavuutta tai tunnettuutta kuin kaupungin verkkosivuilla. Saressalon (2002) mukaan kaupungin organisaatiossa taas elinkeinotoimen yksikkö Pirkanmaan liitto³⁹ voisi tulevaisuudessa olla tällainen tiedon jakelija – se ei ole sitä kuitenkaan vielä tänä päivänä.

Sähköposti. Haastatelluista seitsemästä organisaatiosta neljässä sähköpostilistat olivat käytössä ja kahdessa kehitteillä. Useimmiten ne palvelivat toimialan sisäistä tiedottamista ja sidosryhmämarkkinointia. Pienemmät toimijat ovat tukeutuneet sähköpostin käyttöön hanakammin, osin säästösyistä. Viestintä on epämuodollista ja informaatio kulkee ketjukirjeinä toimijoiden välillä. Painetun materiaalin lähettämistä perinteisellä postilla ei kuitenkaan voida kokonaan luopua. Sähköpostitiedottaminen tukee muita medioita, ja sen avulla voidaan tavoittaa jotkin kohderyhmät, esimerkiksi journalistit ja yritysmaailma,

³⁹ Pirkanmaan liitto on maakunnan kuntien ylläpitämä alueellisen kehittämisen ja edunvalvonnan kuntayhtymä. Aluekehitysviranomaisena liitto pyrkii huolehtimaan maakunnan, kuntien ja asukkaiden eduista, aluekehityksestä, maakuntakaavoituksesta sekä Pirkanmaan tunnetuksi tekemisestä. Liiton hallinnollisen rakenteen määrittää kuntalaki. Ks. <http://www.pirkanmaa.fi/> (viitattu 28.2.2003).

paremmin kuin muilla viestintävälineillä. Asiakassuhteiden ylläpidossa sähköpostin ja Internetin hyödyntämisen katsotaan usein olevan vielä alkeissaan

Markkinoinnissa yhteydenoton tulisi olla valikoivaa ja perustua vuorovaikutteisuuteen, erilaisiin asiakas- ja sidosryhmiin. Toisin sanoen kohdennetun markkinointiviestinnän tulisi olla tilausvetoista (vrt. Nielsen 1995, 90). Kehittämiskohteeksi katsotaan, että asiakas voisi itse päättää, millä tavalla hän tiedon haluaa, vai lähetetäänkö informaatio kaikilla mahdollisilla tavoilla. Vastaanottajan näkökulmasta taas korostuvat sähköpostin suodattamisen tarpeet.

Tapahtumanjärjestäjien lipunmyynnin ulkoistaminen. Taideinstituutioista useat suuret ja keskisuuret teatterit ovat ulkoistaneet lipunmyyntinsä valtakunnalliselle toimijalle: esimerkiksi Elisa-konserniin kuuluvan Soon Com Oy:n omistama Lippupiste tarjoaa tapahtumanjärjestäjille valtakunnallisen lipunmyyntipalvelun 15 kaupungin myyntipisteistä, puhelinpalvelusta sekä verkon kautta. Haastatelluista Tampereen Teatteri ja Tampereen Työväen Teatteri ovat olleet pilotoimassa Lippupisteen *MusicTicket*-lipunmyyntijärjestelmää vuonna 1998, ja palvelu on edelleen teattereiden käytössä. Helmikuussa 2002 Lippupisteen järjestelmässä oli 23 teatteria. (T. Mattila, henkilökohtainen tiedonanto 7.8.2002.)

Teattereiden verkkopalvelutarjonta on lipunmyynnin osalta kehittynyt digitaalisen median palveluntarjoajien tultua markkinoille ja kytkeytynyt näihin. Lippupiste on kuitenkin kaupallisesti toimiva yritys, jonka toiminta perustuu lipunmyynti- ja taloushallinnon järjestelmien toimittamiseen ja lippujen myyntiin, ei niinkään asiakasyritysten digitaalisen median toimintavalmiuksien parantamiseen. Mutta mitä lipunmyynnin tai -ostamisen helpottamiseen tulee, sitä Lippupiste pyrkii kehittämään asiakasyritystensä toivomusten mukaisesti (T. Mattila, henkilökohtainen tiedonanto 7.8.2002).

Teattereiden intresseissä on asiakkaan omaehtoisen toiminnan helpottaminen: asiakkaan tulisi voida itsenäisesti varata ja välittömästi ostaa lippu verkosta. Peruutukset, varaukset ja tilaukset ovat alkaneet tulla sähköpostitse suoraan teattereille. Ongelmia tämä on tuottanut siinä mielessä, ettei tilanteeseen ole osattu varautua. Sähköpostiin tulisi reagoida välittömästi, ja monesti sähköpostin kirjoittaminen vie enemmän työaikaa kuin tilauksen vastaanottaminen puhelimitse.

Lippupisteen järjestelmää päivitettiin syksyn 2002 aikana, minkä jälkeen verkkokaupasta voi valita postitettavan e-lipun vaihtoehtona kotona tulostettavan viivakoodilipun (*home-printed*

ticket). Asiakas maksaa lipun verkkopankissa, minkä jälkeen Lippupisteen järjestelmä lähettää sähköpostin mukana kotona tulostettavan PDF-tiedoston. Näin päästään postipalvelun vaatimasta viiden päivän varoitusaikasta ja lippu voidaan myydä vaikka saman illan teatteriesitykseen. Lippu tarkastetaan viivakoodinlukijalla teatterin tai jäähallin ovella samalla tavalla kuin kaupan kassalla. Pelkkä lippujen varaaminen ei kuitenkaan jatkossakaan onnistu verkon kautta, sillä väärinkäytösten riskiä pidetään liian suurena. (T. Mattila, henkilökohtainen tiedonanto 7.8.2002.)

Itsepalvelun lisäämiseen katsotaan liittyvän myös haittapuolia: vuorovaikutussuhde asiakkaisiin katoaa. Teatterissakäynnin yksityiskohdat voivat jäädä asiakkaalle epäselviksi. Toisaalta tietokonevälitteiseen viestintään ei uskota kokonaan siirryttävän. Moni asiakas haluaa edelleen keskustella juuri teatterin lipunmyyjän kanssa.

Pienten paikallisten teattereiden lipunmyynti. Pienemmät teatterit eivät ole lähteneet mukaan Lippupisteen järjestelmään, josta syntyy etua tapahtumanjärjestäjälle lähinnä silloin, kun tapahtumaa myydään valtakunnallisesti ja käytössä on numeroitu katsomo tai erilaisia katsomon osia. Pienimuotoinen tapahtuma voi myydä lippunsa ehkä edullisemmin lippuvihkosta ja suoraan ovelta. Ratkaisevaa voi olla myös se, onko tapahtumanjärjestäjällä resursseja ottaa varauksia vastaan. Järjestelmän kustannukset muodostuvat lipunmyynnin välityspalkkiosta sekä perustamiskustannuksista ja mahdollisista ylläpitokustannuksista sen mukaan, lähdetäänkö myyntipisteeksi vai ostetaanko myynti palveluna; edelleen, ostetaanko laitteet vai vuokrataanko ne palveluntarjoajalta. Myyntipisteen perustamiseen tarvitaan tietokone, verkkoyhteydet, lippukirjoitin, ohjelmisto ja käyttökoulutus. (T. Mattila, henkilökohtainen tiedonanto 7.8.2002.)

Pienten, paikallisten teattereiden asemaan on kiinnitetty huomiota Media Tampereen *Pietu*-hankkeessa, jossa tuotettiin suunnitelma pienten teattereiden ja tapahtumien yhteisestä ja keskitetystä tietojärjestelmästä talvikaudella 2001–2002. Kyse on tietokantaan perustuvasta modulaarisesta ratkaisusta, jonka käyttö perustuu verkkoyhteyksiin. Järjestelmä kattaa kolmen tason toiminnot: myynnin ja markkinoinnin käyttöliittymän, organisaation toiminnanohjausjärjestelmän sekä kytkennän taloushallinnon järjestelmiin. Tietojärjestelmään sisältyvät esitysten ja tapahtumien, markkinoinnin ja viestinnän, lipunmyynnin, kontaktien, resurssien ja niiden varaamisen sekä projektien hallinnan moduulit, joista osallistujatahot ottavat käyttöön tarvitsemansa. Osallistujatahot myös vastaavat omien tietojensa ylläpidosta

ja oikeellisuudesta. Koko järjestelmällä taas on yksi pääkäyttäjä, joka vastaa yhteisten taustatoimintojen ylläpidosta. (T. Sulonen, henkilökohtainen tiedonanto 10.6.2002.)

Kaupungin näkökulmasta resurssien varaamisen moduulista tilan- ja kalustonvarauksen osalta voisivat hyötyä myös kulttuuritoimi, museotoimi ja erilaiset kuvataiteen toimijat sekä tapahtuman- ja kongressinjärjestäjät. Tampereen kaupungin kulttuuritoimenjohtaja Lassi Saressalo (2002) suhtautuu *Pietu*-hankkeeseen myönteisesti, muttei katso hankkeen rahoitusta kaupungin kulttuuritoimen tehtäväksi, Tampereen kaupungin kylläkin:

Kaupungin asia se olisi, mutta ei meidän budjetin. Raha pitäisi saada keskushallinnolta. Hankehan palvelee laajoja kulttuuriryhmiä. [...] Haaveiltiin, että Keskustorille tulee pömpeli, jossa olisi kaupungin info ja siitä saataisiin joka paikkaan myös liput. Se edellyttäisi sitä, että kaikki palvelun tuottajat olisivat samassa verkossa. Järjestelmän luominen on aika iso juttu, jos ajatellaan, että meillä on 20–30 laitosta mukana. Se olisi kätevä. Maksaa voisi myös verkossa. Se on projekti, jota kannatan, kun joku vain tekee sen. Mutta ei se ole meidän tehtävämme. (Saressalo 2002.)

Saressalon mukaan (2002) kulttuuritoimi tuottaa vain sisältöjä ja käyttää niitä työkaluja, jotka sille annetaan käyttöön. Kaupungin suunnittelu- ja rahoitusryhmä, elinkeinotoimi ja eTampere puolestaan rahoittavat pilottihankkeita. Myös *Pietu*-hankkeen kohdalla innovointi- ja pilotointirahaston tulisi löytyä jostain muualta kuin kulttuuritoimijoiden pussista. Rahallista panostusta odotetaan myös yrittäjältä. (Saressalo 2002.)

Hanke vaikuttaa kaipaavan sekä vetoapua että rahoituspohjan laajentamista, ja neuvottelupöytään olisi hyvä saada kaupungilta kulttuuritoimen lisäksi taho, joka vastaa kaupungin sähköisten palveluiden kehittämisestä. Yritysvetoisena tietojärjestelmähankkeena *Pietu* voisi taas soveltua Tekes-hankkeeksi⁴⁰.

Muut kaupalliset verkkopalvelut. Tapio Parkkinen (2002) esittää teatterialalle yhteistyötä Näytelmäkirjailijaliiton kanssa: näytelmätekstit tulisi voida tilata esimerkiksi sähköpostin liitetiedostona (PDF-muodossa) veloitusta vastaan teatterin verkkosivuilta. Palvelu edellyttäisi tietokannan, verkkokaupan ja maksupalvelun perustamista (vrt. Lippupisteen verkkokauppa). Teatterin kannalta palvelu vaikuttaa epäolennaiselta, sillä teatteri ei valvo näytelmätekstien

⁴⁰ Esimerkiksi Tekesin nelivuotisessa (2003-2007) *Vuorovaikutteinen tietotekniikka* -teknologiaohjelmassa kehitetään ohjelmistoteknologioita ja -sovelluksia, joissa loppukäyttäjän ja tietojärjestelmän välisen vuorovaikutuksen hallinnalla on merkittävä rooli. Päätaavoitteena on käyttäjäystävällisten sovellusteknologioiden sekä niihin perustuvien tuotteiden ja palveluiden kehitys yksityisten kuluttajien, yritysten ja julkishallinnon tarpeisiin. Ks. <http://akseli.tekes.fi/Resource.phx/plaza/tekes/tivi-kayttoliittyma-inforalustak.htm> (viitattu 15.1.2003).

tekijänoikeuksia. Sen sijaan palvelu olisi tervetullut lisä Näytelmäkirjailijaliiton toimintaan. Teattereiden ohjelmistossa tai näytelmäluettelossa olevat tekstit voitaisiin tietysti linkittää tällaiseen palveluun (vrt. Lippupiste).

Parkkisen (2002) mukaan samalla tavoin voitaisiin myydä valokuvia esityksistä. Tilaus tapahtuisi verkon kautta, ja asiakas saisi vedoksen postitse. Arkiston perustamisen lisäksi tällaisen palvelun kohdalla askaroidaan sekä tekijänoikeudellisten kysymysten että verkkokaupan perustamiskustannuksien kanssa, jolloin arvioitavaksi tulevat saavutettavat hyödyt suhteessa panostukseen. Oletettavasti kustannusten kattamiseksi pitäisi myydä aika paljon kuvia. Yksittäistä teatteritaloa luontevampi toteuttaja tällaisessa hankkeessa olisi valokuva-alan toimija, joka sekä vedostaa valokuvia että toimittaa niitä muutoinkin postitse. Nähtäväksi jää, syntyykö kulttuurin digitaalisiin tukitoimintoihin tai sisältötuotantoon vastaavanlaisia yrityspartnereita kuin valtakunnalliset lipunmyynnin toimijat.

4.3 Mobiilipalveluiden tarjoaminen: tekstiviestit, kuvaviestit, mobiilisovellukset

Useimmiten haastatellut taideinstituutioiden toimijat suhtautuvat mobiilipalveluiden hyödyntämiseen varauksellisesti: niistä ollaan kiinnostuneita, mutta uusi tekniikka ei herätä luottamusta, eikä asiakkaille maksullisten palveluiden menekkiin uskota.

Luova tanssi, pienet filmit, videot pienellä näytöllä voisivat toimia, mutta näen sen vielä kaukaa haettuna saada asiakas tulemaan ovesta sisään ja ostamaan lipun. (Lilja 2002.)

Taideinstituutioiden viestintästrategiana vaikuttaa olevan maltillinen eteneminen sen mukaan, mikä on tamperelaisten arkea.

Tampereelle vuonna 2003 avattavan Mediamuseon⁴¹ kävijöille puolestaan on suunniteltu langatonta, PDA-laitteella⁴² käytettävää opastusjärjestelmää, joka mukautuu käyttäjän tarpeisiin. Museovieraat voivat esimerkiksi tilata näyttelysisältöön liittyviä tietopaketteja omaan sähköpostiosoitteeseensa. Museo taas saa järjestelmän kautta informaatiota kävijöiden kiinnostuksenkohteista, tehdyistä hauista ja kotiin lähetetyistä aineistoista. Mediamuseon

⁴¹ Lisätietoja Mediamuseosta: <http://www.tampere.fi/mediamuseo/> (viitattu 10.1.2003).

⁴² PDA, *personal digital assistant*, näppäimistön tai ohjauskynän avulla käytettävä pienikokoinen tietokone. PDA-laite on taskutietokone, jonka sovellustarjonta on yleensä vähäisempää kuin tavallisen kämmenmikron. Taskutietokonetta käytetään esimerkiksi kalenterina, osoitemuistiona, laskimena ja muistilehtiönä. (Tekniikan sanastokeskus 2002.)

sisällöistä vastaava Tiina Tuulasvaara-Kaleva näkisi mielellään Tampereella myös mobiilipaikannusta hyödyntävän palvelun, joka kaupungilla kuljettaessa kertoisi kulloisestakin paikasta ja näyttäisi näkymiä eri aikakausilta. Kaupunkikävelyn lisäännistä voitaisiin nauttia kännykän avulla. (Tuulasvaara-Kaleva 2002.)

Toisaalta useimmissa laitoksissa mobiilimarkkinointi, esimerkiksi tekstiviesti-info, herättää kiinnostusta tilauspalvelun muodossa. Mahdollisuudesta tilata lippuja kännykällä ollaan myös kiinnostuneita. Nuoria pidetään mobiilipalveluiden vartenotettavimpana kohderyhmänä. Teksti- tai kuvaviesti voisi myös korvata sähköpostitiedotteen ja kutsukortin ensi-iltaan tai näyttelyn avajaisiin. Kaikilla ei kuitenkaan ole mahdollisuutta vastaanottaa kuvaviestejä. Kohderyhmän löytäminen ja koko sekä palvelusta aiheutuvat kustannukset katsotaan ongelmiksi palvelun perustamisen kannalta eikä mobiiliviestinnän käyttöä tiedotuksessa tai markkinoinnissa harkita vakavasti.

Näkisin mahdollisuutena, että netin ja kännykän kautta pystyt buukkaamaan sen lipun. Sehän on teknisesti täysin mahdollista jo tänään. Täytyisi hankkia siihen tekijät ja pääoma. Lipputilauspalvelu ja siihen pienet trailerit. (Lilja 2002.)

Pullonkaulana pidetään alhaisia tiedonsiirtonopeuksia, minkä ohella dataliikenne on liian kallista. Haastatelluista useat uskovat mieluummin katsovansa haluamansa sisällöt matkapuhelimen Internet-selaimella kuin tilaavansa multimediatekstejä. Kuvien tarkkuuden tulisi parantua, jotta niiden lähettämisestä olisi hyötyä. Pennanen (2002) uskoo videon välittyvän ennemmin PDA-laitteiden kuin matkapuhelinten näytöltä. Parkkinen (2002) puolestaan odottaa muistikorttien yleistyvän mobiililaitteissa, jolloin multimediasisältöjä voitaisiin myydä muistikorttiin pakattuna.

Ansaintalogiikka tuottaa hankalia kysymyksiä voittoa tuottamattomalla periaatteella toimiville taideinstituutioille. On siis mietittävä, voivatko ja haluavatko ne – vastaavasti kuin esimerkiksi yhdistyslain piiriin kuuluvat Hiihtoliitto tai Suunnistusliitto (EPStar 2002a, 16) – ryhtyä maksullisten mobiilipalveluiden tarjoajiksi. Esimerkiksi Vapriikki on julkisen sektorin laitos, joka tallettaa kulttuuriperintöä. Yleisön vaatimukset kasvavat, mutta palveluiden odotetaan olevan maksutta saatavilla. Toisaalta rahoittajat odottavat toiminnalta kustannustietoisuutta esimerkiksi kaupungin budjettineuvotteluissa. (Tuulasvaara-Kaleva 2002.)

Ajatus on usein, että kaiken pitäisi olla saatavilla ilmaiseksi. Ja niinhän se käytännössä onkin, siinä mielessä, että hinnat joita peritään, peittävät lähinnä kustannukset. Ei olekaan tarkoitus, että kaupunki alkaisi rahastaa kulttuuriperinnöllään. Jos mietitään, kuinka valtavia investointeja

ovat laitteistot, softat ja työvoima, puhumattakaan varastoista ja niiden ilmastoinnista tai muusta, niin puhutaan hirveän isosta määrästä rahaa. (Tuulasvaara-Kaleva 2002.)

Tekstiviestien ohella kuluttajat ovat ryhtyneet käyttämään myös maksullisia mobiilipalveluita.⁴³ Mobiilipalvelun kannattavuuteen vaikuttavat eniten asiakkaiden määrä ja maksuhalukkuus. Esimerkiksi urheiluliittojen tuottamissa lähes vakiohintaissa mobiilipalveluissa palveluntarjoajan palkkio jää pieneksi. (EPStar 2002a: 3, 15–16.) Tällöin palvelutarjonnan ei ilmeisesti katsota olevan ristiriidassa toiminta-ajatuksen tai lainsäädännön kanssa. Kulttuurialan toimijoista esimerkiksi Tampereen kaupunginkirjasto ja Pirkanmaan maakuntakirjastot ryhtyivät yhdessä tarjoamaan lainojen uusimisen ja listauksen mahdollisuutta tekstiviestien avulla⁴⁴ syksyllä 2002.

4.4 Verkostoituminen ja digitaalinen yhteisöllisyys

Tarkasteltaessa Internetin käyttöä markkinoinnin ja tiedottamisen välineenä ja toisaalta verkostoitumisen ja yhteisöllisyyden ylläpidon välineenä, ero on lähinnä näkökulmassa. Samat toiminnot, esimerkiksi informaation jakaminen sähköpostilla, voivat palvella sekä markkinointia että luoda pohjaa yhteisöllisyyden kokemukselle. Tiedon jakamisen uskotaan olevan keskeisempi elementti viestittäessä verkon kautta kuin tavattaessa kasvokkain, ja tietokonevälitteisen viestinnän katsotaan soveltuvan eritoten lukuisten heikkojen siteiden luomiseen. Rajoittuneesta läsnäolosta huolimatta vuorovaikutuksen ihmisten välillä on todettu syvenevän myös verkossa ajan myötä. Vaikka virtuaaliyhteisöjä markkinoidaan uusmediatoteutusten osana, niiden muodostumisessa on lopulta kyse tietokoneavusteisten sosiaalisten verkostojen syntyemisestä. Tällöin ihmisten väliset sosiaaliset siteet ovat muunkin elämän tapaan ajoittaisia, erikoistuneita ja vahvuudeltaan vaihtelevia. Verkostot tarjoavat seuraa, tietoa, tukea, yhteenkuuluvuuden tunnetta sekä identiteetin rakennusaineita. Kehittyneissä maissa tietokonevälitteinen viestintä muodostaa siten merkittävän sosiaalisen

⁴³ Vuonna 2001 Suomessa lähetettiin noin 1,2 miljardia tekstiviestiä, joista yksityisviestien osuus oli yli 90 prosenttia. Tekstiviestimarkkinoiden arvo kasvoi 27 prosenttia noin 186 miljoonaan euroon. Markkinakehitykseen vaikuttivat sekä yksityisviesti- että sisältöpalvelumarkkinoiden arvon kasvu sisältöpalvelumarkkinoiden kasvaessa nopeammin. Sisältöpalveluiden osuus tekstiviestiliikenteestä oli noin 8 prosenttia, mutta korkeamman keskihinnan vuoksi ne muodostivat lähes neljänneksen markkinoiden arvosta. (eBird Scandinavia 2002, 17–19.) Sisältöpalveluita tilattiin 100 miljoonaa kappaletta, 48 prosenttia enemmän kuin edellisenä vuonna. Kasvu perustui palvelujen käyttäjäpohjan laajentumiseen sekä palvelujen lisääntyneeseen käyttöön niitä jo aiemmin käyttäneiden keskuudessa. Suurimman osan palvelutapahtumista muodostivat muutaman suosituimman palvelun käyttö: matkapuhelimen laskukertymäkyselyt, soittoaänet, logot, tiedonhakupalvelut ja *TV-chat*. (eBird Scandinavia 2002, 27.)

⁴⁴ Pirkanmaan kirjastojen uudet mobiilipalvelut 1.10.2002 alkaen esitellään osoitteessa <http://www.tampere.fi/kirjasto/iatied10.htm> (viitattu 18.2.2003).

todellisuuden jo olemassa olevien rakenteiden rinnalle. (Castells 2000, 387–389; Jones 1999a, 16; Mäyrä 2002b; Wellman & Gulia 1997.)

Tietokonevälitteinen viestintä ei korvaa muita viestintämuotoja, mutta sen on todettu vahvistavan olemassa olevaa sosiaalista kanssakäyntiä sekä laajentavan sosiaalisten verkostojen saavutettavuutta. Käyttäjilleen viestintä tietoverkkojen välityksellä merkitsee monesti tarkoituksenmukaista ja edullistakin tapaa olla yhteydessä puhelinoittojen ja tapaamisten ohella. (Wellman, Boase & Chen 2002, 154; Wellman & Gulia 1997.) Miten verkostoituminen ja digitaalinen yhteisöllisyys näkyy haastateltujen taideinstituutioiden toiminnassa?

Lisäpontta yhteisöllisyyden muotojen tutkimukseen antaa kulttuuripalveluiden kuluttamiseen sisältyvä yhteisöllisyys. Esimerkiksi teatterissäkäyntiin vaikuttavat tiedollisten ja emotionaalisten elämysten ja viihtymisen tarpeiden ohella sosiaaliset motiivit (Kerttula 1988, 12–15, 45–46). Esityksistä saadaan usein tietoa ystäviltä (26 %) ja teatterissa käymättömyyden syiksi mainitaan elämäntilanteen ohella lähinnä sopivan seuran puute (Taloustutkimus 2001). Digitaalisten yhteisöjen suuri lupaus perustuu läheisyudentunteen kehittymiseen jaettujen mielenkiinnon kohteiden ja arvojen eikä niinkään sosiaalisten piirteiden, kuten sukupuolen, iän, rodun tai sosioekonomisen aseman perusteella (Wellman & Gulia 1997).

Keskustelupalstat ja palaute asiakasrajapinnassa. Puolet haastatelluista kulttuuritoimijoista ei julkaise lainkaan keskustelua tai palautetta verkkosivuillaan. Tampereen Teatterin sivuilla⁴⁵ palaute kehoitetaan lähettämään sähköpostiosoitteeseen, ja samalla sivulla julkaistaan esityspalautetta. Vapriikin henkilöstölle palaute taas lähtee verkkosivuilta lomakkeella – käytössä ei siis tarvitse olla sähköpostiohjelmaa. *Koskesta voimaa* -historiasivustoon⁴⁶ sisältyy huomattavasti enemmän vuorovaikutteisuutta, sinne voi lähettää omat muistelut ja asiaan liittyvän linkin (Tuulasvaara-Kaleva 2002). Tampereen kaupungin kulttuuritoimi ei julkaise omaa erillistä palautettaan, mutta kaupungilla on käytössään palautelomake, keskustelupalsta ja kansalaiskioski, jossa kaupungin

⁴⁵ Tampereen Teatterin palautepalsta: <http://www.tampereenteatteri.fi/palaute.html> (viitattu 4.9.2002).

⁴⁶ Tampereen kaupungin tuottaman *Koskesta voimaa* -sivuston olennaisena osana mainitaan Tampereen paikallishistoriaa kokoavan verkkoyhteisön ja kuntalaisten digitaalisen perinne pankin muodostaminen. Vapamuotoisten ja tutkijoiden laatimien kyselylomakkeiden avulla kaikki voivat liittää muistojaan osaksi verkkohistoriasivustoa. Ks. <http://www.historia.tampere.fi/muisto/> (viitattu 11.1.2003).

vastuuhenkilöt vastaavat kuntalaisten kysymyksiin (sisältää myös usein kysytyjen kysymysten palstan eli FAQ:n).⁴⁷

Haastatelluissa taideinstituutioissa digitaalisen yhteisöllisyyden olemassaolo ja mahdollisuudet on jossain määrin tunnustettu. Keskustelupalstat koetaan pääsääntöisesti mielenkiintoisiksi, mutta todellisen keskustelun syntymiseen suhtaudutaan epäillen. Keskusteluilla tulisi olla moderaattori, joka johdattelee keskustelua, kyselee ja aktiivisesti kehottaa jättämään jälkiä. Se voi olla sama henkilö, joka sananvapauslain velvoittamana vastaa palstojen sisällöistä myös ”vastaavan päätoimittajan” ominaisuudessa.⁴⁸

Informaatio tulee ensin minulle, varmistan asiallisuuden ja luotettavuuden, ja sitten se lisätään sivustolle. [...] Avoin palautehan ei toimi, koska siinä hyvin herkästi päädytään herjaussyytteisiin. (Tuulasvaara-Kaleva 2002.)

Yhteisöllisyyden kehittäminen esimerkiksi keskustelupalstojen muodossa vaatii siten selkeästi omat voimavaransa. Keskustelupalsta on myös saatettava yleisön tietoisuuteen eli markkinoitava.

Riskiksi koetaan se, ettei keskustelupalstoilla julkaista tai ettei sinne edes tule todellisia mielipiteitä. Esimerkiksi *Koskesta voimaa* -sivujen sekä Mediamuseon yhteisölliseen ja

⁴⁷Tampereen kaupungin palautelomake <http://www.tampere.fi/palaute.htm>, keskustelupalsta <http://inter2.tampere.fi/osallistu/keskustelu/> ja kansalaiskioski <http://inter2.tampere.fi/osallistu/kansalaiskioski/> (viitattu 4.9.2002).

⁴⁸ Pääsääntöisesti julkaisutoimintaa, myös verkkojulkaisemista, säännellään tekijänoikeuslain ohella Suomen perustuslailla sekä rikoslain. Perustuslaissa säädetään kansalaisten sananvapaudesta, mutta myös yksityiselämän turvaamisesta, mikä merkitsee rajoituksia sananvapauteen. Suomen perustuslaissa (§ 12) taattu kansalaisten oikeus sananvapauteen tarkoittaa sitä, että jokaisella on oikeus lähettää, julkaista ja vastaanottaa tietoja, mielipiteitä ja muita viestejä kenenkään sitä ennakolta estämättä. Toisin sanoen ennakkosensuuri on kielletty. Poikkeuksena mainitaan kuvaohjelmia koskevat välttämättömät rajoitukset lasten suojelemiseksi. Rikoslain 17. luku sisältää tarkempia rajoituksia sananvapauteen yksityisyyden ja kunnian loukkaamisen yhteydessä. Julkisuusperiaatteen toteutumisesta on voimassa erillinen laki viranomaisten toiminnan julkisuudesta.

13.6.2003 annettu ns. uusi sananvapauslaki, *Laki sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä* (460/2003), koskee kaikenlaista julkaisutoimintaa ja sen vastuuta, on toisin sanoen välineneutraali ja ehdottaa kumottaviksi painovapauslain sekä radio- ja TV-vastuulain. Kyse ei ole niinkään sananvapauden turvaamisesta kuin joukkoviestinnän ja julkaisutoiminnan vastuista. (Puolamäki 2002.) Jo lakiesitystä arvosteltiin muun muassa epäselvyyksistä verkkojulkaisun määrittelyssä. Vuortaman (2002) mukaan keskusteluryhmä ei ole verkkojulkaisu, joten sen ylläpitäminen ei vaadi päätoimittajaa. Verkossa julkaistut viestit ovat laissa tarkoitettuja verkkoviestejä, joita yleiset vastuusäännökset sitovat. Viestin mahdollisesta lainvastaisesta sisällöstä vastaa se, jota rikoslain mukaan on pidettävä rikoksen tekijänä tai siihen osallisena. Palstan ylläpitäjän rikosoikeudellinen vastuu voi tulla arvioitavaksi, jos tämä esimerkiksi sallii palstan muodostua rikollisten viestien julkaisukanavaksi. Ylläpitäjän mahdollinen vahingonkorvausvastuu määräytyy vastaavasti vahingonkorvauslain yleisten säännösten perusteella. Portaalien ja keskustelupalstojen ylläpitäjien on siis aiheellista seurata viestintää sivustoillaan. Ks. HE 54/2002 vp. osoitteessa <http://www.eduskunta.fi/triphome/bin/utaveps.scr?%7BKEY%7D=HE+54%2F2002> ja *Laki sananvapauden käyttämisestä joukkoviestinnässä* osoitteessa <http://www.finlex.fi/linkit/sd/20030460> (viitattu 10.10.2003).

osallistavaan ohjattuun vuorovaikutteisuuden yleisö ei ole juurikaan lähtenyt mukaan (Tuulasvaara-Kaleva 2002).

Niin hieno idea kuin se onkin, että *Koskesta voimaa* -sivuilla voi liittää omia muisteloita, niin kyllä niitä hirveän vaikea on sinne saada. Mummit ja vaarit tulevat ja sanovat, että jos joku tulee heitä haastattelemaan, niin materiaalin saa julkaista, mutta joku muu sen saisi kirjoittaa. (Tuulasvaara-Kaleva 2002.)

Yleisökeskustelun sisällöltä ei odoteta suuria, ja usein palautteen katsotaan olevan myös hyvin henkilökohtaista, jolloin siitä ei uskota koituvan suoranaista hyötyä organisaatiolle. Sen sijaan suoraan esimerkiksi sähköpostilla lähetettävä asiapalaute auttaa sutjakoittamaan palveluprosesseja. Erilaisten sovellusten lanseeraaminen katsotaan myös osaksi yksittäisen instituution imagoa, jolloin niiden perustamisessa on kyse viestintästrategisistä päätöksistä.

Ajatus mahdollisuudesta vuorovaikutukseen taiteilijoiden kanssa kiehtoo. Verkkosivujen kautta esimerkiksi teatterissakävijän uskotaan helpommin reagoivan ja antavan palautetta – ja palautteeseen voitaisiin vastatakin. Vuorovaikutteisuus taiteilijoiden kanssa voisi hyvin tyydyttää yleisön uteliaisuutta taiteen tekemisestä ja ”kulissien takaisesta” elämästä. Toisaalta taiteilijoiden tulee säilyttää yksityisyytensä ja vapaa-aikansa. Kaikkien ei uskotakaan suhtautuvan vuorovaikutteisuuden ideaan yhtä suopeasti.

Toimialan sisäiset verkostot ja sovellustarpeet. Digitaalinen media tuo Internet- ja intranet-sovellusten sekä perinteisen sähköpostilistojen muodossa uusia näkymiä verkostoitumiseen sekä toimialan sisäisen yhteistyön kehittämiseen.

Tuottajana pidän verkoston ajatuksesta, mutta nehän ikään kuin ovat jo olemassa. Sähköpostiosoitteet kaikille ihmisille löytyvät jo. (Penttinen-Lampisuo 2002.)

Kuvataiteen ja tanssin toimialoilla viestit kulkevat järjestäytymättömästäkin: tiedotteita vaihdetaan sähköpostitse instituutioiden, taiteilijoiden ja muiden toimijoiden kesken. Toisaalta tapaamisten ja tekemisen merkitys korostuu: näyttelyt, konferenssit ja työpajat toimivat paremmin verkostoitumisen lähtökohtina.

Taiteilijat ovat enemmän *hands-on* -ihmisiä: tärkeämpää on tavata ihmisiä galleriassa kuin verkossa. Vuorovaikutus on vielä fyysiseen paikkaan, galleriaan sidottua. (Lampisuo & Penttinen-Lampisuo 2002.)

Ylipäättään fyysistä välitöntä vuorovaikutusta pidetään tiiviin yhteistyön kannalta tietokonevälitteistä todellisuutta parempana (Nielsen 1995, 95). Tietokonevälitteinen viestintä

voi kuitenkin toimia yhteistyön tukena, esimerkiksi juuri työpajojen yhteydessä (Kirstinä 2002).

Roine (2002) katsoo Teatteriliiton tehtäväksi toteuttaa koko valtakunnan teattereita palvelevan, jäsenille suunnatun keskustelupalstan, jossa voitaisiin nostaa esiin yhteisesti pohdittavia kysymyksiä. Vaihtoehtoisesti voitaisiin perustaa sähköpostilista työnantajakysymysten käsittelyä varten (Väisänen-Lahti 2002). Teatterinjohtajat kokoontuvat kerran vuodessa vuosikokoukseen, ja tällä välin hallitus hoitaa asioita – suljetun foorumin sisäisessä keskustelussa asioita voitaisiin valmistella, ja foorumi voisi olla osaratkaisu siihen, että seminaareissa aika aina loppuu kesken. Nykyisellään sähköinen yhteydenpito perustuu yksilötason kontakteihin. Lisäksi on vielä teatterinjohtajia, jotka eivät käytä eivätkä haluakaan käyttää sähköpostia.

Edelleen kirjeinä lähetettävät kokouskutsut voitaisiin yhtä hyvin lähettää sähköpostiliitteinä niille, jotka ilmoittavat sähköpostiosoitteensa. Sähköpostitiedotus syntyy oheistuotteena, kun materiaalit tuotetaan joka tapauksessa tietokoneella. Lisäksi sähköpostiryhmien luominen on helppoa, ja sähköpostitiedotuksella voitaisiin varmistaa, että viesti menee eteenpäin. Ratkaisu on kiinni viitseliäisyydestä, mutta myös perinteistä. Lisäksi teatterialan järjestöt ovat pieniä, ja niissä on vähän henkilökuntaa: ajan irrottaminen suunnitteluun ja toteutukseen voi olla kynnys sähköiseen viestintään ryhtymiselle. (Väisänen-Lahti 2002.)

Tamperelaisten kulttuuritoimijoiden verkostot ja sovellustarpeet. Kaluston ja laitteiston lainaaminen toimii haastateltujen mukaan tamperelaisten kulttuuritoimijoiden kesken hyvin nykyisillään välineillä: sähköpostitse, tekstiviestein, kännyköillä ja puhelimilla, vuorokauden ympäri. Verkon kautta toimiva tietojärjestelmä, jonka kautta voidaan hakea ja varata resursseja, esimerkiksi valo- ja äänilaitteita, lavasteita tai pukuja, katsotaan työtä helpottavaksi vaihtoehdoksi. Toisaalta järjestelmän toteutusta ja ylläpitoa pelätään liian työlääksi:

Ihanteellista olisi, jos kaikki arkistot, puvustus, lavastus saataisiin digimuotoon. Työn tekemiseen menee kuitenkin loppujen lopuksi enemmän aikaa kuin mitä se palvelee. Eilen niputettiin johtoja ja numeroitiin niitä. Ei se kone sitä tee. (Lilja 2002.)

Kaupungin ylläpitämää laitevarastoa, josta esimerkiksi galleriat ja museot voisivat lainata tai vuokrata laitteita, pidetään kuvataiteen puolella toivottavana. Toisaalta lainaustoiminnankin katsotaan toimivan helpommin epävirallisesti ja henkilösuhteiden kautta. Tällaiset verkostot

voivat kuitenkin olla uusien toimijoiden ulottumattomissa, vaikka juuri ne tarvitsisivat apua. (Lampisuo & Penttinen-Lampisuo 2002.)

Organisaation sisäiset järjestelmät. Asiakkaat ovat alkaneet lähettää peruutuksia, varauksia ja tilauksia sähköpostitse suoraan teattereille, vaikka näillä olisi Lippupisteen kautta suora lipunmyynti verkossa. Ongelmia tämä on tuottanut siinä mielessä, ettei tilanteeseen ole osattu varautua eikä yhteydenottoihin ole aina voitu tarpeeksi nopeasti vastata. Myynnin ja tiedotuksen sähköpostiliikenne, Internet-yhteydet ja sähköpostiosoitteet on täytynyt viimeistään tässä vaiheessa laittaa kuntoon. Kehitystyötä ajaa myös organisaation sisäinen tarve saada palaverissa sovitut asiat tiedoksi työntekijöille.

Tampereen Työväen Teatterissa ollaan siirtymässä intranetin käyttöön – talon sisäisellä verkolla pyritään parantamaan sisäistä tiedonkulkua, joka on todettu aiemmissa selvityksissä ongelmalliseksi. Jatkossa intranet toimii sisäisenä tiedotuskanavana ajankohtaisissa asioissa sekä tietovarantona, josta löytyvät henkilökuntaa ja toimintaa koskevat tiedot, muun muassa erilaiset ohjeet ja johtosäännöt. Asianomaisten tulee voida tallentaa jaettavat tiedostot yhteiseen, jaettuun verkkotilaan, josta ne ovat kaikkien tietoa tarvitsevien saatavilla. Intranetin kautta tavoitteena on sattumanvaraisuuden vähentäminen ja vähitellen siirtyminen paperittomaan käytäntöön sisäisessä tiedottamisessa. (Väisänen-Lahti 2002.)

Sehän on monen vuoden juttu, mutta kyllä ihmiset oppivat sen. Samahan se on joka paikassa – päätetään, että näin tehdään ja kaikki toimenpiteet tähtäävät siihen. Kyllä se sitten menee, aika huomaamattakin. (Väisänen-Lahti 2002.)

Intranetin käyttöönottoon liittyy paljon työtä: infrastruktuurin luominen koostuu päätteiden hankinnasta ja verkottamisesta sekä toisaalta osaamisen kartuttamisesta. Kaikille työntekijöille tulee tarjota helppo pääsy koneelle ja verkkoon sekä tietotekniikan käyttötaidot. Työntekijöille on tarjottu mahdollisuus käydä ATK:n peruskurssi, ja kurssien kysyntä on ylittänyt tarjonnan. (Väisänen-Lahti 2002.) Ennen kuin kaikki hallitsevat käytön, täytyy kuitenkin ylläpitää kahta järjestelmää, mikä teettää kaksinkertaisen työn jonkin aikaa (Sirnö 2002).

TTT:n tekninen johtaja Matti Uotinen (2002) pitää teatterin kannalta kiinnostavimpana digitaalisen median kehitysmahdollisuutena yhteistä työskentelyalustaa, jossa taiteellisen työryhmän suunnittelijat – ohjaaja, lavastaja, puvustaja, valosuunnittelija, äänisuunnittelija ja kapellimestari – koostavat visionsa ja mallinsa esityksestä suunnitelmaksi ja edelleen työkuviksi. Paljon turhaa työtä jäisi pois, jos ratkaisut voitaisiin testata etukäteen

virtuaalisessa ympäristössä. Hyvä kysymys kuitenkin on, kuinka pitkälle esimerkiksi esitys voidaan ennakkoon suunnitella yhteisellä työpöydällä.

Teatteriesityksen rakentaminen tapahtuu konkreettisesti harjoitustilanteessa. Sitä voidaan jonkin verran dokumentoida, ja joitakin osia voidaan simuloida, mutta teatterin vahvuus onkin siinä, että sitä ei pysty tekemään muuta kuin sellaisessa tilassa, jossa elävät näyttelijät voivat liikkua ja puhua. Teatterissa ollaan tekemisissä hyvin monenlaisten ongelmien kanssa. Teatteri on ihmisten välistä kommunikaatiota oikeastaan kaikessa. Siellä kysytään, minkälainen on ohjaaja, minkälaisen roolin näyttelijä tekee, miten hän sen tekee, miten näyttellään yhdessä, minkälaisen kontaktin kukin saa vastaanäyttelijänsä ja niin edelleen. (PENNANEN 2002.)

Toisaalta jo tänä päivänä suunnittelussa voidaan hyödyntää esimerkiksi *NetMeetingin* kaltaisen perustyökalun ominaisuuksia: keskusteluyhteyttä, tiedostojen jakoa sekä webbikameran kautta luotavaa videoyhteyttä. Vastaavasti digitaalikameran kuvia voidaan lähettää liitetiedostoina tai tarjota linkki nettisivuilla olevaan materiaaliin. (Pennanen 2002.)

Edellytykset verkkopohjaiseen työskentelyyn teattereissa vaihtelevat: Taideteollisen korkeakoulun lavastustaiteen opintoihin sisältyy digitaalinen mallinnus, ja valo- ja äänisuunnittelijat työstävät niin ikään omat suunnitelmansa ja materiaalinsa erillisillä ohjelmilla⁴⁹. Ohjaajien tietokonepohjainen, mallinnukseen perustuva suunnittelu taas on harvinaista. Ohjaajakoulutuksen harjoitustöihin tulisikin sisällyttää mallinnuspohjainen suunnittelu, jonka jälkeen ryhdytään varsinaiseen ohjaustyöhön. (Uotinen 2002.) Pennanen (2002) uskoo 3D- ja autocad-tyyppisten ohjelmistojen mahdollisuuksiin visuaalisessa suunnittelussa. Mallinnusohjelmien hinta sekä vaikea omaksuttavuus kuitenkin hidastavat niiden käyttöönottoa teattereissa. Ohjelmistotalot voisivat tulla vastaan ja tarjota näyteversioita ja alennuksia tuotteistaan opiskelijoille, opettajille sekä liiton jäsenille. Tällöin mallinnusohjelmistojen käyttö ottaisi tulta teattereissakin. (Pennanen 2002.)

Ihanteellista teatterin kannalta olisi, että rakenne- ja muut ratkaisut suunnitellaan ohjelmalla, jossa turvallisuus varmistetaan laskelmin ja ratkaisuista pystytään ottamaan myös vastuu (Uotinen 2002). Tällä hetkellä lujuuslaskelmat voidaan tehdä erillisillä ohjelmilla esimerkiksi 3D-mallinnuksista (T. Vainio, henkilökohtainen tiedonanto 4.9.2002). Tilannetta voi

⁴⁹ Esimerkiksi israelilainen valopöytävalmistaja Compulite tarjoaa oman 3D-ohjelman, jossa valosuunnitelmat tehdään ensin tietokoneympäristössä: määritellään heittimet, niiden kalvot, värit ja suunnat; katsotaan ja testataan ohjelmointi. Suunnitelma siirretään teatterin valopöytään, joka ohjaa automaattiheittimiä, eli suunnitelma toistuu näyttämölle ripustetuissa heittimissä. Valosuunnittelija voi esimerkiksi kotona katsoa näytelmän kohtaukset, tehdä valot ja lähettää tiedoston teatterin valopöytään, jossa kokeillaan ohjelman toimivuus. (Uotinen 2002.) Lisätietoa Compuliten *Compucadistä*: <http://www.compulite.com/compulite/compucad.htm> (viitattu 23.8.2002).

helpottaa *cad (computer aided design)* -ohjelmien ja lujuuslaskennan hallinnan sisällyttäminen teatteritekniiseen täydennyskoulutukseen. Laskenta voidaan myös ostaa palveluna. Ohjelmistotuotteen kehittämiseen, toteutukseen ja markkinointiin taas tarvitaan yrityspartneri ohjelmistopuolelta, projekti sekä rahoitus. Tulisi arvioida, kuinka suuret markkinat teatteriin laadittu suunnitteluympäristö tarjoaa, ja toisaalta voisiko tuotetta tai sen osia soveltaa muuallakin.

4.5 Audiovisuaalisista elementeistä mediataiteeseen ja taiteellisiin sovelluksiin

Taiteen tekijöille digitaalinen media suo uudenlaisia mahdollisuuksia kehittää vuorovaikutteisia teoksia esimerkiksi hajautetun mediatuotannon muodossa. Tällöin esitys voidaan koota eri työpisteissä ja yhdistää Internetin kautta, kuten Marikki Hakolan telepresenssi-performanssissa *TRIAD*⁵⁰. Jaettuun verkkotilaan taas yleisö voi tuoda mukaan omia sisältöjään ja tulla uudella tavalla osaksi taidetta ja teoksia (Järvinen 1999, 116–117). Esimerkiksi Outi Kotalan digitaalisen tarinankerronnan ideaa hyödyntävään *Mindmapcities*-mediateokseen⁵¹ voi osallistua lähettämällä Tampereen kaupunginisiin liittyviä ajatuksia, muistoja tai valokuvia. Vastaava idea on käytössä *Koskesta voimaa* -sivustossa sekä mediamuseon sisältöjen rakentamisessa.

Taiteen uudistuminen on usein alkanut, kun uudet välineet ovat tuoneet uusia ilmaisumahdollisuuksia aikaisemman taiteen rinnalle. Mediataiteella tarkoitetaan monesti juuri tekniikkaa, kuten videota tai tietokonetta, hyödyntävää taidetta. Se ei kuitenkaan ole välineeseen sidottu taiteenlaji, vaan paremminkin mediakulttuuria joka tarkastelee itseään. Mediataidetta voidaan pitää osana nykyajan avantgardea, jolle on ominaista uusien materiaalien, tekotapojen ja teknologioiden kokeilu sekä tutkimus; tekijän, teoksen ja taideinstituution kriittinen ja itsereflektiivinen tarkastelu; yhteiskunnan ja kulttuurin suhteen problematisointi mukaan luettuina erilaiset yhteiskuntafilosofiat ja utopiat sekä pyrkimys lähentää taidetta ja elämää. (Mäkelä 1996, 40–41.) Digitaalisen sisältötuotannon kannalta

⁵⁰ *TRIAD NetDancessa* 5.6.1998 Helsingin, Tokion ja New Yorkin näyttämöiden samanaikaiset tapahtumat yhdistettiin Internetin kautta videosignaalia ja projisointeja hyödyntäen ja lähetettiin edelleen verkkoyleisölle. *TRIAD HyperDance* puolestaan on vuorovaikutteinen verkkoteos, jossa tanssi on läsnä hypervideoina ja vuorovaikutteisena koreografiana. Tietoa tuotannosta: <http://www.av-arkki.fi/mmf/card/pf/triad.htm> (viitattu 5.8.2002).

⁵¹ *Mindmapcities* toimii verkko-osoitteessa <http://www.mindmapcities.net/tampere/> (viitattu 7.1.2003).

merkitykselliseksi mediataiteen tekevät juuri kokeilusta ja tutkimuksesta kumpuavat keksinnöt.

Kuvat ja mediavirtasovellukset verkkosivuilla. Haastatelluissa taideinstituutioissa suurimmalla osalla audiovisuaalisten sisältöjen esittäminen verkossa rajoittuu valokuvien käyttöön. Museokeskus Vapriikin verkkonäyttelyt tekevät tähän poikkeuksen. Esimerkiksi vuonna 1999 rakennettuun *Koskesta voimaa* -sivustoon sisältyy ääntä, kolmiulotteista animaatiota, *Flash*-animaatiota ja virtuaalipanoraamaa. Tietosisältöjen lukemiseksi ei kuitenkaan tarvita erityisiä mediasoittimia, vaan tiedon saa verkon kautta modeemillakin. (Tuulasvaara-Kaleva 2002.) Vuorovaikutteinen hypermediatoteutus palvelee kasvatuksellista tehtävää, mutta hanke on jouduttu jäädyttämään voimavarojen puutteessa (Saressalo 2002).

Kuvataiteen kentällä videotaide ja multimedia tulevat koko ajan tärkeämmiksi osa-alueiksi, ja niiden esittelemiseen verkko tarjoaa mahdollisuuden esimerkiksi mediavirtasovelluksina (Kirstinä 2002). Näin pakattua mediataidetta levittää verkon kautta esimerkiksi kotimaisen lyhytelokuvan ja animaation julkaisukanava *Pixoff*⁵². Kaikki toimijat eivät kuitenkaan pidä järkevänä teosten toisintojen esittämistä verkossa huonolla resoluutiolla – sen ei esimerkiksi katsota sopivan puhtaan, aidon taiteen ideologiaan (Saressalo 2002; Sevänen 1994, 67–68). Ei-kaupallisen Galleria Rajatilan sivuilla ollaan kiinnostuneita esittelemään nimenomaan verkkoon tehtyä taidetta vastaavasti kuin teokset ovat esillä fyysisessä galleriatilassa, mutta webbigalleriana ei pidetä sitä, että maalauksia valokuvataan ja viedään verkkoon. Tällaiset teoskuvastot ja työnäytteet palvelevat eri tarkoitusta, ja taiteilijat voivat julkaista niitä verkossa itse niin halutessaan. (Lampisuo & Penttinen-Lampisuo 2002.)

Osassa haastatelluista taideinstituutioista ollaan valmiita käyttämään mediaelementtejä, esimerkiksi animaatioita, videoleikkeitä tai *Flash*-pelejä, verkkosivujen elävöittämiseksi, mutta niitä ei pidetä itsetarkoituksena. Verkkoteosten tai -palveluiden lanseeraamisen uskotaan lisäävän yleisön kiinnostusta ja kohottavan instituution imagoa. Toteutukseen ryhtymisessä ratkaisevat palveluiden ja verkkosivujen kohderyhmä, toisaalta käytettävissä olevat voimavarat. Videoleikkeiden tai trailereiden eli ennakkomainosten tarjoaminen edellyttää osajien lisäksi kuvauskalustoa, editointiohjelmaa sekä mediavirran (*streaming*)

⁵² *Pixoff* on AVEK:n ja Provisual Oy:n alkuun saattama hanke, jonka tarkoituksena on tukea elokuvantekijöiden verkostoitumista sekä teosten levitystä. Julkaisu- ja keskustelukanavaa hyödyntää laaja joukko eri tyyli-suuntien lyhytelokuvantekijöitä kokeellisesta mediataiteesta perinteiseen elokuvakerrontaan ja harrastajista ammattilaisiin. Ks. <http://www.pixoff.net/> (viitattu 18.2.2003).

mahdollistavaa palvelinta tai mediavirtapalvelua. Pennanen (2002) katsoo mediavirtapalveluiden kalleuden selkeäksi ongelmaksi mediavirran hyödyntämisessä verkkosivuilla.

Suurimpana pullonkaulana digitaalisessa sisältötuotannossa pidetään kuitenkin osaamisen kapeutta, lisäksi se vie aikaa ja edellyttää toimintakulttuurin muutosta. Usein multimediatauotannot ajatellaan osin toteutettaviksi tai hankittaviksi harjoittelija- tai opiskelijavoimin – mikä ei kuitenkaan liene kestävä ratkaisu instituution oman toiminnan tai sisältötuotantoalan kehittymisen kannalta.

Mediataide, verkkotaide. Haastatellut kuvataiteen toimijat tuovat selkeästi esiin mediataiteen heikon aseman Tampereella. Mediataiteelta puuttuvat omat näyttely- ja työtilat sekä järjestäytynyt näyttely- ja työpajatoiminta. Tampereen ammattikorkeakoulun taiteen ja viestinnän osasto kouluttaa mediataiteilijoita, mutta valmistuneiden mahdollisuudet jatkaa työskentelyä ovat heikot: yksittäiselle taiteilijalle esimerkiksi ohjelmistojen ja kaluston hankinta on kallis investointi ja harvoin käytännössä mahdollista. Mediataiteilijoille tulisi voida tarjota ateljee eli työtila ja välineet esimerkiksi vuokraa vastaan, kuten Tampereen Taiteilijaseura on tarjonnut grafiikan tekijöille mahdollisuuden käyttää grafiikanpajaa käyttömaksua vastaan jo usean vuoden ajan. Mediapajan välineistöksi olisi hankittava vähintään yksi järeä työasema eli mediapalvelin, ohjelmistot videon-, äänen- ja kuvankäsittelyyn sekä laadukas digitaalivideokamera. (Lampisuo & Penttinen-Lampisuo 2002.)

Yhteistä mediapalvelinta voitaisiin käyttää työpajan lisäksi erilaisilla kursseilla, joiden kautta saadaan kokemusta ja syntyy projekteja. Yhteiset kurssit ja hankkeet hyödyttäisivät eri kulttuuritoimijoita: esimerkiksi teatterin ympärille rakentuvaan yhteishankkeeseen voisivat osallistua myös kuvataiteilijat ja kirjailijat. (Kirstinä 2002.)

Mediapalvelinta voitaisiin täyttää yhdessä erilaisilla projekteilla; voitaisiin tutkia yhdessä, mitä sillä voidaan tehdä, miten saada sellaisia ihmisiä mukaan, jotka ehkä suhtautuvat siihen aluksi vieroksuen. Kun siihen itse sotkeutuu, niin suhde aina muuttuu. Passiivisesta kuluttajasta tulee aktiivinen. Hän näkee, mitä itsestään haluaisi antaa verkkoon. (Kirstinä 2002.)

Projektien toteuttamiseen kaivataan kuitenkin henkilöä, jolla olisi aikaa ja rahoitus: tämän henkilön tulisi suunnitella hanke, hankkia rahoitus ja tilat. (Kirstinä 2002.)

Mediataiteelta puuttuvat Tampereelta myös näyttelytilat. Riittävän suuressa ateljeessa näyttelytila toimisi työpajan näyteikkunana. Työpajaan voitaisiin kutsua vieraileva taiteilija

työskentelemään ja vetämään kursseja sekä asettaa töitä näyttelyyn samanaikaisesti. (Kirstinä 2002.) Kuvataiteen toimijat ovat harkinneet mediapajan toteuttamista yhteishankkeena, mutta käytännön haasteina ovat erot toiminnan suuntaamisessa, ideologioissa ja rahoitustavoissa. Esimerkiksi vaihtoehtoiselle galleriatoiminnalle riippumattomuus on myös keskeinen toimintaedellytys. (Lampisuo & Penttinen-Lampisuo 2002.) Kirstinä (2002) näkee tarvetta intressien kokoamiselle sekä keskustelulle alan järjestäytymistarpeesta – yhtenä mahdollisuutena on tilahankkeeseen lähteminen osuuskuntaperiaatteella. Yhteistyötä eri toimijoiden kesken toivotaan joka tapauksessa esimerkiksi laitteiden lainauksen tai vuokraamisen muodossa. Tätä kaupunki voisi tukea ylläpitämällä laitevarastoa ja järjestelmää, josta esimerkiksi galleriat ja museot voisivat lainata tai vuokrata laitteita. (Lampisuo & Penttinen-Lampisuo 2002.)

Mediataiteen tarjonnan kannalta kiinnostavimpina kehitysmahdollisuuksina Rajataiteessa pidetään pienimuotoisten kansainvälisten kokonaisuuksien kuratointia. Kunnianhimoisempi toteutus olisi mediataiteen laaja esittely, johon kytkeytyisivät kaikki näyttelytilat Tampereella. Kokonaisuuteen voisi sisältyä kursseja, joilla tehtäisiin pioneerityötä vaikkapa kännykkätaiteessa. Tampereen kaupunkia moititaankin mediataiteen näyttelytilan ja näkemyksellisen esittelemisen puuttumisesta. Jos esimerkiksi Nykytaiteen museo saisi kunnan tilat ja keskittyisi kansainvälisen tason mediataiteen esittelyyn ammattimaisesti ja kuratoidusti, Rajataideyhdistyksen edustajat uskovat sille löytyvän tilausta. (Lampisuo & Penttinen-Lampisuo 2002.) Saressalo (2002) puolestaan ei pidä mediataidetta vielä samalla tavalla modernina taiteena kuin nykytaiteen muut suunnat ovat – sillä ei siis ole vielä selkeää asemaa taiteen kentässä.

Multimedia esityksessä. Rajanylitykset media- tai verkkotaiteen ja esittävän taiteen välillä niin Suomessa kuin Euroopassakin on toteutettu usein kuvataiteen – tarkemmin performanssi-, video-, installaatio- ja mediataiteen – saralla sekä tanssijoiden ja muusikoiden toimesta (Norman 2000; Järvinen 1999, 115). Suomalaisessa teatterissa mediaelementit on kuitenkin pääasiassa mielletty osaksi perinteistä kerrontaa eli niiden tarkoitus on lähinnä tukea ja taustoittaa näyttelijäntyötä.

Multimedian käyttö draamaan ja näyttelemiseen perustuvan teatteritaiteen elementtinä on rajoittunutta: projisointi ja virtuaalilavastus sopivat vain erikoistapauksissa esityksiin, samoin kuin Internetin käyttö. Teatterissa tekniikan tehtävänä on tuoda näyttelijä ja sitä kautta näytelmä esille. Jos esimerkiksi valot tehdään visuaalisesti hienoiksi, mutta siten, että näyttelijä ei tule esille, voi koko esitys tuhoutua. Väreiltään kauniilla valoilla voidaan myös pilata lavastajan ja pukusuunnittelijan työ. Tällaisia esimerkkejä on ollut paljon, ja siksi ennakkoluuloilla tekniikkaa kohtaan on konkreettista pohjaa. [...] Toisaalta on olemassa myös

teatteria, joka ei perustu näyttelijän taiteeseen – jossa näyttelijä on samassa asemassa valojen ja äänien ja esityksen muiden elementtien kanssa. Tanssiteatterikin antaa jo paljon enemmän tilaa tekniikalle kuin puheteatteri. (Pennanen 2002.)

Digitaalisella teatteritekniikalla voidaan esimerkiksi tuottaa trikkejä ja hämärtää rajaa elokuvan ja teatterin välillä (Sirnö 2002). Tätä ei kuitenkaan pidetä itsetarkoituksena, vaan vain välineenä. Näyttelijän uskotaan säilyttävän keskeisen asemansa teatterissa. Eurooppalaisesta ja teatterihistorian näkökulmasta asiaa tarkasteleva Sally Jane Norman (2000) pitää ilmeisenä, että näyttelijäntaiteeseen nojaava traditio säilyttää asemansa, mutta katsoo teknologiaa hyödyntävien kokeilujen kuuluvan niin ikään teatteritaiteeseen.

Haparointia digitaalisen tekniikan soveltamiseen suomalaisissakin näyttämöteoksissa on ollut, mutta haastateltujen mukaan osaajat ja tekijät puuttuvat. Teatteria pidetään monella tavoin hyvin konservatiivisena yhteisönä ja tekijöiden kiinnostus katsotaan selkeäksi kynnykseksi digitaalista tekniikkaa kokeilevasti soveltaville tuotannoille. Asenteissa teknologiaa kohtaan päilyy myös uhkakuvia.

Mutta teatterissa on hirveän vaikeata se, että jos et ole teatterialalla ja rupeat esittelemään jotain uusia ratkaisuja, niin useimmiten vastataan, että ”ei me semmoista, yritätkö koneellistaa mun työtäni”. Usealla taiteen alueella on sama tilanne. Taiteilijat pelkäävät, että taiteesta katoaa sen ainutlaatuisuus tekniikan myötä. (Pennanen 2002.)

Tekijöiden tulisi mieluiten löytyä yhteisön sisältä. Käytännössä digitaalisen tekniikan ja kulttuurin yhdistäminen teatteriesitykseen vaikuttaa edellyttävän ohjaajien ja esiintyjien kiinnostusta, avoimuutta ja perehtymistä käytettävään tekniikkaan tai teknisten osaajien liittymistä työryhmään (vrt. Norman 2000). Tampereen Työväen Teatterissa on suunniteltu multimediaa lavastuksessa hyödyntävää tuotantoa yhteistyössä muun muassa Tampereen ammattikorkeakoulun taiteen ja viestinnän osaston kanssa. Suuren luokan tuotantoon on kuitenkin löydettävä yhteistyökumppaneita, sillä TTT ei lähde toteutukseen ainoana vakavaraisena rahoittajana. (Väisänen-Lahti 2002.)

Uotisen (2002) mukaan ajatuksella vuorovaikutteisesta näyttämöteoksesta on leikitelty viimeisen vuoden sisällä. Uotinen viittaa näyttämön puolella langattoman tiedonsiirron mahdollisuuksiin *bluetooth*-tekniikalla⁵³.

⁵³ Bluetooth on nimitys lyhyen kantaman radiotekniikalle, jonka avulla elektroniset laitteet pystyvät vaihtamaan informaatiota keskenään ilman välikaapeleita tai infrapunayhteyttä. (Tekniikan sanastokeskus 2002.)

Mietittiin, että voisiko olla jokin interaktiivinen näytelmä, jossa katsojat voisivat jollakin tavalla katsomossa ollessaan äänestää, miten juoni jatkuu. Enemmistöperiaatteella katsomo pystyisi johdattamaan esityksen läpi tiettyyn maaliin. Ihan niin pitkälle ei olla vielä menty. Se on ajatuksena jo niin iso sulateltavaksi, että se vaatii vielä paljon vettä Tammerkoskessa, ennekuin siihen ryhdytään. (Uotinen 2002.)

Vuorovaikutteisen esityksen tulisi olla selkeästi erilainen kuin perinteinen teatteriesitys – juonellinen perusdraama tai musikaali ei kestä kovin paljon häiriöitä. Esitys tulisi siis suunnitella ja käsikirjoittaa aivan toiselta pohjalta. (Väisänen-Lahti 2002.) Kokeilun, jossa yleisö pystyy vaikuttamaan juonen kulkuun, Uotinen uskoo varmasti tulevan. Tekniikka toteutukseen on jo olemassa, ja esitys voi perustua käsikirjoitettuihin tai improvisoituihin⁵⁴ ratkaisuihin. Erona perinteiseen improvisaatioteatteriin on se, että jokaiselle yleisön jäsenelle tarjotaan vaikuttamisen ja osallistumisen mahdollisuus. (Uotinen 2002.)

4.6 Yhteenveto digitaalisen sisältötuotannon kannalta

Esiselvityksen yhtenä päämääränä on pohtia sisältötuotannon liiketoiminnan mahdollisuuksista kulttuurin ja teknologian rajapinnassa. Taideinstituutioissa verkkoon rakennettavien sisältöjen ei ajatella tuottavan suoranaisia tuloja, vaan ennemmin verkossa toimiminen mielletään uudeksi viestintäkanavaksi, jossa täytyy myös olla esillä ja joka aiheuttaa lisäkustannuksia. Ylipäättään tekijänoikeuksiin perustuvan sisältötuotannon ja liiketoimintamallien ajattelu on alalla vierasta. Asiakkaalle maksullisten palvelukonseptien kehittämisen ei katsota sopivan toimintaperiaatteisiin tai kuuluvan toimenkuvaan, eikä se ole kulttuurialan ydinosaa.

Digitaalisen median käytön uskotaan lisääntyvän koko ajan ja taideinstituutioiden omassa digitaalisessa viestinnässä ongelmana pidetään sitä, ettei sisältöjä osata tuottaa median mukaisesti. Osaamista ja tietämystä kaivataan myös sisältötuotanto- tai IT-alan palveluita ostettaessa. Ulkoistetussa digitaalisten sisältöjen tuotannossa katsotaan kuitenkin ongelmaksi, että elävän esityksen tekeminen esimerkiksi taideinstituutiossa työskentelystä edellyttää kyseisten prosessien tuntemusta. Tämän vuoksi uskotaan, ettei digitaalista sisältötuotantoa voida viedä kovin kauas itse palvelun tuotannosta. Sisällöntuottajalta pitäisi siten löytyä median hallinnan lisäksi yhteistyökykyä ja toimialaymmärrystä partneroitumiseen saakka.

⁵⁴ Improvisaatioteatterissa näytellään ilman käsikirjoitusta. Esitys perustuu usein yleisöltä saataviin ehdotuksiin. Suomessa esitysmuotoa ovat tehneet yleisesti tunnetuksi mm. Espoon Teatterin Teatterikisat 1990-94, teatterin suojissa perustettu teatteriryhmä Stella Polaris sekä Ryhmäteatterin *Nyhjää tyhjistä* -TV-sarja 1991.

Nähtäväksi jää, syntyykö esimerkiksi Lippupistettä vastaavia valtakunnallisia toimijoita, jotka erikoistuvat kulttuurialan digitaalisiin tukipalveluihin tai sisällöntuotantoon.

Entä voivatko sisältötuotannon liiketoimintamallit esimerkiksi maksullisten palveluiden tarjoamisen muodossa tuoda osaratkaisun resurssipulaan digitaalisten palveluiden rakentamisessa? Voidaanko ajatella, että tekijänoikeuksista koituisi taideinstituutioille tuloa kaupallisen toimijan hyödyntäessä instituution hallinnoimia aineistoja?

Helposti tulee mieleen, että se joka haluaa tehdä myytävän multimediatauotteen, myös maksaa materiaalista. Ei se löydä ilman meitä sitä materiaalia. (Tuulasvaara-Kaleva 2002.)

Haastateltavat korostavat, että kyse on arvottamisesta ja arvovalinnoista. Kyse lienee myös luovimisesta poliittisen vastakkainasettelun ristipaineessa: hyvinvointiyhteiskunnassa kulttuuripalvelut tarjotaan tasa-arvoisesti ja ilmaiseksi, mutta kulttuuriteollisuuden palveluiden tulisi tuottaa voittoa. Taideinstituutioissa tulisi käydä keskustelua erilaisten ansaintamallien hyväksyttävyydestä sekä ottaa selvää niille mahdollisista asemista sisältötuotannon arvonalisäketjussa.

Instituutiot pitävät hallussaan sisältöjä, joille voidaan rakentaa merkityksellisiä, laadukkaita ja kenties uutta luovia sisältötuotteita. Miten tuotteita tehdään ja minkälaisen siivun tuotantokustannuksista ja tuloista aineistoa hallussaan pitävä instituutio ottaa, on määriteltävä sopimuksilla. Sisältötuotantoalan lentoonläähtöä hidastamassa näyttäisi olevan tuotanto- ja ajattelumallin vieraus sekä sopimuskäytäntöjen ja kokemusten puute, ehkä myös sopivien liikekumppaneiden, sisällöntuottajien tai -tekijöiden vähyys.

Todennäköisesti digitaalisen median sovellusten kehittämisessä ja käyttöönotossa vetureina toimivat jatkossakin erilaiset tutkimus- ja tuotekehitys- tai kokeiluhankkeet sekä yritykset. Eri alojen – myös taide- ja kulttuurialan – osaamista hyödyntäville sisältötuotantohankkeille edellytyksenä vaikuttaa olevan arvokeskustelu, verkostoituminen sekä uudenlaisten rahoitus- ja yhteistoimintamallien kehittäminen. Sisältötuotannon kannalta hälyttävää on, että esiselvityksessä esiin nousseilta hankeideoilta puuttuvat joko hankekumppanit, koordinoijat tai toteuttajat ja vielä useammin raha. Laadukkaiden, kulttuurisesti kiinnostavien digitaalisten sisältöjen ja palveluiden tuotantoedellytykset voivat syntyä vain, jos panostetaan sisältötuotannon koulutukseen ja rahoitukseen.

Digitaalisen median hyödyntämisen ja sisältötuotannon haasteet. Haastatelluissa taideinstituutioissa suurimpana esteenä digitaalisen median hyödyntämiselle sekä

digitaaliselle sisällöntuotannolle pidetään tekijän puuttumista ja tällöin puutetta on myös osaamisesta, ajasta ja rahasta. Resurssien niukkuus pakottaa pohtimaan niiden kohdistamista, jolloin kysymys on toimintojen arvottamisesta. Vaikka digitaalisen median käytön uskotaan lisääntyvän, digitaalisten sisältöjen tai palveluiden tarjoamisen hyödyistä ei olla täysin vakuuttuneita. Tulevaisuuden toimintatapana tietokonevälitteiseen viestintään uskotaan pienten ja keskisuurten yritysten tavoin ilman muuta (vrt. Salminen ym. 2002, 42). Tietoa kaivataan digitaalisen median käyttömahdollisuuksista, käyttäjistä sekä ratkaisujen tuottajista. Digitaaliset sisällöt halutaan useimmiten kuitenkin tuottaa oman organisaation sisällä, jolloin omaa tuotantoa hidastaa myös ohjelmistojen ja laitteiden puute. Useimmiten taideinstituutioiden viestintästrategioissa edetään sen mukaan, mikä on tamperelaisten arkea.

Digitaalisen median hyödyntämisen ja sisältötuotannon haasteet taideinstituutioissa aineiston pohjalta yhteen vedettynä:

- Tieto ja osaaminen taidealalle soveltuvien digitaalisten palveluiden toteuttamisesta ja ostamisesta on puutteellista. Esimerkiksi puutteet sähköpostivalmiuksissa vaikeuttavat yhteistyötä.
- Digitaalisten palveluiden tarjoamisen hyödyistä ei olla vakuuttuneita; verkkosivujen käyttäjistä ja käytöstä kaivataan tietoa.
- Digitaalisista palveluista ja niiden toimittajista kaivataan tietoa.
- Sisältö- ja tietojärjestelmähankkeilla olisi toteuttajia, muttei vakavaraisia yhteistyökumppaneita eikä rahoitusta.
- Tampereelta puuttuvat mediataiteen työpaja, asiaankuuluvat tuotannon välineet sekä oma näyttelytila. Mediataiteen näyttelytoiminta ei ole organisoitua.
- Teatterialalla digitaalista mediaa uudella tavalla soveltavien esitysten tekijöitä ei uskota löytyvän.
- Teatterissa ohjaajat tulevat jälkijunassa digitaalisessa työskentelyssä sekä tuotannon esisuunnittelun että taiteellisen tuotannon kannalta.
- Tekijänoikeuskysymykset ovat ratkaisemattomia teatterin tallennetuotannossa.
- Mediavirtapalveluiden kalleus vähentää niiden hyödyntämistä.
- Internet-selaimilla tai paremmilla MMS-ominaisuuksilla varustettujen mobiililaitteiden yleistymistä pidetään ehtona mobiilisovelluksiin panostamiselle.
- Dystopiat ihmisten välisten yhteyksien hämärtymisestä vaikuttavat asenteisiin ja tietokonevälitteisen viestinnän käyttöönottoon.

- Eri alojen osaamista hyödyntäviä sisältötuotantohankkeita ei synny ilman verkostoitumista, uudenlaisia yhteistoimintamalleja ja partneroitumista.

Digitaalisen median hyödyntämisen ja sisältötuotannon mahdollisuudet. Haastatellut hahmottavat digitaalisen median käyttö- ja kehittymismahdollisuudet instituutionsa toiminnan rajoissa. Verkon tarjoamien vuorovaikutteisten palveluiden sekä yhteisöllisen ja hajautetun sisältötuotannon mahdollisuuksiin on kuitenkin herätty: palaute, keskustelupalstat ja sähköpostilistat kiinnostavat lipunmyynnin ohella. Huomattavaa kiinnostusta osoitetaan myös mobiilipalveluihin, vaikka niiden toteutuksen koetaankin olevan kaukana omasta toiminnasta. Myös mediataiteen sekä poikkitaiteellisen tuotannon mahdollisuudet herättävät keskustelua.

Digitaalisen median hyödyntämisen tulevaisuusnäkymät sekä sisältötuotannon mahdollisuudet haastatteluissa esiin nousseiden painotusten sekä suoraan esitettyjen kehitys- ja hankeideoiden pohjalta:

- Julkisrahoitteisten taideinstituutioiden tulisi keskustella siitä, voivatko ne ryhtyä asiakkaille maksullisten sisältötuotteiden, kuten mobiilipalveluiden, tarjoajiksi.
- Kulttuuritoimijat ja sisältötuotantoyritykset tulisi tutustuttaa digitaalisiin tekijänoikeuksiin sekä sisältötuotannon liiketoimintamalleihin. Seminaarin ja työpajan järjestäminen luontuisi esimerkiksi eTampereen ja Viestinnän osaamiskeskuksen toimintaan (vrt. Kulturo⁵⁵).
- Sisältötuotantoon tulisi perustaa pilotointirahasto.
- Kulttuurialan toimijoille tulisi räätälöidä koulutusta digitaalisen tiedon käsittelystä ja sen hyödyntämisestä – sähköpostista ja liitetiedostoista alkaen.
- Medialukutaitoa, tiedonhakua ja multimediatuotannon tekijänoikeuksia tulisi opettaa eritoten lapsille ja nuorille. Myös aikuiset kaipaavat koulutusta verkkotiedonhausta ja verkkojulkaisusta.
- Kaupungin tulisi koota kulttuuritiedottaminen verkossa ja järjestää sähköposti-info taideinstituutioiden tapahtumista. Tiedot voitaisiin jaella myös tilattavana mobiilipalveluna.

⁵⁵ Turkulaisen Kulttuurituotannon osaamiskeskus Kulturon toimialaan kuuluvat kaupallistaminen, rahoitus ja rahoitusneuvonta sekä toimiminen tuotekehityslaboratoriona, tuotantoyhtiönä tai tukiorganisaationa. Kulturo löytyy verkko-osoitteesta <http://www.kulttuurituotanto.net/> (viitattu 25.9.2002).

- ”Museot–kirjastot–arkistot *online*” eli pääsy kokoelmiin, primäärilähteille tulisi järjestää valtakunnallisesti.
- Vuorovaikutteista hypermediaa voitaisiin hyödyntää pedagogisesti esimerkiksi verkkonäyttelyissä ja yleisökasvatuksessa.
- Yleisökeskusteluja voitaisiin jatkaa keskustelupalstoilla ja toimialakeskusteluja sähköpostilistoilla. Ajatus taiteilijoiden ja yleisön vuorovaikutuksesta viehättää.
- Mediataiteen työ- ja näyttelytilan perustaminen, kurssit sekä kuratoidut näyttelyt vahvistaisivat mediataiteen asemaa ja edesauttaisivat verkostoitumista sekä uusien digitaalisten sisältöjen kehittelyä.
- Tietojärjestelmä parantaisi tamperelaisten pienten teattereiden toimintaedellytyksiä. Tilan- ja kalustonvaraamisen moduleista hyötyisivät myös kulttuuritoimi, museotoimi, galleriat ja kuvataiteen toimijat sekä tapahtumien ja konferenssien järjestäjät.
- Liput teatteriesityksiin tulisi voida varata ja ostaa verkon kautta, myös kännykällä.
- Teatteriesityksistä voitaisiin tarjota trailerit, myös mobiililaitteisiin.
- Teatteriesityksistä voitaisiin tuottaa esitystallenteita, joita myytäisiin esimerkiksi muistikorteille pakattuna.
- Mobiilipaikannukseen perustuva opastus- ja sisältöpalvelu kaupungin historiasta voitaisiin toteuttaa yhteistyöhankkeena.
- Monikanavajulkaisua uudella tavalla soveltavan teatterituotannon rahoitus- ja yhteistyömahdollisuudet tulisi tutkia tamperelaisten teattereiden ja media-alan toimijoiden keskuudessa.
- Cad- ja 3D-mallinnusohjelmia voitaisiin soveltaa teattereiden tuotanto- ja lavastussuunnittelun tarpeisiin. Tuotannon verkkopohjaisen suunnitteluympäristön kehittämiseen tarvitaan yrityspartneri.
- Etätyössä voidaan hyödyntää jo nyt videoneuvottelua ja tiedostojen jakamista.
- Teatteriteknistä täydennyskoulutusta voitaisiin järjestää myös verkko-opetuksena.
- Näytelmäkirjailijaliitto voisi perustaa verkkokaupan, josta olisi mahdollista sekä tilata että ostaa näytelmätekstejä sähköisesti.
- Valokuva-alan liike voisi tarjota *print-on-demand* -palvelun, jonka kautta teatteriesityksestä voitaisiin tilata vedoksia. Teatteri ja/tai kuvaaja saisi provision.

5 Pohdinta ja päätelmät

Kiirehtiessäni kesällä 2002 intensiiviseen haastattelurupeamaan tutkimuksen kokonaisuus ja varsinainen hypoteesi jäivät osin hahmottomattomiksi ja tutkimus muotoutui esitutkimukselle tyypillisesti kartoittavaksi. Mielestäni esiselvitys onnistuu kuitenkin täyttämään sille asetetut tutkimustehtävät: haastattelujen avulla saadaan kuva taideinstituutioiden informaatio- ja viestintätekniikan hyödyntämisen tarpeista, tahtotilasta ja toteutuksen mahdollisista esteistä; TTT:n tapaustutkimuksessa esitetään sovellusmalli teatterin verkkoviestinnän tarpeisiin sekä eritellään digitaalisen julkaisun ongelma-alueet ja kehittymismahdollisuudet. Nyt asettaisin kuitenkin osan kysymyksistä toisin ja käyttäisin aineistonkeruumenetelmiä, jotka vievät vähemmän aikaa. Esimerkiksi TTT:n tapaustutkimuksessa ryhmähaastattelulla samaan tulokseen olisi päästy tehokkaammin. Panostaisin enemmän myös tutkimusasetelman valmistelemiseen ja huolellisempaan käsiteanalyysiin.

Hypoteesini digimedian käytöstä porttina sisältötuotantoon paljastuu puutteelliseksi. Suhteessa vähäisinkin resurssein varustetut toimijat voivat käyttää verkkovälitteistä viestintää innovatiivisesti ja aktiivisesti toimintansa tukena, mutta digitaaliseen sisältötuotantoon, esimerkiksi taiteen tai markkinoitavien kulttuurituotteiden tuottamiseen vaaditaan tuotantovälineet ja huomattavasti enemmän tietoa sekä osaamista. Viherän yhteydet, taidot ja motivaatio viestintään ovat siis edelleen ajankohtaiset: tuotannon välineiden ja taitojen hallinta korostuu haastatteluissa toistuvasti erilaisina koulutustarpeina. Motivaation osalta haastateltavat suhtautuvat periaatteessa positiivisesti digitaalisen median mahdollisuuksiin, mutta perustelevat käytännön vähäistä panostusta resurssien niukkuudella ja niiden kohdistamiseen liittyvillä valinnan ongelmilla. Ydintehtävän eli taide-elämysten tuottaminen säilyy luonnollisesti etusijalla, ja digitaalista mediavälitteistä taidetta ajatellaan harvoin lähtökohtana edes verkkoviestinnässä. Poikkeuksen tekevät kuvataiteen toimijat, jotka olisivat valmiita esittelemään nimenomaan verkkotaidetta.

Pyrin tutkimuksessa ekstrapolaatioon sisältötuotannon näkökulman kautta – työhypoteesina oli, että digitaalisen median käyttöä, esimerkiksi verkkosivujen tuottamista ja ylläpitoa, voidaan myös pitää sisältötuotantona tai ainakin välivaiheena sisältötuotannon kehittämiseen. Näkökulma ei tee oikeutta haastatelluilleni, sillä heiltä ei kysytty suhtautumista sisältötuotantoon. Haastatteluissa painopiste oli juuri digitaalisen median käytön – myös

käytön mahdollisuuksien ja esteiden – kartoittamisessa. Osa kulttuuritoimijoista kuitenkin toi sisältötuotannon problematiikan itse esiin haastattelutilanteessa. Moniin suuntiin vetävän kysymystenasettelun kokoava yhteenveto sisältötuotannon näkökulmasta on siten osin keinotekoinen, joskin se palauttaa havainnot laajempaan kontekstiinsa, yhteiskunnallisen keskustelun tasolle. Validiuden (pätevyyden) ongelma, eli kysymys siitä kuinka hyvin tutkimus ja tutkimuksessa käytetyt käsitteet kuvaavat ilmiöitä, on siten tiedostettu. Sisältötuotantoa ja sen liiketoimintamahdollisuuksia tulisi ehkä lähestyä haastattelussa erillisenä teema-alueena tai omana tutkimuskokonaisuutenaan, mikä näyttäytyykin kiinnostavana jatkotutkimuskohteena. Toinen hedelmällinen näkökulma olisi syventää tarkastelua taideinstituution tasolla.

Laadullisessa tutkimuksessa reliaabelius eli aineiston ja analyysin luotettavuus kuvastaa tutkijan toimintaa: onko kaikki käytettävissä oleva aineisto otettu huomioon ja heijastavatko tulokset tutkittavien ajatusmaailmaa (Hirsjärvi & Hurme 2001, 189). Tiesin markkinoinnin ja yhteisöllisyyden näkökulmien jo alun perin kuvaavan osin samoja ilmiöitä, mutta eri suunnilta. Esimerkiksi sähköpostilistoja käytetään tiedottamisen ja markkinoinnin välineenä, mutta ne tukevat myös verkostoitumista ja yhteisöllisyyden kehittymistä. Aineiston käsittelyssä yksiselitteisten, erottelevien luokkien muodostaminen osoittautui siten myös jokseenkin keinotekoiseksi. Keskeiset ilmiöt pyrin tuomaan esiin yhdistämällä luokkia ja pitämällä ne vähälukuisina. Näinkin mittavan aineiston käsittelyä olisin voinut tehostaa ja monipuolistaa laadullisen aineiston käsittelyohjelman avulla. Tämä olisi voinut parantaa myös erittelyn luotettavuutta.

Esitutkimuksen mukaan digitaalinen media helpottaa olennaisesti viestintää kulttuuritoimijoiden arjessa. Osalle toimijoista se on keskeinen työväline, esimerkiksi kokoelmien hallinnassa. Sekä media että sen käyttökulttuurit kehittyvät koko ajan, ja ongelmana pidetään, ettei laitoksina pysytä muutoksen perässä. Verkkosivut mielletään ensisijaisesti tiedottamisen ja markkinoinnin välineeksi. Myös omaehtoisen digitaalisen kulttuurin – esimerkiksi verkkoyhteisöllisyyden, mobiiliviestinnän ja mediataiteen – mahdollisuudet herättävät kiinnostusta. Useimmiten viestintästrategiassa edetään kuitenkin maltillisesti tamperelaisten kuluttajien ehdoilla.

Digitaalisen median tuomista toimintamahdollisuuksista ollaan kiinnostuneita, mutta sekä resurssien rajallisuus että erilaiset tiedon ja koulutuksen tarpeet nousevat haastatteluissa selkeästi esiin sisältötuotantoa rajoittavina tekijöinä. Kentän monimuotoisuutta kuvastavat

joidenkin toimijoiden tietoiset ratkaisut olla lankeamatta teknologiseen tai sosiaaliseen determinismiin ja jättää tietokonevälitteisen viestinnän mahdollisuudet käyttämättä. Hienoinen tietoyhteiskunnan resistanssi-identiteetti (Vrt. Castells & Himanen 2001, 133) paikantuu täten kulttuuritoimijoiden keskuudessa.

Viherän (1999, 46–47) esiin tuomat yhteisölliset tietoyhteiskunnan viestintävalmiudet – teknisten resurssien tasolla pääsy verkkoihin, osaamisen tasolla yhteinen kulttuurinen pohja ja kyky toimia verkostoissa sekä motivaation tasolla halu omaksua uusia taitoja ja halu toimia yhdessä median välityksellä – eivät täysin toteudu taideinstituutioiden arjessa. Jatkuva uuden oppetelemisen vaatimus koetaan stressaavaksi ja niin lasten kuin aikuistenkin medialukutaidon kehittymisestä kannetaan huolta. Digitaalisen median käyttö herättää edelleen uhkakuvia vieraantumisesta; toisaalta se koetaan uhkaksi myös oman toiminnan jatkuvuudelle. Toimijat haluavat tähdentää, ettei digitaalisen median keinoin voida korvata taidetta ja sen kokemusta ”analogisessa” maailmassa. Yhtäältä taiteilijuutta leimaa käsityöläisyys; toisaalta kritiikissä lienee kyse myös taiteen omimmasta alueesta, ihmisenä olemisen tutkimisesta, yhteiskunnan, ihmisen, teknologiasuhteen ja arvojen pohdinnasta. Konkreettisesti arvovalinnat tulevat vastaan budjettivarojen kohdistamisessa: varoihin ei ole tiedossa lisäystä, vaan tietoyhteiskuntaistumiseen panostaminen merkitsee varojen uudelleen kohdentamista ja usein myös joistakin toiminnoista luopumista.

Taideinstituutioiden näkökulmasta taiteen rahoituksessa ei ole kiinnitetty huomiota tietoyhteiskuntakehityksen tuomiin mahdollisuuksiin tai suoranaiseen pakkoon viestiä instituutiosta verkossa sekä tarjota asiakkaille digitaalisia palveluita. Lisäksi tietoyhteiskunnan ajan kulttuuripolitiikan lanseeraamat, yritystoiminnan periaatteiden omaksumista edellyttävät sisältötuotannon arvoketju- ja liiketoimintamallit vaikuttavat olevan ristiriidassa taideinstituutioiden julkisen palvelun toimintaperiaatteiden kanssa.

Toisaalta suuremmissa taidelaitoksissa on hyödynnetty jo pitkään kaupallisia liiketoimintamalleja: esimerkiksi teattereissa suurten näyttämöiden ”lypsylehmätuotteet” antavat mahdollisuuden vähemmän tuottavien, mutta kenties taiteellisesti kunnianhimoisempien sisältökokonaisuuksien esittämiseen, ja menestysmusikaaleista sekä suurista näyttelyistä on tuotettu myyntiin oheistuotteita. Vastaavasti toimintakykyä voitaisiin ajatella vahvistettavan sisältötuotannon erilaisilla liiketoimintamalleilla. Jotta digitaalisen sisältötuotannon mahdollisuuksista saataisiin ote ja oma asema arvoketjussa hahmottuisi, on vakiintuneiden ajattelu- ja toimintamallien kuitenkin muututtava. Siihen tarvitaan mitä

ilmeisimmin arvokeskustelua. Todennäköistä on, että kokeilut syntyvät tulevaisuudessakin hankerahoituksella. Onnistuessaan hankkeet voivat rakentaa tietä kestävään sisältötuotantoon toimivien partnerisuhteiden ja riittävän volyymin myötä.

Sen sijaan nuoremmat, kooltaan pienemmät ja niukemmin julkisilla varoilla tuetut toimijat ovat joutuneet ja onnistuneet kääntämään niukkuuden hyväkseen hakemalla vaihtoehtoisia toimintamuotoja nimenomaan digitaalisen viestinnän puolelta. Digitaalista suhdeverkostoa rakennetaan ja yhteisöllisyyttä hyödynnetään sähköpostilistojen muodossa aktiivisesti ja luontevasti. Resurssien niukkuus tulee kuitenkin vastaan digitaalisia sisältöjä tuottaessa ja yhteistyöhankkeet varakkaampien kumppaneiden kanssa muodostuvat hyvin haasteellisiksi lähtökohdiltaan erilaisten toiminta- ja rahoitusmallien vuoksi.

Jos digitaalisen sisältötuotannon ratkaisevat menestystekijät kootaan taideinstituutioiden sisäisistä heikkouksista sekä niiden ulkopuolelta tulevasta uhkista, ne olisivat esitutkimuksen perusteella seuraavat:

- Tekniikan suomista mahdollisuuksista ei tiedetä tarpeeksi.
- Sisältötuotannon tavoitteet ja arvot ovat ristiriidassa taideinstituutioiden toimintaperiaatteiden kanssa.
- Sisältötuotantoa ei osata hahmottaa liiketoiminnaksi, eikä arvoketjuajattelun soveltaminen luonnistu.
- Tekijänoikeuksia on vaikea hallita.
- Verkostot ovat heikkoja ja yhteistyökumppanit puuttuvat.
- Sisältötuotannolle on vaikea saada rahoitusta.

Kuvataiteen toimijoiden haastatteluissa esiin nostama media- ja verkkotaiteen aseman vahvistaminen voi edesauttaa sisältötuotantoa saattamalla kokeilevan ja uusia median käyttötapoja luovan taiteen saavutettavammaksi osaksi innovaatiojärjestelmää. Keskeisimpänä uutta luovan ja kestävä sisällötuotannon syntyedellytyksenä taideinstituutioiden kohdalla piirtyy kuitenkin esiin rahoitus, joka voitaisiin järjestää joko tukitoimin tai esimerkiksi perustamalla tähän keskittyvä rahoitusjärjestelmä.

Haastattelut

KIRSTINÄ, ANNA 2002 Tampereen Taiteilijaseuran hallituksen varapuheenjohtaja. Haastateltu 7.6.2002.

LAMPISUO, MARKO & PENTTINEN-LAMPISUO, TUULI 2002 Galleria Rajatilan ja Rajataideyhdistyksen perustajajäseniä. Haastateltu 10.6.2002.

LILJA, KIRSI 2002 Tanssiteatteri Mobita/Danscon tuotantoassistentti. Haastateltu 10.6.2002.

PARKKINEN, TAPIO 2002 vapaa dramaturgi ja näytelmäkirjailija. Haastateltu 14.6.2002.

PENNANEN, JOTAARKKA 2002 vapaa ohjaaja. Haastateltu 14.6. 2002.

ROINE, ESKO 2002 Tampereen Työväen Teatterin johtaja. Haastateltu 12.6.2002.

SARESSALO, LASSI (2002), Tampereen kaupungin kulttuuritoimenjohtaja. Haastateltu 9.7.2002.

SIRNÖ, MINNA 2002 Tampereen Työväen Teatterin tiedottaja. Haastateltu 20.6.2002.

TUULASVAARA-KALEVA, TIINA 2002 Museokeskus Vapriikin museoamanuenssi. Haastateltu 11.6.2002.

UOTINEN, MATTI 2002 Tampereen Työväen Teatterin tekninen johtaja. Haastateltu 18.6.2002.

VAINIO, KIRSI 2002 Tampereen Teatterin markkinointiassistentti. Haastateltu 12.6.2002.

VÄISÄNEN-LAHTI, RIITTA 2002 Tampereen Työväen Teatterin hallintojohtaja. Haastateltu 19.6.2002.

VÄLISALO, KIRSTI 2002 Tampereen Työväen Teatterin myyntipäällikkö. Haastateltu 14.6.2002.

Lähteet

Accenture 2001 *Mediavirtaa webissä: webvideon kehitysnäkymät Suomessa*. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja, 9/2001. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö. Myös verkkojulkaisuna:

http://www.mintc.fi/www/sivut/dokumentit/tiedote/viestinta/media_virta.pdf (viitattu 1.8.2002).

AHPONEN, PIRKKOLIISA 1994 Kulttuuripolitiikka instituutiona, markkinoilla ja utopioissa. Teoksessa Jari Kupiainen & Erkki Sevänen (toim.), 97–118.

ALASUUTARI, PERTTI 1993 *Laadullinen tutkimus*. Tampere: Vastapaino.

ANTTIROIKO, ARI-VEIKKO 1998 Tietoyhteiskunnan käsite. Artikkelikunnallispolitiikan professori Anttiroikon verkkosivulla <http://www.uta.fi/~kuaran/tieto.html> (viitattu 31.7.2002).

BAUMOL, WILLIAM C. & BOWEN, WILLIAM G. 1966/1968 *Performing Arts. The Economic Dilemma. A Study of Problems common to Theater, Opera, Music and Dance*. Cambridge (Mass.): M.I.T. Press.

CANTELL, TIMO 1999 Kulttuurista pääomaa vai kulttuurista pääomaa? Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.), 259–268.

CASTELLS, MANUEL 2000 *The Rise of the Network Society*. The Information Age; vol. 1. (2. painos.) Oxford: Blackwell.

CASTELLS, MANUEL & HIMANEN, PEKKA 2001 *Suomen tietoyhteiskuntamalli*. Sitran julkaisusarja; nro 242. Helsinki: WSOY.

DU GAY, PAUL 1997 Introduction. Teoksessa Paul Du Gay, Stuart Hall, Linda Janes, Hugh Mackay & Keith Negus, *Doing Cultural Studies. The Story of the Sony Walkman*. London: Sage.

eBird Scandinavia 2002 *Tekstiviestintä aikuistuu: tekstiviestimarkkinat 2000–2003*. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja, 19/2002. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö. Myös verkkojulkaisuna:

<http://www.mintc.fi/www/sivut/dokumentit/julkaisu/julkaisusarja/2002/a192002.pdf> (viitattu 23.3.2003).

EPStar 2002a *Finaali – mobiilipalvelut urheilussa*. Liikenne- ja viestintäministeriö, Mona-ohjelma. <http://www.mona-ohjelma.net/julkaisut/finaali-raportti.pdf> (viitattu 15.1.2003).

EPStar 2002b *Navitam-mobiilisovellus*. Liikenne- ja viestintäministeriö, Mona-ohjelma. <http://www.mona-ohjelma.net/julkaisut/navitam-raportti.pdf> (viitattu 3.8.2002).

eTampere-toimisto 2002 Alueellinen W3C-toimisto Tampereelle. Mediatiedote 18.6.2002. <http://www.etampere.fi/ilmoittamis/pics/275.doc> (viitattu 5.8.2002).

F & L Management Services 1997 *Sisältötuotannon kilpailukyvyn kehittäminen: strateginen selvitys, osa I*. Kauppa- ja teollisuusministeriön Sisältötuotantoprojektin toimeksiannosta. Julkaistu 2.9.1997. <http://www.flms.com/SISALTO.pdf> (viitattu 5.9.2002).

FORNÄS, JOHAN 1998 (1995) *Kulttuuriteoria. Myöhäismodernin ulottuvuuksia*. Suom. Mikko Lehtonen, Kaarina Hazard, Virpi Blom ja Juha Herkman. Tampere: Vastapaino.

FORNÄS, JOHAN 1999 (1998) Digitaaliset rajaseudut. Identiteetti ja vuorovaikutteisuus kulttuurissa, mediassa ja viestinnässä. Teoksessa Aki Järvinen & Ilkka [Frans] Mäyrä (toim.). Suom. Aki Järvinen. 29-50.

GROSSBERG, LAWRENCE 1995 *Mielihyvän kytkennät. Risteilyjä populaarikulttuurissa*. Suomentaneet ja toimittaneet Juha Koivisto, Mikko Lehtonen, Ensio Puoskari ja Timo Uusitupa. Tampere: Vastapaino.

GROSSBERG, LAWRENCE 1995a (1993) Brittiläisen kulttuurintutkimuksen positioita. Teoksessa Lawrence Grossberg 1995. Suom. Juha Koivisto ja Ensio Puoskari. 172-229.

GROSSBERG, LAWRENCE 1995b Johdatus mielihyvän kytkentöihin. Teoksessa Lawrence Grossberg 1995. Suom. Mikko Lehtonen. 5-33.

GROSSBERG, LAWRENCE 1995c (1988) Postmodernista popmodernismiin. Teoksessa Lawrence Grossberg 1995. Suom. Mikko Lehtonen ja Ensio Puoskari. 140-171.

HALL, STUART 1992 (1980) Kulttuurintutkimuksen kaksi paradigmaa. Teoksessa Stuart Hall, *Kulttuurin ja politiikan murroksia*. Toim. Juha Koivisto, Mikko Lehtonen, Timo

Uusitupa ja Lawrence Grossberg. Suom. Juha Koivisto, Mikko Lehtonen ja Ensio Puoskari. Tampere: Vastapaino. 63-87.

HALL, STUART 1997 Introduction. Teoksessa Stuart Hall (toim.) *Representation : Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage.

HAUTAMÄKI, IRMELI 1999 Kulttuuriteollisuus ja sen kritiikki Adornon mukaan. Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.), 27–40.

HEIMONEN, JUHA-MATTI 2002 WWW-ohjelmointi. WWW-ohjelmointikurssin tekstisivut Tampereen yliopiston tietojenkäsittelytieteen laitoksella. Päivitetty 16.1.2002. <http://www.cs.uta.fi/wo/teksti/johdanto.html> (viitattu 15.8.2002).

HEINISUO, RAMI 2001 Sisältöjen hallinta ja verkkojulkaisujärjestelmät. Raportti Oy Media Tampere Ltd:n käyttöön 22.10.2001. http://www.mediatampere.fi/mesi/rh_julkj.pdf (viitattu 15.8.2002).

HEISKALA, RISTO 2003, Instituutiot, sosiaaliset innovaatiot ja yhteiskunnan rakenteen muutos. Teoksessa Harri Melin & Jouko Nikula (toim.) *Yhteiskunnallinen muutos*. Vastapaino: Tampere.

Helsingin Sanomat 2002 Netin käyttö yleisintä yrityspalvelualan töissä. *Helsingin Sanomat*, Kotimaa 9.12.2002.

HINTIKKA, KARI A. 1996 Uusi media – viestintäkanava ja elinympäristö. Teoksessa Minna Tarkka, Kari A. Hintikka & Asko Mäkelä (toim.), 2–18.

HIRSJÄRVI, SIRKKA & HURME, HELENA 2001 *Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Helsinki University Press.

HIRSJÄRVI, SIRKKA & REMES, PIRKKO & SAJAVAARA, PAULA 1997 *Tutki ja kirjoita*. 6.–9. painos. Helsinki: Tammi.

HOTINEN, JUHA-PEKKA 2000/2002 *Tekstuaalista häirintää: kirjoituksia teatterista, esitystaiteesta*. Teatterikorkeakoulun ja Liken julkaisusarja Elektra; no 4. Helsinki: Like. Kolumni tuottajasta julkaistu myös *Teatterikorkea*-lehdessä 1/2000, saatavilla verkosta: <http://www.teak.fi/teak/Teak100/15.html> (viitattu 31.8.2002).

HURME, JUHA 1992 *Parrakkaat lapset: johdatus esityskeskiseen teatterinäkemykseen ja esitystutkimukseen*. Oulu: Karloff Film.

HYYTINEN, TUOMAS 2002 Internet kuuluu jo suomalaisten enemmistön arkielämään: yli puolella kansasta on verkkoyhteys kotona. *Helsingin Sanomat*, Kotimaa 17.11. 2002.

INKINEN, SAM & SALMI, MARKKU 1996 Media aseena ja työkaluna – hakkereita, teknohippejä ja koneromantiikkaa uuden median verkoissa. Teoksessa Minna Tarkka, Kari A. Hintikka & Asko Mäkelä (toim.), 85–106.

JONES, STEVE 1999 Studying the Net: Intricacies and Issues. Teoksessa Steve Jones (toim.), 1–27.

JONES, STEVE (toim.) *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*. Thousand Oaks: Sage.

JOUNELA, TETTA 1999 Sisältötuotanto. Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.), 169–183.

JÄRVINEN, AKI 1999 *Hyperteoria – lähtökohtia digitaalisen kulttuurin tutkimukselle*. Nykykulttuurin tutkimusyksikön julkaisuja nro 60. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

JÄRVINEN, AKI & MÄYRÄ, ILKKA [FRANS] 1999 Kulttuuri muodonmuutosten ajalla. Teoksessa Aki Järvinen & Ilkka [Frans] Mäyrä (toim.), 7–26.

JÄRVINEN, AKI & MÄYRÄ, ILKKA [FRANS] (toim.) *Johdatus digitaaliseen kulttuuriin*. Tampere: Vastapaino.

KALLIO, JUKKA & PULKKINEN, MATTI & TIILIKKA, JUSSI 2002 *Sisältötuotannon liiketoimintamallit*. Helsinki: LTT-tutkimus OY. Myös verkkojulkaisuna: http://www.culminatum.fi/content_files/ISBN_951_774_095_6.pdf (viitattu 5.8.2002).

KAUKOMIES, MARJUSKA 2002 Cross-mediatuotannon käytäntöjä. Teoksessa Minna Tarkka & Asko Mäkelä (toim.), 35–46.

KAUTONEN, MIKA & KOLEHMAINEN, JARI & KOSKI, PASI 2002 *Yritysten innovaatioympäristöt. Tutkimus yritysten innovaatiotoiminnasta ja alueellisesta innovaatiopolitiikasta Pirkanmaalla ja Keski-Suomessa*. Teknologia katsaus 120/2002.

Helsinki: Tekes. Myös verkkojulkaisuna: http://www.tekes.fi/julkaisut/Yritysten_innovaatioymparistot.pdf (viitattu 8.1.2004).

KENDALL, LORI 1999 Recontextualizing 'Cyberspace': Methodological Considerations for On-line Research. Teoksessa Steve Jones (toim.), 57–74.

KERTTULA, RIITTA 1988 *Teatteriesitys kommunikaatiotapahtumana*. Helsingin kauppakorkeakoulun julkaisuja D-107, ECOCULT-projekti. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulu.

KOIVUNEN, HANNELE 1999 Instituutioista innovaatioihin. Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.), 283–297.

KOIVUNEN, HANNELE & KOTRO, TANJA (toim.) *Kulttuuriteollisuus*. Sitran julkaisusarja; nro 214. Helsinki: Edita.

KOTRO, TANJA 1999 Kulttuuria paketissa. Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.), 219–233.

KUPIAINEN, JARI & SEVÄNEN, ERKKI (toim.), *Kulttuurintutkimus: johdanto*. Tietolipas 130. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

KVALE, STEINAR 1996 *InterViews. An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks: Sage.

LIEVONEN, JORMA 2002 *Innovaatiojärjestelmän uudistumishaasteet. Kansallisen innovaatiojärjestelmän tutkimusohjelman tuloksia ja johtopäätöksiä*. Sitran raportteja 25. Helsinki: Sitra. Myös verkkojulkaisuna: <http://www.sitra.fi/Julkaisut/raportti25.pdf> (viitattu 6.1.2004).

MARCHI, DAMIEN 2002 The Loft Story case: Multi-platform for a TV show. Esitelmä ACTeN-hankkeen järjestämässä EUROPRIX-konferenssissa Tampereella 14.–15.11.2002. <http://www.acten.net/uploads/258/65/Marchi.doc> (viitattu 24.3.2003).

MCQUAIL, DENIS & WINDAHL, SVEN 1993 *Communication models – for the study of mass communications*. Toinen painos. New York: Longman.

MÄKELÄ, ASKO 1996 Media-ajan taide. Teoksessa Minna Tarkka, Kari A. Hintikka & Asko Mäkelä (toim.), 40–62.

MÄKELÄ, ASKO 2001 Miten puhua tietokulttuurin tuotannoista? Sanasto opetusministeriön verkkosivuilla.

<http://www.minedu.fi/opm//hankkeet/sisu/nakokulmia/tietokulttuurikasitteita.rtf> (viitattu 31.7.2002).

MÄYRÄ, ILKKA [FRANS] 1999 Internetin kulttuurinen luonne: kaaosherroja ja verkonkutojia. Teoksessa Aki Järvinen & Ilkka [Frans] Mäyrä (toim.), 95–109.

MÄYRÄ, FRANS 2002a Kulttuuri ja digitaalinen media. Alustus eTampere-miniseminaarissa *Viestintäteknikan lisäarvo kulttuurin tuotannossa ja markkinoinnissa*. Elokvateatteri Plevna, Tampere 23.10.2002.

MÄYRÄ, FRANS 2002b Yhteisö. Artikkelin M-cult ry:n verkkojulkaisussa *Mediumi*. <http://www.m-cult.net/mediumi/> (viitattu 29.7.2002).

NIELSEN, JAKOB 1993 *Hypertext and Hypermedia*. Boston: Academic Press.

NIELSEN, JAKOB 1995 *Multimedia and Hypertext: The Internet and Beyond*. Boston: Academic Press Professional.

NIELSEN, JAKOB 1997 Search and You May Find. Artikkelin Jakob Nielsenin *Alertbox*-sivustossa, julkaistu 15.7.1997. <http://www.useit.com/alertbox/9707b.html> (viitattu 13.8.2002).

NIELSEN, JAKOB 2001 Search: Visible and Simple. Artikkelin Jakob Nielsenin *Alertbox*-sivustossa, julkaistu 13.5.2001. <http://www.useit.com/alertbox/20010513.html> (viitattu 13.8.2002).

NIELSEN, JAKOB 1999 Voodoo Usability. Artikkelin Jakob Nielsenin *Alertbox*-sivustossa, julkaistu 12.12.1999. <http://www.useit.com/alertbox/991212.html> (viitattu 21.8.2002).

NIELSEN, JAKOB 2002 Top Ten Guidelines for Homepage Usability. Artikkelin Jakob Nielsenin *Alertbox*-sivustossa, julkaistu 12.5.2002. <http://www.useit.com/alertbox/20020512.html> (viitattu 13.8.2002).

NIELSEN, JAKOB & COYNE, CARA PERNICE 2001 Corporate Websites Get a 'D' in PR. Artikkele Jakob Nielsenin *Alertbox*-sivustossa, julkaistu 1.4.2001. <http://www.useit.com/alertbox/20010401.html> (viitattu 13.8.2002).

NORMAN, SALLY JANE 2000 Performance and new media. Working group B.4. Informal European Theatre Meeting (IETM) 14.4.2000, Praha. Yhteenvedo työryhmän työskentelystä. <http://www.notam.uio.no/motherboard/sallyjane.html> (viitattu 30.8.2002).

NURMELA, JUHA 2001a *Kolme vuotta tietoyhteiskunnassa: pitkittäistutkimus uuden tieto- ja viestintäteknologian käytöstä*. Katsauksia 2001/2. Helsinki: Tilastokeskus.

NURMELA, JUHA 2001b Matkapuhelin. Tilastokeskuksen tietoyhteiskuntasivut. Päivitetty 30.7.2001. <http://tilastokeskus.fi/tk/yr/tietoyhteiskunta/matkapuhelin.html> (viitattu 8.1.2003).

NURMELA, JUHA & HEINONEN, RISTO & OLLILA, PAULI & VIRTANEN, VESA 2000 *Matkapuhelin ja tietokone suomalaisen arjessa*. Katsauksia 2000/2. Helsinki: Tilastokeskus.

NURMELA, JUHA & PARJO, LEA & YLITALO, MARKO 2002 *Suuri muutto tietoyhteiskuntaan: tieto- ja viestintäteknikan käytön yleistymisen vuosina 1996–2002*. Katsauksia 2002/4. Helsinki: Tilastokeskus.

OESCH, KLAUS 1999 Kulttuuriteollisuuden tuotteistaminen. Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.), 195–217.

Opetusministeriö 2000a Kulttuuripolitiikka Suomessa. Esittely opetusministeriön verkkosivuilla. <http://www.minedu.fi/opm/kulttuuri/index.html> (viitattu 6.8.2002).

Opetusministeriö 2000b Museot ja kulttuuriperintö. Esittely opetusministeriön verkkosivuilla. <http://www.minedu.fi/opm/kulttuuri/museot.html> (viitattu 16.8.2002).

Opetusministeriö 2000c Musiikki. Esittely opetusministeriön verkkosivuilla. <http://www.minedu.fi/opm/kulttuuri/musiikki.html> (viitattu 16.8.2002).

Opetusministeriö 2000d Tiedepolitiikan tavoitteet. Esittely opetusministeriön verkkosivuilla <http://www.minedu.fi/opm/tiede/> (viitattu 6.1.2004).

Opetusministeriö 2000e Valtionavustuslaki. Esittely opetusministeriön verkkosivuilla <http://www.minedu.fi/opm/avustukset/valtionavustuslaki.html> (viitattu 7.1.2003).

PUOLAMÄKI, KAI 2002 Lausunto joukkoviestinnän vastuulaista 8.9.2002. Electronic Frontier Finland ry:n (EFFi) hallituksen jäsenen lausuntoluonnos joukkoviestinnän vastuulaista (sananvapauslaista) eduskunnalle 16.10.2002. http://www.ffi.org/joukkoviestinnan_vastuulaki.html (viitattu 15.10.2002).

SALMINEN, EEVA & HANNULA, MIKA & JÄRVELIN, ANNE-MARI & LEHTIMÄKI, PAULIINA & PASTINEN, INKA & SUOMINEN, RIKU 2002 *Pirkanmaalaisten pk-yritysten e-tila*. E-Business Research Center, Research Reports 1/2002. Tampere: Tampereen yliopisto ja Tampereen teknillinen korkeakoulu.

SCOTT, RICHARD W. 1995 *Institutions and Organizations*. Thousand Oaks: Sage.

SEVÄNEN, ERKKI 1994 Taide sosiologisen ja humanistisen tutkimuksen kohteena. Teoksessa Jari Kupiainen & Erkki Sevänen (toim.), 51–73.

SEVÄNEN, ERKKI 1998 *Taide instituutiona ja järjestelmänä. Modernin taide-elämän historiallis-sosiologiset mallit*. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran toimituksia 709. Helsinki: SKS.

SEVÄNEN, ERKKI & TURUNEN, RISTO 1994 ”Culture into Literature Studies”. Kulttuurin käsite ja kirjallisuudentutkimuksen metodologia. Teoksessa Päivi Lappalainen & Lea Rojola (toim.) *Kulttuurista rajankäyntiä*. Kirjallisuudentutkijain Seuran vuosikirja 48. Helsinki: SKS.

Sisältötuotantotyöryhmä 2001 *Sisältötuotanto-työryhmän väliraportti 1*. Opetusministeriön työryhmien muistioita 6/2001. Helsinki: opetusministeriö. Myös verkkojulkaisuna: <http://www.minedu.fi/julkaisut/julkaisusarjat/tyoryhmamuistiot.html> (viitattu 23.1.2002).

Sisältötuotantotyöryhmä 2002 *Sisältötuotanto-työryhmän väliraportti 6: sisältötuotannon tulevaisuus 2007*. Opetusministeriön työryhmien muistioita 16/2002. Helsinki: opetusministeriö. Myös verkkojulkaisuna: <http://www.minedu.fi/julkaisut/pdf/situ6.pdf> (viitattu 5.8.2002).

SLEVIN, JAMES 2000 *The Internet and Society*. Cambridge: Polity.

STERNE, JONATHAN 1999 Thinking the Internet: Cultural Studies Versus the Millennium. Teoksessa Steve Jones (toim.), 257–287.

SUOMINEN, JAAKKO 1999 Näkökulmia tietotekniikan historiaan. Julkaisussa *Tekniikan Waiheita* 17 (1999): 3. Helsinki: Tekniikan historian seura ry. Myös verkossa: http://www.tuug.fi/~jaakko/tutkimus/nakokulmia_tietotekniikan_historiaan.html (viitattu 6.8.2002).

Taide- ja taiteilijapoliittinen toimikunta TAO 2002 *Taide on mahdollisuuksia: ehdotus valtioneuvoston taide- ja taiteilijapoliittiseksi ohjelmaksi*. Helsinki: opetusministeriö. Myös verkkojulkaisuna: <http://www.minedu.fi/julkaisut/pdf/TAO.pdf> (viitattu 10.10.2002).

Taloustutkimus 2001 *Suomalaisten teatterissa käynti*. Toukokuu 2001. Helsinki: Suomen Teatteri liitto.

TARKKA, MINNA 2002a Johdanto: mediakulttuurialan uusi toimijuus. Teoksessa Minna Tarkka & Asko Mäkelä (toim.), 16–18.

TARKKA, MINNA 2002b Mediakulttuurin kotimainen toimiala. Teoksessa Minna Tarkka & Asko Mäkelä (toim.), 19–33.

TARKKA, MINNA & HINTIKKA, KARI A. & MÄKELÄ, ASKO (toim.) *Johdatus uuteen mediaan*. Helsinki: Edita.

TARKKA, MINNA & MÄKELÄ, TAPIO (toim.) *Uusi mediakulttuuri innovaatioympäristönä: kotimainen ja kansainvälinen tutkimus*. Sisältötuotantotyöryhmän väliraportti 7. Helsinki: M-cult. Myös verkkojulkaisuna: http://www.minedu.fi/opm/hankkeet/sisu/uusi_mediakulttuuri.pdf (viitattu 5.8.2002).

Teatterin Tiedotuskeskus 2001 *Teatteritilastot 2000*. Helsinki: Teatterin Tiedotuskeskus.

Tekniikan sanastokeskus 2002 *TEPA – termipankki*. Erikoisalojen sanastoista koostettu monikielinen termipankki, jota Tekniikan Sanastokeskus (TSK) pitää yllä yhteistyössä Teknillisen korkeakoulun kirjaston kanssa. Saatavilla osoitteessa: <http://www.tsk.fi/index.html> (viitattu 3.8.2002).

TIRKKONEN, KIRSI 2002 Naiset ohittivat miehet uusien viestimien käytössä: sähköposti ja kännykkä ovat naisilla useammin kuin miehillä. *Helsingin Sanomat*, Kotimaa 19.12. 2002.

TOMPERI, TUUKKA 2000 Transhumanismi eli ihmisen ylittämistä – kommentteja keskusteluun ihmisen ja koneen suhteesta. *niin & näin filosofinen aikakauslehti*, 1/2001. Tampere: Suomen fenomenologinen instituutti. 15-22.

UUSITALO, LIISA 1999a Culture for the virtual consumer. Teoksessa Liisa Uusitalo & Johanna Moisander (toim.), *AIMAC '99: 5th International Conference on Arts & Cultural Management, Helsinki, Finland, June 13-17, 1999*. Proceedings/ actes, 2. nide. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulu. 628–636.

UUSITALO, LIISA 1999b Kulttuurin markkinat. Teoksessa Hannele Koivunen & Tanja Kotro (toim.), 131–144.

Valtioneuvoston kanslia 1999 Pääministeri Paavo Lipposen II hallituksen ohjelma. 15.4.1999. Helsinki: Valtioneuvosto. <http://www.valtioneuvosto.fi/vn/> (viitattu 5.8.2002).

Valtioneuvoston kanslia 2002 Pääministeri Paavo Lipposen II hallituksen keskeiset hankkeet 1999–2003: talven 2002 päivitys 7.2.2002. Helsinki: Valtioneuvosto. <http://valtioneuvosto.fi/resource/2546.pdf> (viitattu 18.1.2002).

WELLMAN, BARRY & BOASE, JEFFREY & CHEN, WENHONG 2002 The Networked Nature of Community Online and Offline. In *IT & Society* 1 (1), Summer, 2002. 151–165. Myös verkossa: <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/> (viitattu 30.01.2003).

WELLMAN, BARRY & GULIA, MILENA 1997 Virtual Communities as Communities: Net Surfers Don't Ride Alone. Julkaistu teoksissa Marc A. Smith & Peter Kollock (toim.) (1999), *Communities and Cyberspace*, New York: Routledge; sekä Barry Wellman (toim.) (1999), *Networks in the Global Village*, Boulder, CO: Westview. Myös verkossa: <http://www.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/netsurfers/netsurfers.pdf> (viitattu 30.01.2003).

VIHERÄ, MARJA-LIISA 1999 *Ihminen tietoyhteiskunnassa – kansalaisten viestintävalmiudet kansalaisyhteiskunnan mahdollistajana*. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja, Sarja A, 1:1999.

VUORTAMA, TIMO 2002 Uusi sananvapauslaki ja verkkojulkaiseminen.. Luento ”Mansetorin” tekijöille julkaisemiseen liittyvän lainsäädännön perusteista ja valmisteilla olevasta uudesta sananvapauslaista. Tampereen yliopisto, 19.9.2002.

YIN, ROBERT K. 1984/1989 *Case Study Research. Design and Methods*. Applied Social Research Methods Series, vol 5. 8. korjattu painos. Newbury Park: Sage.

Liite: Teemahaastattelurunko

Digitaalisen median kehitysnäkymät ja tarpeet kulttuurialalla

Taustatiedot: Haastateltavan nimi, asema, organisaatio ja sähköposti. Tehdäänkö verkkosivusto organisaation sisällä vai ostetaanko ulkoa?

TEEMA 1. Suhde digitaaliseen mediaan

1. Mitä digitaalinen media ja digitaalinen viestintä sinulle ja organisaatiollesi merkitsee?
 - kiinnostavimmat kehitysmahdollisuudet
 - suurimmat ongelma-alueet

TEEMA 2. Organisaation markkinointi/tiedottaminen ja asiakas-/yleisösuhteen ylläpito

Perinteisille taiteen aloille uudet viestintäkanavat tarjoavat mahdollisuuden uusien asiakasryhmien tavoittamiseen, ja asiakashankintaan, asiakaskontaktin ylläpitoon ja vuorovaikutukseen.

2. Miten käytätte internetiä tiedottamisessa ja markkinoinnissa?
Verkkosivustot, sähköpostilistat, tietokannat, skaalautuvat järjestelmät...
 - mitä tarpeita verkkotiedottaminen ja markkinointi palvelee
 - yleisösuhteen luominen ja ylläpito
3. Käytättekö mobiiliviestintää markkinoinnissa?
 - mobiilien päätelaitteiden mahdollisuudet
Tekstiviestipalvelut, multimediakännökät (3G), sisältö: markkinointi, tiedotus, last minute ticket service; yhteisölliset sovellukset, palautejärjestelmät...
 - mobiilisovellusten lanseeraaminen

TEEMA 3. Yhteisöllisyys: asiakasrajapinta – toimialan sisäinen – talon sisäinen

Yhteisöllisyyden kokemus on osa teatterissakäyntiä; myös teatterimaailma vaikuttaa monesti omalta yhteisöltään, ja teatterin tekeminen on oma yhteisöllinen prosessinsa. Kuinka kuvataiteessa?

Jos ajatellaan digitaalista viestintää asiakassuhteen tai taideyleisön kannalta, palautekanava mahdollistaa vuorovaikutuksen ja uudet käytännöt. Esim. palaute voidaan ohjata sellaisenaan tekijöille ja tuoda se moderoituna yleisön nähtäville.

4. Sisältyykö verkkosivustollenne tällä hetkellä vuorovaikutteisia toimintoja, esimerkiksi palautejärjestelmiä ja palautteen julkaisua tai keskustelupalstaa?
5. Minkälaisia yhteisöllisyyttä ruokkivia tai sitä hyödyntäviä verkkosovelluksia haluaisitte toteuttaa / näette tarpeellisiksi toteuttaa suhteessa yleisöön?
6. Onko käytössänne toimialan sisäisiä järjestelmiä? (intra, liitto?)
 - yhteisöllisten verkkosovellusten tarve
7. Onko käytössänne tai tiedossanne tamperelaisten toimijoiden välisiä järjestelmiä?
 - yhteisöllisten verkkosovellusten tarve
8. Onko käytössänne organisaation sisäisiä järjestelmiä
Muita kuin taloushallinnon tietojärjestelmiä: s-postilista, intra, jaettu työskentelyalusta, tms.

- yhteisöllisten verkkosovellusten tarve
9. Minkä katsotte toimintanne kannalta tärkeimmäksi kehittämisen osa-alueeksi digitaalisen median suhteen?
- toteutuksen suurimmat esteet
10. Tuleeko mieleen yhteisöllisyyttä ruokkivia mobiilisovelluksia?
- Onko niille erityisiä esteitä?

TEEMA 4. Multimediaympäristöt ja taiteelliset sovellukset

Taiteen tekijöille digitaalinen media tuo erilaisia mahdollisuuksia kehittää taiteellisia vuorovaikutteisia sovelluksia esim. hajautetun mediatuotannon muodossa, jolloin teos voidaan koota eri työpisteistä ja yleisö voi tuoda siihen omia sisältöjään.

Näyteikkuna/takahuone -ajattelua voidaan soveltaa taiteellisen prosessin toteutuksessa tuomalla osa syntyvistä tuotoksista – esimerkiksi videoleikkeitä harjoituksista – yleisön näkyville trailerin tai pelinomaisena toteutuksena. Kokonaisuus jää tällöin vielä paljastamatta. Verkon kautta saatavaa yleisöpalautetta voidaan edelleen hyödyntää teoksen valmisteluvaiheessa tai ainakin ruokkia yhteisöllisyyttä palautteenantomahdollisuuden kautta.

11. Voiko verkkosivustollanne katsella liikkuvaa kuvaa tai kuunnella musiikkia tai äänimaisemaa tai esimerkiksi selostusta?
12. Oletteko suunnitelleet videoleikkeiden verkkoon viemistä, trailerin tai vuorovaikutteisen kerronnan rakentamista verkkoalustalle?
- esteet, ongelmat
13. Onko näköpiirissänne verkkoa hyödyntäviä taiteellisia hankkeita?
Esim. mediataiteen puolella yhteisöllisesti koostettavat teokset...

TEEMA 5. Kehityshankenäkymät

Verkostoituminen, yhteishanke mahdollinen?

14. Onko teillä vireillä digitaalisen median kehityshankkeita?
15. Millaisia kehityshankkeita kaipaisitte digitaalisen median alalta?
- painotus: saavutettavuus, yhteisöllisyys, innovaatio ja kokeilu, visuaalista näyttävyys audio?
 - esteet (resurssit: teknologia, koneet, ohjelmistot, henkilöstö, tieto, taidot, raha...)
16. Mitä olisitte valmis panostamaan kulttuurialalla toteutettavaan digitaalisen median hankkeeseen?
-
17. Tuleeko mieleesi jotakin, mikä ei ollut keskustelussa esillä? Kommentoi vapaasti haastattelun aihepiiriä!

Kiitos vastauksistasi ja ajastasi!

Lähetän käyttämäni otteet haastattelusta hyväksyttäväksesi sähköpostilla.