

Ilkka Melleri, [ilkka.melleri\(at\).tkk.fi](mailto:ilkka.melleri(at).tkk.fi)  
21.10.2006 – 22.10.2006

Nieminen & Pantti: Media markkinoilla – johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen  
2. painos 2005

<b>1</b>	<b>Johdanto.....</b>	<b>3</b>
1.1	Muuttuva media, medioituva maailma.....	3
1.2	Median markkinoituminen.....	4
<b>2</b>	<b>Media ja yhteiskunta.....</b>	<b>5</b>
2.1	Media ja demokratia.....	5
2.2	Julkisuus.....	7
2.3	Median sääntely.....	8
2.3.1	Median sosiaalinen vastuu.....	9
2.3.2	Sääntelyn kaksi perinnettä.....	9
2.3.3	Mediaversiteetti.....	10
2.4	Mediapolitiikka.....	10
2.4.1	Julkinen mediamonopoli.....	10
2.4.2	Mediapolitiikan murros – suomalainen deregulaatio 1990-luvulla.....	11
2.4.3	Eurooppalainen mediapolitiikka.....	11
2.4.4	Kansallisen kulttuurin suojeleminen.....	11
2.5	Sensuuri ja itsesensuuri.....	12
2.5.1	Kuvasensuuri ennen ja nyt.....	12
2.5.2	Moraalisten paniikkien lyhty historia.....	12
<b>3</b>	<b>Mediatalous ja mediatuotanto.....</b>	<b>13</b>
3.1	Mediatalouden kehitys ja ominaispiirteet.....	13
3.1.1	Median arvoketju.....	14
3.1.2	Mediatuotannon rahoitus.....	14
3.2	Median keskittyminen.....	15
3.3	Media ja voiton logiikka.....	16
3.3.1	Standardisointi ja differentiointi.....	17
3.3.2	Tabloidisaatio.....	17
3.4	Tekijän rooli tuotannossa.....	18
3.5	Journalismin toimituskäytännöt.....	18
<b>4</b>	<b>Mediaesitykset.....</b>	<b>20</b>
4.1	Mediatekstit ovat kulttuuriteollisuuden tuotteita.....	21
4.2	Tekstin tulkinnan ehtoja: konteksti, interteksti ja genre.....	22
4.3	Todellisuuden esittäminen: representaatio ja stereotyyppi.....	23
4.4	Mediatekstien analysoiminen: diskurssi, genre ja kertomus.....	24
4.5	Mediatekstit ja laatu.....	25
4.5.1	Journalismin laadun kriteerit.....	26

<b>5</b>	<b>Median yleisöt</b> .....	<b>27</b>
5.1	Hankalan yleisön jäljillä.....	27
5.1.1	Aktiivinen ja passiivinen yleisö.....	29
5.2	Yleisötutkimuksen suuntauksia .....	30
5.2.1	vaikutustutkimus (MCR-perinne).....	30
5.2.2	vaikutustutkimus (MCR-perinteen jälkeen).....	30
5.2.3	käyttötarkoitustutkimus.....	31
5.2.4	vastaanottotutkimus.....	31
5.2.5	Mediaetnografia.....	31
5.3	Kuluttajia ja kansalaisia.....	32
<b>6</b>	<b>Media murroksessa</b> .....	<b>33</b>
6.1	Muuttuko media – ja mihin suuntaan? .....	33
6.2	Yleisöt liikkeessä: yleinen hajaannus vai uudenlainen järjestys?.....	33
6.3	Median tulevaisuus .....	33

# 1 Johdanto

- median merkitys kasvanut
  - ⇒ ymmärrys/osallistuminen ei välttämättä lisääntynyt
- median funktiot:
  - § informatiivinen + orientoiva
  - § sosiaalinen + itseilmaisun
  - § viihteellinen
- uusliberalistinen näkemys
  - § media vapaa sääntelystä, vapaat markkinat
- pluralistinen näkemys
  - § median moniarvoinen ideaali säilyy vain sääntelyn avulla
- kriittinen näkemys
  - § media ja markkinat pidettävä mahdollisimman erillään

## 1.1 *Muuttuva media, medioituva maailma*

- media
  - ⇒ teknisten ominaisuuksien lisäksi median toiminnan ja käytön sosiaaliset ja kulttuuriset tavat
- medioituminen
  - ⇒ yhteiskunnallinen tilanne, jossa tietomme ja arkitotuutemme maailmasta rakentuvat median välityksellä
  - ⇒ omaan välittömään kokemukseen perustuva tieto vähenee
- mediatodellisuus (postmodernismi)
- identiteettejä ei rakenneta enää vain medioiden avulla, vaan myös medioissa
- medioitumista myös politiikassa, tieteessä, taiteessa
- media rakentaa kuviteltuja yhteisöjä
  - ⇒ ei rajoitteita aikaan tai paikkaan

- mediateknologiat
  - ⇒ uudenlaisia mahdollisuuksia ihmisten maailmanlaajuiseen vuorovaikutukseen
  - ⇒ erottaa ihmisiä perinteisestä lähiympäristöstä
- teknologinen determinismi
- kansalaisjournalismi

## **1.2 Median markkinoituminen**

- markkinoituminen
  - ⇒ siirtymä median kulttuuris-moraalisesta sääntelystä kohti median taloudellis-kaupallista sääntelyä
  - ⇒ liittyy uusliberalistiseen ideologiaan
    - § vapaat markkinat niin yhteiskunnan kuin yksilön etu
- Suomessa markkinoituminen johtanut markkina-ajattelun tuomiseen julkiselle sektorille
- mediapolitiikan muutokset vaikuttavat koko mediaprosessiin (tuotanto, mediaesitykset, vastaanotto)
- markkinoitumisen ajan yleisösuhte
  - ⇒ segmentoituminen
- markkinoitumisen vaikutus journalismiin
  - ⇒ tabloidisoituminen
  - ⇒ aiheiden käsittely taloudellisten arvokriteereiden pohjalta

## 2 Media ja yhteiskunta

- tämän luvun punainen lanka
  - ⇒ median ja politiikan suhde
  - ⇒ median sääntely
  - ⇒ mediapolitiikka
- julkisuuden kolmikantamalli
  - ⇒ yhteiskunnan peruspilareina: valtiovalta, markkinavoimat ja kansalaisyhteiskunta
- media perinteisesti katsottu olevan lähimpänä kansalaisyhteiskuntaa
  - ⇒ demokratian vahtikoira
- vahtikoirakäsitys vanhentunut
  - ⇒ median tulisi vahtia sekä julkista valtaa, että yksityisen talouden valtaa
    - § suuri osa mediasta kuuluu yksityiselle liiketalouden sektorille
    - § conflict of interest
- median kaksoisrooli modernissa yhteiskunnassa
  - ⇒ medialla merkittävä asema kansalaisten kulttuurisia ja poliittisia tarpeita palvelevana instituutiona
  - ⇒ media myös merkittävä taloudellinen instituutio
- kaksoisrooli vaikuttaa mediapolitiikassa läpikäyvä jännitteenä
- onko media(politiikka) demokratian (kansalaisten) vai markkinoiden palvelija?

### 2.1 Media ja demokratia

- medialla on ja ollut tärkeä rooli demokratian toteutumisessa
- moderni mediajärjestelmä ei kuitenkaan ole riittävä tae tälle
  - ⇒ valtaapitävällä eliitillä monia keinoja käyttää media myös demokratian vastaisiin tarkoituksiin
- vaarallisena pidetään jos sekä poliittinen valta, että median omistus keskittyvät samoihin käsiin
- yhteiskunnan kannalta median tulee:
  - ⇒ tulee varustaa kansalaiset sellaisella tiedolla, että he pystyvät muodostamaan itsenäisiä mielipiteitä yhteiskunnallisista kysymyksistä
  - ⇒ toimia kriittikkona – seurata ja arvioida valtaapitävien toimia
  - ⇒ tarjota kansalaisille foorumi, jossa erilaiset näkemykset pääsevät julkisuuteen
  - ⇒ tuottaa päätöksentekijöitä ja kansalaisia yhdistävää dialogia, jonka tuloksena voi muodostua julkinen mielipide

- liberalistinen käsitys
  - ⇒ demokratian takeena ovat vapaat markkinat ja sananvapaus
    - § monipuolinen tarjonta ja valinnan vapaus
    - § julkisen vallan tulee pysyä poissa markkinoilta
  - ⇒ näkemystä voi kritisoida viitaten kansalaisten eriarvoisuuteen
    - § varallisuus määrää kulutusmahdollisuuksia
      - kansalaiset eivät ole median markkinoilla taloudellisesti ja sivistyksellisesti tasavertaisessa asemassa
  
- pluralistinen käsitys
  - ⇒ demokratia toteutuu parhaiten, kun mahdollisimman monenlaisten äänien pääsy julkisuuteen turvataan
  - ⇒ heikompien ryhmien ääneen pääsy turvattava
  - ⇒ avainkäsitteitä: moniarvoisuus, monimuotoisuus
  - ⇒ lähtökohdaksi hyväksytään markkina-ajattelu
    - § julkinen valta korjaa markkinoiden eriarvoistavaa toimintaa
  - ⇒ näkemyksen heikkoutena on relativismin vaara
    - § moniarvoisuuden/monimuotoisuuden nimissä saatetaan suojella demokratiaa vastaan kohdistuvia vähemmistöjen arvoja
  
- kriittinen käsitys
  - ⇒ demokratian perustan muodostaa kansanvallan eli kansalaisten osallistumisen periaate
  - ⇒ epäily markkinoiden kyvystä toteuttaa demokratiaa, koska markkinoita ohjaavat taloudelliset tavoitteet
  - ⇒ markkinoiden kautta toteutuva demokratia on väistämättä näennäistä, koska harvalukuiset omistajat päättävät tarjonnasta
    - § sisällöt palvelevat omistajien päämääriä
  - ⇒ median toiminnan keskeisenä periaatteena on oltava julkinen palvelu
  - ⇒ näkemyksen heikkoutena on elitismi ja median tietoisuuden ulottuvuuden ylikorostaminen
    - § elitismin vaara siinä, että valistunut eliitti päättää mikä on parasta/tarpeellista tietoa kansalle
    - § tietouden ylikorostaminen väheksyy median viihteellistä ja populaarista ulottuvuutta
  
- viihteen merkitystä demokraattisena voimavarana on vähätelty – tätä voi kritisoida:
  - ⇒ viihde tuottaa arkiymmärrystä, ne kehystävät todellisuutta aina jollain tavalla, jolla on poliittisia seurauksia
    - § asian käsitteleminen viihteessä tietyllä tavalla vaikuttaa kansalaisten suhtautumiseen (esim. alkoholipolitiikka, työttömyys)
    - § viihde voi olla myös itseilmaisun kanava
    - § viihde kytkeytyy myös identiteeteistä ja arvoista käytäviin keskusteluihin (esim. ”gay marriage” in Salatut Elämät)

## 2.2 Julkisuus

- julkisuus vaikeasti määriteltävissä
  - ⇒ monia erilaisia käyttötapoja
  
- liberalistinen käsitys
  - ⇒ julkisuus on markkinapaikka
  - ⇒ julkisuudessa esiintyvien asioiden todellinen arvo määräytyy kysynnän mukaan
    - § mitä enemmän kysyntää sitä arvokkaampaa
  - ⇒ käytettävissä oleva julkisuustila pyrittävä maksimoimaan
    - § mainonta & imagonrakennus
  - ⇒ markkinakilpailussa se voittaa, joka käyttää julkisuutta tehokkaimmin
    - § vetoaa parhaiten potentiaaliin asiakkaisiin
  
- pluralistinen käsitys
  - ⇒ julkisuus on intressien sovittelujen areena
  - ⇒ julkisuudella poliittisia, taloudellisia ja kulttuurisia tehtäviä, ja kullakin julkisuusarenalla omat sääntönsä
    - § areenat pyrittävä pitämään toisistaan erillään
  - ⇒ julkista valtaa tarvitaan pitämään huoli siitä, että julkisuuden osapuolet pysyvät pluralismin periaatteessa
    - § esim. piilomainonta
  
- kriittinen käsitys
  - ⇒ julkisuus on tasavertainen keskusteluareena
  - ⇒ kansalaisten tasavertaisuuteen perustuva julkisuuden ihanne
    - § kaikille avoin kriittinen keskustelu, jossa jokaisen mielipide otetaan huomioon ja punnitaan rationaalisen harkinnan pohjalta
  - ⇒ moderni demokratia edellyttää toimiakseen:
    - § avoin julkisuus kaikille kansalaisille
    - § julkisessa keskustelussa kaikki ovat tasavertaisia
    - § jokainen voi esittää itse tärkeinä pitämiään asioita
    - § julkisen keskustelun tuloksena syntynyt yleinen mielipide sitoo päätöksentekijöitä
  - ⇒ siis: yhteisen mielipiteen perustana toimii ”parhaan argumentin” periaate
  - ⇒ länsimaiset demokratiat periaatteessa sitoutuneet tähän julkisuuden ihanteeseen
    - § todellisuudessa vallitsevina ovat liberalistinen ja pluralistinen näkemys
    - § kriittisen näkemyksen ongelmana utopistisuus ja abstraktisuus

## 2.3 Median sääntely

- sääntely
  - ⇒ toiminnan ohjaamista siten, että se tapahtuu yhteisön hyväksymien sääntöjen mukaan
- regulaatio
  - ⇒ median yhteiskunnallinen sääntely
- median sääntelyn kolme tasoa
  - ⇒ yleinen arvoperusta
  - ⇒ oikeudellinen perusta
  - ⇒ kahteen suuntaan haarautuva itsesääntelyn pyrkimys
- median sääntelyn ytimessä kysymys sananvapaudesta
- sääntelyn muotoja:
  - ⇒ (ennakko)sensuuri (sananvapauden kieltäminen)
  - ⇒ median omistuksen keskittymisen rajoittaminen
  - ⇒ jälkikäteissensuuri
    - § sananvapauden käyttäjän vastuu sanomisistaan
    - § rikoslaisissa määritelty (esim. kunnianloukkaus)
    - § julkinen valta haluaa estää tekstejä, jotka eivät sovi yhteen demokratian periaatteiden kanssa (esim. vähemmistöjä vahingoittavia tekstejä; lapset, uskonnolliset, kielelliset, seksuaaliset)
- sananvapauden kannalta ongelmallista, jos laissa määritellään julkisen esiintymisen rajat liian tarkasti
  - ⇒ mitä ja miten mediassa voidaan esittää?
- median omistajien ja siinä toimivien pyrkimyksenä on itsesääntely
  - ⇒ luodaan tilanne, jossa laki luo väljät puitteet sananvapauden toteutumiseksi, ja media-ala sopii itse miten käytännössä noudatetaan vallitsevaa arvo- ja uskomusjärjestelmää
  - ⇒ ongelmia:
    - § mediayhtiöiden irtautuminen sosiaalisesta vastuustaan tulosvastuun priorisoinnin takia
    - § pelkkä sananvapauden muodollinen toteutuminen ei takaa kansalaisten kannalta relevanttien asioiden käsittelyä
    - § sananvapaus ei takaa kansalaisten äänen kuuluvuutta päättävän eliitin keskuudessa
- markkinasääntely vallannut tilaa demokraattisen sääntelyn periaatteelta
  - ⇒ lainsäädäntö pyrkii edistämään media-alan tuottajien ja teollisuuden oikeuksia kansalaisten oikeuksien kustannuksella

### 2.3.1 Median sosiaalinen vastuu

- media ei ole vastuussa toiminnastaan pelkästään itselleen vaan koko yhteiskunnalle
- median toimittava yleisen edun hyväksi
  - ⇒ edistettävä yhteiskunnallisia päämääriä ja arvoja
- liberalistinen käsitys
  - ⇒ kiistää sosiaalisen vastuun idean
  - ⇒ median tehtävänä ei voi olla tiettyjen arvojen edistäminen
  - ⇒ markkinoiden vapauden turvaaminen takaa yleisen edun toteutumisen
- pluralistinen käsitys
  - ⇒ sosiaalisen vastuun toteutuminen edellyttää omistuksen ja sisältöjen monipuolisuutta
  - ⇒ turvaamiseksi tarvitaan julkisen vallan toimia
- kriittinen käsitys
  - ⇒ yksityisomistuksessa oleva media ei pysty toteuttamaan sosiaalista vastuuta
    - § yleisen edun sijaan perimmäisenä tarkoituksena omistajien taloudellinen etu

### 2.3.2 Sääntelyn kaksi perinnettä

- markkinasääntely vs julkinen sisällön sääntely
- deregulaatio
  - ⇒ media- ja viestintämarkkinoiden sääntelyn purkaminen
- sääntelystä puhuttaessa on tärkeätä kysyä, kuka siitä hyötyy
- tabloidisaatio
  - ⇒ median keskittyminen skandaaleihin, julkkisjuoruihin, rikoksiin
  - ⇒ tabloidisaation kehityspiirteitä havaittu erityisesti maissa ja medioissa, joissa omistus on siirtynyt kansalliselta tasolta ylikansallisiin käsiin

### 2.3.3 Mediadiversiteetti

- median monimuotoisuus
  - ⇒ miten media heijastaa yhteiskunnallista monimuotoisuutta
  - ⇒ miten media vaalii mielipiteiden monimuotoisuutta
- lähteiden monimuotoisuus
- sisältöjen monimuotoisuus
- vastaanoton monimuotoisuus
- mediadiversiteetin monta tulkintaa:
  - ⇒ kaupallisessa mediassa diversiteetti liittyy ensisijaisesti vapaan kilpailun luomaan valintamahdollisuuksien *määrään*
  - ⇒ julkisen palvelun medialle diversiteetti on ennen muuta *laadun* kriteeri

## 2.4 Mediapolitiikka

- keskeiset toimijat
  - ⇒ kansainväliset toimijat (EU, ITU, Unesco)
  - ⇒ monikansalliset mediayritykset
    - § lobbaukset
  - ⇒ kansalliset toimijat (hallitus, eduskunta)
  - ⇒ kansalliset mediainstituutiot (AlmaMedia, SanomaWSOY, YLE)
  - ⇒ media-alan ammattilaiset (journalistit, kriitikot)
  - ⇒ kansalaiset
    - § kansalaisjärjestöt, kirkot (vaikutustavat: esim. boikotti, oma media)

### 2.4.1 Julkinen mediamonopoli

- sähköisen viestinnän julkista sääntelyä on selitetty luonnollisen monopolin käsitteellä
  - ⇒ luonnollinen monopoli sellaisilla aloilla, joilla ei voi olla kuin yksi toimija
  - ⇒ esim. vesi- ja sähkölaitokset (ei järkeä vetää montaa vesijohtoa omakotitaloon)
  - ⇒ radioaaltojen välittämiseen soveltuvien sähkömagneettisen säteilyn taajuuksien on ajateltu muodostavan tällainen luonnollinen monopoli
    - § voitu jakaa vain rajallinen määrä
    - § toimiluvat
    - § tekninen perustelu

- perinteisiä julkisen monopolin perusteluja
  - ⇒ kulttuuris-moraalinen perustelu
    - § kansallinen turvallisuus
  - ⇒ kaupallinen perustelu
    - § mainosmarkkinoiden hajoaminen, sanomalehtien taloudellisen perustan hajoaminen
- tekninen perustelu murentui kun teknologia kehittyi ja taajuusalueet saatiin tehokkaammin käyttöön

#### **2.4.2 Mediapolitiikan murros – suomalainen deregulaatio 1990-luvulla**

- toteutetun liberalisoinnin myötä YLEn monopoli murtui
  - ⇒ MTV3 (93), Nelonen (96)
- viimeisen pohjan sääntelyltä teknisin perusteluin vei television lähetystoiminnan digitalisointi ja median konvergenssi

#### **2.4.3 Eurooppalainen mediapolitiikka**

- EU:n rajojen sisällä sääntely markkinoita ja kilpailua edistäviä
- suhteessa EU:n ulkopuolisiin maihin sääntely protektionistista

#### **2.4.4 Kansallisen kulttuurin suojeleminen**

- kulttuuriprotektionismi
  - ⇒ haluttu pysäyttää amerikkalainen kulttuuri- ja mediaimperialismi
    - § ajatus, että kulttuurilla ja medialla on tärkeä rooli identiteettien luomisessa ja muokkaamisessa
  - ⇒ erityinen paino niiden arvojen ja käytäntöjen varjelemiselle, joiden nähdään muodostavan perustan kansalliselle identiteetille
- amerikkalaiset markkinat käytännössä suljettu ulkomaisista
  - ⇒ elokuvateollisuuden vertikaalinen integraatio

## 2.5 *Sensuuri ja itesesensuuri*

- sensuuri
  - ⇒ toimintaa, jonka tarkoituksena muuttaa tai tukahduttaa ajatuksia tai tekoja, joiden katsotaan olevan vallitsevan moraalisen tai poliittisen järjestyksen tai ns. yhteisen hyvän vastaisia
  - ⇒ sidoksissa oman aikansa kulttuuriin ja lainsäädäntöön
- ennakkosensuuri
  - ⇒ valtion toimeenpaneva ennakkotarkastus
- jälkikäteinen, rankaiseva sensuuri
- virallinen / epävirallinen sensuuri
  - ⇒ onko säädetty laissa?
- itesesensuuri
- syyt voivat olla moraalisia, uskonnollisia, poliittisia

### 2.5.1 *Kuvasensuuri ennen ja nyt*

- Suomessa ennakkosensuuri kuvataallenteiden, elokuvan ja videon sääntelyssä vuoteen 2001
- uusi laki kuvaohjelmien tarkastamisesta on luonteeltaan lastensuojelulaki
  - ⇒ vastaa perustuslain sananvapaussäännöksiä, että esittämistä tai levittämistä voidaan rajoittaa vain lasten suojelemiseksi
  - ⇒ käytännössä kaikki elokuvateattereissa ja videona levitetty materiaalin ikäraja on oletuksena 18
    - § mikäli haluaa alentaa rajaa, ohjelma on tarkastutettava

### 2.5.2 *Moraalisten paniikkien lyhty historia*

- moraalinen paniikki
  - ⇒ uusien medioiden tuleminen ja niiden herättämät ahdistuksen jaksot yhteiskunnassa
- uudet mediat ovat aina myös herättäneet pelkoa vanhojen medioiden kuolemasta

### 3 Mediatalous ja mediatuotanto

- suurin osa mediatuotannosta on taloudelliseen voittoon tähtäävää liiketoimintaa
- luvun aihe:
  - ⇒ mediaprosessin taloudelliset reunaehdot
  - ⇒ mediatuotantoon liittyvät kysymykset
    - § rahoituksesta
    - § omistuksesta
    - § tekijyydestä
- taloudelliset reunaehdot asettavat rajat
  - ⇒ mitä ja miten on kannattavaa tuottaa?
- teesi
  - ⇒ *mediatuotannon omistus ja rahoitus vaikuttavat mediaesitysten sisältöihin*
- kulttuuriset merkitykset näyttelevät yhä tärkeämpää roolia kaikessa tuotannossa
  - ⇒ ei pelkästään merkityksiin perustuvassa symbolituotannossa
    - § esim. emme osta vain autoa – ostamme BMW:n siihen liittyvine arvoineen
  - ⇒ kahdensuuntainen kehitys
    - § kulttuuri markkinoistunut
    - § markkinat kulttuurisoituneet
      - myydään yhä enemmän ladattujen mielikuvien ja tarinoiden avulla

#### 3.1 Mediatalouden kehitys ja ominaispiirteet

- median taloudellisen ja valistuksellisen funktion välisellä jännitteellä pitkä historia
- taloudellinen tehtävä perinteisesti ollut alisteinen
- toisaalta valistuksellista tehtävää on voitu toteuttaa vain käytettävissä olevien taloudellisten voimavarojen puitteissa
- Suomen mediajärjestelmä
  - ⇒ Graafinen eli painoviestintä
  - ⇒ Sähköinen media
  - ⇒ Televiestintä
  - ⇒ Tallenneviestintä

- median konvergenssi
  - ⇒ mediateknologioiden lähentyminen
  - ⇒ rajat tietokoneen, puhelimen ja television välillä hämärtyvät
- konvergenssikehitys muuttanut jo peruuttamattomasti koko alaa
  - ⇒ voidaan koota huomattavasti suurempia yleisöjä
    - § mitä suurempi yleisö, sitä arvokkaampia tekijänoikeudet
  - ⇒ kun välityskanavien lukumäärä ja välityskyky kasvaa, sisältöjen potentiaalinen arvo nousee
    - § yritykset yrittävät saada haltuunsa sisältöjen tekijänoikeuksien lisäksi myös jakelukanavia

### 3.1.1 Median arvoketju

- arvoketjuajattelun idea
  - ⇒ mitä paremmin ketjun vaiheiden taloudelliset arvot tunnetaan, sitä paremmin niitä voidaan hallita
    - § sitä kannattavamaksi prosessia voidaan kehittää
- arvoketju jakaa median toiminnan peräkkäisiin tuotantovaiheisiin
  - ⇒ sisällön tuottaminen
  - ⇒ koostaminen
    - § sisällöt kootaan lopputuotteeksi
    - § koostajasta tulee yleensä tekijänoikeuksien haltija
  - ⇒ lopputuote
  - ⇒ jakelu
  - ⇒ vastaanotto
    - § aina ei tavoitella suurinta yleisöä – riittävä maksukyky riittää

### 3.1.2 Mediatuotannon rahoitus

- viisi erilaista tulonlähdetä
  - ⇒ käyttäjä
  - ⇒ mainostaja
  - ⇒ kolmas taho
  - ⇒ julkaisija
  - ⇒ julkinen valta

## 3.2 Median keskittyminen

- yksi markkinatalouden merkittävistä kehityssuunnista on ollut omistuksen keskittyminen yhä harvemmille yrityksille
- keskittyminen liittyy toiseen piirteeseen eli ylikansallistumiseen
  
- viestintäkonglomeraatti
  - ⇒ media-alan yritys hankkii omistajuutta mediateollisuuden sisällä
- yleiskonglomeraatti
  - ⇒ media-alan yrityksestä tulee osa muulla alalla toimivaa yritystä
  
- synergiaetu
  
- monomediakeskittyminen
  - ⇒ keskittyminen toimialakohtaista
  
- monimediakeskittyminen eli ristiinomistaminen
  - ⇒ yhdellä omistajalla hallussa useita median toimialoja
  
- vertikaalinen keskittyminen
  - ⇒ yhtiö kontrolloi oman alansa tuotantoa arvoketjun alusta loppuun
  
- horisontaalinen keskittyminen
  - ⇒ yksi omistajaryhmä kontrolloi jollakin median toimialalla määrättyä arvoketjun vaihetta (esim. yritysketjun avulla).
  
- keskittymisellä on arvioitu olevan haittavaikutuksia
  - ⇒ keskittymisen on pelätty johtavan kulttuurisen ja poliittisen moniarvoisuuden vähentymiseen
  
- keskittymiskritiikkiä eri suuntauksien sisällä:
  
- liberalistinen käsitys
  - ⇒ harjoittavat erityisesti media-alan yritykset
  - ⇒ keskittymistä pitää rajoittaa
    - § vapaan kilpailun ja mahdollisimman monen tuottajan menestymisen turvaamiseksi
    - § vapaan mielipiteen kilpailun ja valtaapitävien arvostelun turvaamiseksi
      - monopoli voi vaientaa kritiikkiä
  - ⇒ keskittymistä tulee ehkäistä kilpailulainsäädännön avulla

- pluralistinen käsitys
  - ⇒ edustavat käytännön mediapolitiikan toteuttajat sekä monet tutkijat
  - ⇒ keskittyminen johtaa pluralismin ja diversiteetin katoamiseen
    - § taloudellisten tuottovaatimusten korostuminen tapahtuu sisällöllisten laatuvaatimusten ja yleisön tarpeiden palvelemisen kustannuksella
  - ⇒ kolme tapaa rajoittaa keskittymistä:
    - § kilpailulainsäädäntö
    - § toimilupakäytäntö
    - § julkisilla varoilla tuetaan ei-kaupallista tai huonosti kannattavaa mediatoimintaa
  
- kriittinen käsitys
  - ⇒ edustajat akateemisia tutkijoita ja intellektuelleja, joilla ei kytköksiä viranomaisiin tai mediateollisuuteen
  - ⇒ korostaa median ja valtaa käyttävien eliittien välisiin kiinteisiin suhteisiin
    - § keskittyminen johtaa poliittisen eliitin tukeman mediaeliitin syntymiseen
    - § palveluksia ja vastapalveluksia
  - ⇒ rajoituskeinoja
    - § edellä mainitut
    - § julkisen palvelun velvoitteita pitäisi soveltaa laajemmin toimilupia myönnettäessä
    - § julkista tukea tulisi lisätä riippumattomille, ei-kaupallisille tahoille
    - § vahvistaa kansallista ja paikallista mediatuotantoa – rajoittaa ulkomaisen ja kansainvälisen omistuksen osuutta kansallisissa mediayhtiöissä

### **3.3 Media ja voiton logiikka**

- voitontavoitteiden toteuttamiseksi sisältöjen on houkuteltava mainostajia
- median toiminta kaksilla markkinoilla
  - ⇒ kuluttajamarkkinat
  - ⇒ mainosmarkkinat
  
- voiton tuottamisen periaatteen seurauksia
  - ⇒ riskien välttäminen
    - § yhdenmukaistaa mediatarjontaa
    - § esim. jatko-osat
  - ⇒ ideologian tuottaminen
    - § parhaaseen katseluaikaan esitykset, jotka tuottavat valtakulttuurin ideologiaa
    - § parhaan katseluaajan ulkopuolelle sellaista, joka vetoaa osayleisöjen arvoihin

### 3.3.1 Standardisointi ja differentiointi

- mediateollisuuden kaupalliseen logikkaan kuuluu tasapainoilu standardisoinnin ja differentioinnin välillä
  - ⇒ pitää tuottaa samaa kuin ennenkin
  - ⇒ mutta kuitenkin erityistä aiemmasta eroavaa

### 3.3.2 Tabloidisaatio

- laaja-alainen kolmella tasolla tapahtuva muutosprosessi:
  - ⇒ muutos pois päin julkista aluetta koskevasta informaatiosta kohti viihdettä (joka kumpuaa yksityisestä sfääristä)
  - ⇒ pois päin vakavasta journalismista kohti viihteellistä journalismia
  - ⇒ lajityyppien välisten rajojen hämärtyminen ja esitystapojen muuttuminen
- myös arvojen muutoksista sen suhteen mistä voi puhua ja kuka voi puhua
- tabloidisaation vaikutus uutisjournalismiin – kaksi näkökulmaa
  - ⇒ eriytyminen
    - § eriytymistä tabloid- ja laatulehtien välillä
  - ⇒ yhtenäistyminen
    - § yhtenäistymistä tabloid- ja laatulehtien välillä
- tabloidisaation vaikutus
  - ⇒ puolustajat
    - § julkisuuteen tuotu aiemmin ulkopuolelle jääneitä yksityisen elämän alueita
    - § antanut äänen ennen julkisuudessa kuulumattomille äänille (esim. naiset)
  - ⇒ vastustajat
    - § ei edesauta poliittista toimintaa ja demokratiaan osallistumista
      - puhuttelee yleisöä kuluttajana eikä kansalaisena

### 3.4 Tekijän rooli tuotannossa

- tuotannon vallan kysymys liittyy siihen, millaisena näemme yleisön
  - ⇒ vaikutusten avuton kohde?
  - ⇒ autonominen kriittinen subjekti?
  - ⇒ joku näiden väliltä?
- mediatuottajilla on valta päättää mitä meille on tarjolla
  - ⇒ yleisö ei voi valita sellaista mitä ei ole
- tuottajilla on vastuu tuotteistaan
  - ⇒ eettistä vastuuta ei voida kiertää vetoamalla kansan haluun
- tekijänoikeuksia
  - ⇒ moraalinen
    - § peruuttamattomia
    - § alkuperäisellä tekijällä aina oikeus saada nimensä mainituksi teoksen yhteydessä
  - ⇒ taloudellinen
    - § sopimuksenvaraisia
    - § rajallisia
    - § tekijällä oikeus saada korvaus työnsä kaupallisesta käytöstä

### 3.5 Journalismin toimituskäytännöt

- journalistit rakentavat esityksensä ja tekevät päätöksentekonsa journalististen rutiinien pohjalta
  - ⇒ määrittelyrutiinit
  - ⇒ keruurutiinit
  - ⇒ esitystaparutiinit
- toimittaja liittää kohteen tiettyyn viitekehykseen
  - ⇒ tämä vaikuttaa siihen millainen sanomasta tulee
  - ⇒ kehys on työkalu
    - § rajaa käsiteltävän asian
    - § korostaa tiettyjä puolia
    - § tarjoa tiettyjä tulkintoja
  - ⇒ medially rooli poliittisena toimijana
- toimituskäytännöt ovat toimintatapoja tai malleja, joiden avulla media tuottaa sisältöjä

- uutiskriteerit:
  - ⇒ kielteisyys
  - ⇒ tuoreus
  - ⇒ läheisyys
  - ⇒ yhdenmukaisuus
  - ⇒ selkeys
  - ⇒ odottamattomuus
  - ⇒ superlatiivisuus
  - ⇒ relevanssi
  - ⇒ henkilöitävyys
  - ⇒ eliittihenkilöt
  - ⇒ edustavuus
  - ⇒ faktisuus
  
- uutistyön rytmi suosii yksittäisten tapahtumien raportointia enemmän kuin laajempien ilmiöiden uutisointia
  
- journalistiset ja taloudelliset intressit ovat välillä ristiriidassa
  - ⇒ taloudellinen intressi yleensä voittaa
  
- vakiintuneet uutislähteet ovat median pelastus (mutta samalla kirous?)
  - ⇒ esim. virkamiehet, asiantuntijat
  - ⇒ työnsä puolesta aina saatavilla (helppoa ja nopeaa)
  - ⇒ median tavoitteiden kannalta tärkeätä on lähteiden uskottavuus
  - ⇒ samalla journalismi voi kallistua tukemaan eliittien tulkintoja asioista
  
- vakiintuneiden lähteiden asettaminen erityisasemaan vääristää uutisointia
  - ⇒ ehkäisee uusien, vaihtoehtoisten kehysten / kehystapojen mahdollisuutta kehittyä
  - ⇒ tahot, jotka reagoivat nopeimmin julkisuuden ja journalismin lähdeaineiston tarpeisiin voivat vakiinnuttaa asemansa tärkeinä lähteinä (esim. pääesikunnan PR-työ)
  
- kansalaisjournalismi
  - ⇒ tästä näkökulmasta yllä esitetty kritiikki ”ohutta”
    - § ei kritisoida journalistista kulttuuria sinällään – vain sen toteuttamisen tapaa
  - ⇒ pyrkii muuttamaan journalistista kulttuuria perustaltaan
    - § uutisoinnin perustana kansalaisten arkiset kokemukset
    - § ilman arkeen ankkuroitua tietoa journalistiset tuotokset määritelmällisestikin epäedustavia

## 4 Mediaesitykset

- tärkeitä kysymyksiä
  - ⇒ mitä mediatekstit sanovat?
  - ⇒ miten ne sanovat?
  - ⇒ miksi ne sanovat kuin sanovat?
  
- mediaesitykset tuottavat todellisuutta ja rakentavat maailmaa ideologisesti
  - ⇒ aina sisäänrakennettuna tietty näkökulma maailmaan
  - ⇒ vaikuttavat esittämällä tietyt asiat ”luonnollisina” ja toiset ”luonnottomina”
  
- mediatekstit monimerkityksisiä ja ristiriitaisia
  - ⇒ palvelevatko mediatekstit automaattisesti viimekädessä vain omistajien intressejä?
  - ⇒ usein mediatekstit johtavat ajattelemaan tavalla, joka ei palvele markkinatalouden intressejä
    - § kritisoimalla kuluttamista, yhteiskunnan rakenteellista eriarvoisuutta, suuryritysten poliittista valtaa
    - § toisaalta tämä voi olla tarkoituksellista ”shokeerausta” tavoitteena yleisön houkutteleminen (ja tällöinkin siis taloudellisen voiton tavoittelu)
  
- sosiaalisen vastuun mukaisen journalismin tehtäviin kuuluu
  - ⇒ tiedonvälitys
  - ⇒ julkisen keskustelun edistäminen
  - ⇒ valtaapitävien kriittinen tarkkailu
  
- näiden tehtävien täyttäminen vaatii tekijöille vapautta toimia itsenäisesti ja luovasti

#### 4.1 Mediatekstit ovat kulttuuriteollisuuden tuotteita

- kulttuuriteollisuus
  - ⇒ kaupalliseen menestykseen tähtäävä
  - ⇒ liiketoiminnallisia periaatteita soveltava
  - ⇒ symbolituotanto
- kulttuurin määritelmät
  - ⇒ taiteellisen ja intellektuaalisen työn käytännöt
  - ⇒ yleinen intellektuaalinen, moraalinen, esteettinen kehys
  - ⇒ yhteisön koko elämäntapa (aineelliset ja henkiset puolet)
- ensimmäinen ollut hallitseva
  - ⇒ korkeakulttuurisia asenteita ilmentävä
    - § ”kulttuuri on taidetta”
- kolmas määritelmä noussut esiin viime vuosikymmeninä
  - ⇒ antropologisempi määritelmä
    - § ”kulttuuri on elämäntapa”
- kulttuuriteollisuus käsitteellä ollut positiivinen kaiku 1980-luvulta lähtien
  - ⇒ varsinkin virallisissa puheissa
- alun perin kulttuuriteollisuutta koskeva keskustelu oli kriittistä
  - ⇒ ns. Frankfurtin koulukunta kehitteli käsitteen 1940-luvulla (Adorno, Horkheimer)
  - ⇒ pyrkivät korostamaan taiteellista luovuutta korostavan *kulttuurin* ja taloudellista tuotantoa merkitsevän *teollisuuden* vastakkaisuutta
  - ⇒ kritiikin kohde kulttuuriteollisuuden tuotteiden standardisointi ja etukäteen laskettu standardivaikutus
    - § kulttuuriteollisuuden tuotteet eivät johda vastaanottajan omiin tulkintoihin tai ajatteluun
    - § vahvistavat yhteiskunnassa vallitsevia totuuksia
  - ⇒ aito taide pakottaa vastaanottajan yksilölliseen tulkintaan ja kyseenalaistamaan vallitsevia yhteiskunnallisia oloja
  - ⇒ kapitalismi vallitsevana ideologiana käyttää massakulttuuria sopeuttaakseen ihmisiä olemassa oleviin oloihin
  - ⇒ pyrkimys mahdollisimman laajan yleisön tavoittamiseen ja miellyttämiseen luonut teollisesti tuotetuille kulttuurituotteille niiden jossain määrin negatiivisen arvovaruksen
- tämänlainen käsitys kulttuuriteollisuuden tuotteista ei jätä sijaa yleisön vastarinnalle ja luovuudelle

- kulttuurintutkimuksen myötä on levinnyt käsitys kulttuuristen tekstien monimerkityksisyydestä
  - ⇒ teoriana merkityksien aktivoituminen vasta kun teksti ja vastaanottaja kohtaavat
  - ⇒ kuinka vapaa lukija on merkityksenannossaan?
  - ⇒ teksti ja vastaanotto determinoivat toisiaan
    - § tekstit asettavat rajat mahdollisten merkityksien tuottamisen suhteen
    - § toisaalta vastaanottajan kyky tulkita rajoittaa tietyn merkityksen ennalta lataamista tekstiin

## **4.2 Tekstin tulkinnan ehtoja: konteksti, interteksti ja genre**

- mediaesityksistä puhutaan teksteinä
  - ⇒ ajatus, että mediatuote on luettavissa kielellisenä tekstinä
  - ⇒ ei välttämättä puhuttu tai kirjoitettu kieli
    - § musiikin kieli
    - § elokuvan kieli
    - § television kieli
- konteksti
  - ⇒ hankala käsite – voidaan viitata moniin asioihin
    - § tekemisen tuottamisen konteksti
    - § tekstuaalinen konteksti
    - § vastaanoton konteksti
    - § historiallinen konteksti
    - § yhteiskunnallinen konteksti
    - § kulttuurinen konteksti
  - ⇒ yksinkertaisesti:
    - § tekstin suhteuttaminen tekemiseen, tuottamiseen ja tulkintaan liittyviin kehystäviin tekijöihin

- intertekstuaalisuus
  - ⇒ liittyy keskeisesti tekstien lukemiseen
  - ⇒ määritelmä:
    - § mediatekstit sisältävät viittauksia toisiin mediateksteihin
    - § tekstejä luetaan aina suhteessa toisiin teksteihin
  - ⇒ yksittäinen teksti on sekä oma merkityskokonaisuutensa, että osa laajempaa tekstien verkkoa
  - ⇒ käytetään nykyään paljon
    - § esim. Simpsonit – useita viittauksia elokuvaan, tv-ohjelmiin, historiaan, jne.
    - § sarjamaisuus näkyvä intertekstuaalisuuden muoto
      - 4/5 suomalaisesta tv-tarjonnasta sarjamaista
      - Sarjoina sekä faktaa että fiktiota
      - uutiset, visailut, tilannekomediat, poliisisarjat
  - ⇒ intertekstuaalisuus korkeakulttuurin ja matalakulttuurin näkökulmasta
    - § perinteisten taideteoksien ainutkertaisuus ja autenttisuus
    - § raja hämärtynyt medioitumisen myötä?
      - korkeakulttuuri popularisoitunut
      - rikkaatkin kuluttavat populaarikulttuuria
    - § toisaalta köyhät eivät kuluta perinteistä korkeakulttuuria
    - § rikkailla edelleen tarve erottautua rahvaasta (esim. katkarapuvoileipä)

### **4.3 Todellisuuden esittäminen: representaatio ja stereotyyppi**

- merkki
  - ⇒ jokin joka edustaa enemmän kuin vain itsensä
- denotaatio
  - ⇒ yleisesti hyväksytty (sanakirja) merkitys
- konnotaatio
  - ⇒ kontekstin aikaansaama eri tason assosiatiivinen kokemuksellinen seurannaismerkitys
  - ⇒ kuva voi synnyttää eri katsojissa eri konnotaatioita
- ideologia toimii merkityksenannossa konnotaatioiden tasolla
  - ⇒ ideologiat toimivat tehokkaimmin piilotettuina merkityksinä, jotka vaikuttavat tapaamme käsittää maailmaa
  - ⇒ konnotaatioiden tasolla yhteiskunnassa merkityskamppailu
    - § eri ryhmät ajavat omia etujaan kielen avulla

- myös konnotatiiviset koodit toimivat vallitsevan kulttuurisen järjestyksen sisällä
  - ⇒ nämä hallitsevat merkitykset eivät kuitenkaan ole ennalta määrättyjä
    - § tapahtumat voidaan aina merkityksellistää useammalla tavalla
    - § median täytyy olla kriittistä näiden ”arkitotuuksien” suhteen
      - muuten se voi toimia valtakoneiston arvojen ja päämäärien edistäjänä
  
- representaation politiikka
  - ⇒ representaatio
    - § jonkin esittämistä jonakin
    - § ei todellisuuden esittämistä suoraan, koska automaattisesti tulkittuina ja kehystettyinä
  - ⇒ mediaesitykset eli representaatiot
    - § kulttuurisesti ja poliittisesti rakentuneita
    - § yhteiskunnallista ja poliittista totuutta tuottavia
      - kuka saa päättää mitä esitykset merkitsevät, miten niitä tulkitaan
  
- stereotypia
  - ⇒ tiettyihin ihmisryhmiin tai asioihin kohdistuva jähmettynyt yleistys tai yksinkertaistus
  - ⇒ luokittelevat ihmisiä ja ihmisryhmiä ilman erotusta yksilöiden välillä tai ilman kontekstin huomioon ottamista
  - ⇒ tyypittely ja yleistäminen liittyvät kielelliseen kommunikaatioon
    - § identiteettien rakentamista
    - § luovat järjestystä, varmuutta ja ennustettavuutta
    - § neutraaleja
  - ⇒ kun yksinkertaistaminen muuttuu ehdottomaksi ja negatiiviseksi perusteettomiksi pelkistäviksi jatkopäätelmiksi ollaan tekemisissä stereotyyppien kanssa

#### **4.4 Mediatekstien analysoiminen: diskurssi, genre ja kertomus**

- diskurssianalyysi
  - ⇒ tarjosi kriittiseen teoriaan pohjautuvan näkökulman, jonka mukaan kieleen ja sen käyttöön liittyy aina valta-aspekti
  - ⇒ diskurssi
    - § usein määritellään tarkoittamaan puhetapaa tai kielenkäytön tapaa
    - § läheinen yhteys tulkintakehyksen ja –repertuaarin käsitteisiin
    - § yleisesti:
      - jonkin asian tai ilmiön ympärille rakentunut tapa puhua ja keskustella siitä
    - § eri diskursseissa merkityksellistetään samoja tai eri asioita tai ilmiöitä eri tavoin

- kriittinen diskurssianalyysi
  - ⇒ havainnoimme ympäristöämme aina jonkin diskurssin puitteissa ja sen kautta
- genre
  - ⇒ lajityyppi
  - ⇒ semioottisesta näkökulmasta:
    - § koodi, joka sääntelee sitä, millä tavalla merkkejä voidaan yhdistellä tietyn luokan sisällä
  - ⇒ genreanalyysi
    - § tapa tutkia sitä, kuinka yksittäiset tekstit suhtautuvat muihin
    - § miten ne ovat samalla sekä samanlaisia, että erityisiä
- tiettyyn genreen kuuluvat mediatekstit ovat jo osin valmiiksi merkityksellistettyjä
  - ⇒ näiden päälle yleisö rakentaa omat merkityksensä
- journalistisessa ammattikäytössä genret kiinnittyvät tapaan jäsentää maailmaa eri aiheyhteyksiin
- mediatekstien välinen hierarkia perustuu usein käsityksiin kunkin genren omaperäisyydestä ja kaupallisuudesta
- genre voidaan määritellä tavaksi järjestää kertomuksia
  - ⇒ kertomus voidaan määritellä tavaksi järjestää maailmaa ymmärrettäväksi kokonaisuudeksi
- merkittävää on journalistinen tapa rakentaa tarinoista jatkokertomuksia
  - ⇒ lopulliset ratkaisut seuraavaan lehteen

#### **4.5 Mediatekstit ja laatu**

- mediateksteistä yhä suurempia kokonaisuuksia
- mediatekstit lanseerataan mediatapahtumana
- useasti kaupallistuminen ja laadun huononeminen nähdään liittyvän toisiinsa
- laatu suhteellista
- kulttuuriset arvohierarkiat ovat historiallisia ja sidottuja sekä arvottavaan subjettiin että tiettyyn diskursiiviseen kontekstiin
  - ⇒ arviointi perusteet riippuvat milloin, missä ja kuka arvioi

- eri näkemyksiä laadusta
  - ⇒ laatu ankkuroituna pluralismin, demokratisoitumisen ja yksilön valtautumisen mahdollisuuksien laajentamiseen
  - ⇒ laatu liittyen tarinoiden kykyyn kyseenalaistaa stereotyyppioita, mahdotonta ja normaalia
  - ⇒ laatu viihtymisenä (markkinoiden laatukäsitys)

#### 4.5.1 Journalismin laadun kriteerit

- itsesääntely
  - ⇒ ongelmana perustuminen ammattikunnan omalle tapauskohtaiselle harkinnalle
  - ⇒ miten mitata?
- teoreettinen lähtökohta
  - ⇒ perustana sosiaalisen vastuun periaate
  - ⇒ kriteereinä:
    - § vapaus
      - vapaus johonkin ja/tai jostakin
    - § monimuotoisuus
      - sisällön monipuolisuus
      - monipuolinen pääsy mediaan
    - § objektiivisuus
  - ⇒ ongelmallisin on objektiivisuuden käsite
    - § voiko toimittaja olla täysin objektiivinen?
    - § ehkä kuitenkin tärkeämpää, että mediaesityksiä tuottava toisivat omat lähtökohtansa ja arvoperustansa avoimesti esille
- viimeaikoina noussut esiin laadun kriteeriksi julkisokeskeinen näkökulma
  - ⇒ vastakohtaksi journalismikeskeiselle näkökulmalle
  - ⇒ kriteereinä
    - § pääsy
      - ketkä julkisuudessa
    - § dialogisuus
      - miten hyvin näkemykset kohtaavat keskustelussa
    - § harkitsevuus
      - keskustelun pitkäjänteisyys ja ratkaisuhakuisuus

## 5 Median yleisöt

- viestinnän kaksi näkökulmaa
  - ⇒ siirtomalli
    - § painopiste lähettäjässä
  - ⇒ yhteisyysmalli
    - § lähettäjä vastaanottaja vaikeasti erotettavissa
- lisäksi voidaan lähestyä viestintää vastaanottajan näkökulmasta
  - ⇒ viestintä on vuorovaikutusta, jossa vastaanottaja osallistuu aktiivisesti merkitysten luomiseen
    - § tai voi jopa torjua lähettäjän tarkoittamat merkitykset
  - ⇒ sanoman lopullinen merkitys vasta vastaanottajan merkityksellistämisen tuloksena
- yleisötutkimuksen keskeinen kysymys
  - ⇒ miten mediaesitykset vaikuttavat vastaanottajiin?
  - ⇒ ongelmana epätietoisuus mitä vaikutuksella tarkoitetaan
- pelkästään mediaesityksen sisällön perusteella ei voida päätellä vaikutusta vastaanottajiin
  - ⇒ voidaan tulkita myös ”epätoivotavalla tavalla” tai torjua
- käsitys merkityksiä aktiivisesti tuottavasta yleisöstä on varsin uusi
  - ⇒ nykyään vallitseva käsitys median tutkimuksessa
  - ⇒ vaihtoehtona käsitykselle mediainstituutioiden ja –esitysten ideologisesta ylivoimasta ja niiden manipuloimasta massayleisöstä

### 5.1 Hankalan yleisön jäljillä

- yleisö-käsitteen hankaluus siinä miten monella tavalla yleisöjä voidaan määritellä
  - ⇒ tietyn median yleisö
  - ⇒ tietyn tyyppisen sisällön tai esityksen yleisö
  - ⇒ tietyn paikan yleisö
- uutena terminä julkiso
  - ⇒ tarkoittaa demokratiassa aktiivisesti toimivaa yleisöä (public)
- yleisöt toisaalta suurempia toisaalta hajaantuneempia kuin ennen
- yleisöjä muodostuu kahdella tavalla:
  - ⇒ nousevat yhteiskunnasta olevista ryhmistä
  - ⇒ syntyvät median ja esitysten kautta

- vaikeata erottaa milloin kysymyksessä tuottajan luomat tarpeet ja milloin olemassa olevat sosiaalisen ryhmän tarpeet (joita media tyydyttää)
- onko yleisöä edes olemassa kuvausten ulkopuolella
  - ⇒ onko yleisö vain diskursiivinen ilmiö
  - ⇒ teoreettinen konstruktio
- yleisön määrittelyn motiiveja
  - ⇒ mediateollisuuden tarpeiden tyydyttäminen
    - § tavoitteena yleisön kontrolloiminen
    - § ”mediateollisuuden puolella”
  - ⇒ huoli median haitallisista vaikutuksista
    - § tavoitteena yleisön palveleminen
    - § ”yleisön puolella”
- yleisön jäsentäminen vaikuttaa mediapolitiikan toimijoiden päätöksiin
  - ⇒ esim. millaisia sisältöjä, palveluja ja kenelle tulee digi-televisioon
- julkisen palvelun mediat joutuneet toimintansa oikeuttamiseksi kilpailemaan vastaanottajista
  - ⇒ vaikka eivät kilpailekaan mainostajista
- käyttäjien tilastollinen mittaaminen
  - ⇒ keskeisessä asemassa
  - ⇒ ongelmana tv, radion ja internetin käytön mittaaminen
    - § käyttö itsenäistä ilman suoraa kontrollia
  - ⇒ lehtien, teatteriesitysten käytön mittaaminen helpompaa
    - § tilausmäärät, lipputulot
  - ⇒ mittareiden avulla ei kuitenkaan saada selville
    - § miksi
    - § millaisissa oloissa
    - § missä mielentilassa ihmiset seuraavat esitystä
    - § eikä sitä mitä esitys ihmisille antaa

### 5.1.1 Aktiivinen ja passiivinen yleisö

- arvoväritteistä
  - ⇒ aktiivinen käyttö katsottu paremmaksi kuin passiivinen
  - ⇒ passiivisen yleisön aivopesu/hyväksikäyttö katsottu helpommaksi
- passiiviseen katseluun viitattu negatiivisella termillä virta (flow)
  - ⇒ ohjelmisto yhtenäisenä virtana
    - § mainokset eivät erotu ohjelmista
  - ⇒ etnografisessa vastaanottotutkimuksessa virran kielikuvaan ei sisälly negatiivisia merkityksiä
    - § viitataan tv:n ja median arkiseen käyttöön osana arjen virtaa
    - § media jäsentää päivän ja antaa sille rytmin ilman sen suurempia merkityksiä
    - § liittää meidät yhteisöön
- aktiivisuutta on monenlaista
- vuorovaikutus
  - ⇒ käyttäjälle suurempi kontrolli millaisia sisältöjä, millä tavalla ja missä hän käyttää
  - ⇒ reaaliaikaisuus
  - ⇒ vastavuoroisuus
- segmentoituminen
  - ⇒ yleisöjen muuttuminen sisäisesti yhtenäisemmiksi mediatarjonnan erikoistumisen myötä
- fragmentoituminen
  - ⇒ yleisön huomio jakaantuu useamman medialähteen kesken
  - ⇒ mediavalinnat henkilökohtaisempia

## 5.2 Yleisötutkimuksen suuntauksia

- mediaväkivaltakeskustelu
  - ⇒ tutkituin median osa-alue
  - ⇒ voidaan jakaa kahtia
    - § väkivalta jännitteiden laukaisijana
      - katharsis-teesi
    - § väkivalta yllyttäjänä
      - sosiaalisen oppimisen malli
  - ⇒ kultivaatiomalli
    - § median väkivaltakuvastojen vaikutukset ihmisiin ja viime kädessä koko yhteiskuntaan ovat pitkäaikaisia ja kasautuvia
    - § ”iloinen väkivalta” vääristää katsojan todellisuuskäsitystä
    - § pelko- ja ahdistusvaikutuksia
    - § väkivaltaisessa symboliympäristössä elämisestä seuraa ”pahan maailman syndrooma”

### 5.2.1 vaikutustutkimus (MCR-perinne)

- keskeinen kysymys:
  - ⇒ keitä yleisöön kuuluvat ja miten erilaisista taustoista tulevat ihmiset käyttävät mediaa
- kaksivaihehypoteesi
  - ⇒ median vaikutus ihmisiin kulkee ns. mielipidejohtajien kautta
- minimivaikutusten hypoteesi
  - ⇒ median vaikutus vähäistä
  - ⇒ yleisin vaikutus mielipiteiden pysyvyys

### 5.2.2 vaikutustutkimus (MCR-perinteen jälkeen)

- agenda tutkimus (agenda setting research)
  - ⇒ lähtökohtainen ero vaikutusten määrittelyssä
  - ⇒ vaikutukset ihmisten mielikuvissa ja todellisuuskäsityksissä – ei niinkään mielipiteiden muuttumisessa
  - ⇒ media ei määrää millä tavalla ihmiset ajattelevat – media määrää mistä ihmiset ajattelvat

### 5.2.3 käyttötarkoitustutkimus

- painopiste kysymyksessä ”mitä yleisö tekee medially?”
- perusajatuksena yleisön aktiivisuus
- yleisö tyydyttää tarpeitaan median avulla
- ongelmana tiedostamattomat selittämättömät median käyttötarkoitukset

### 5.2.4 vastaanottotutkimus

- 1980-luvulla nousut
- keskeiset kysymykset
  - ⇒ representaation ja ideologian suhteet
  - ⇒ vastaanottajien tavat merkityksellistää mediatekstejä
- lähtökohtana mediatekstien merkityksien riippumattomuus tuotannosta ja esitystavasta
- sisäänkoodaus/uloskoodaus-malli
  - ⇒ hallitseva lukutapa
  - ⇒ neuvotteleva lukutapa
  - ⇒ vastustava lukutapa

### 5.2.5 Mediaetnografia

- painopisteenä
  - ⇒ ihmisten arkipäiväinen mediakäyttö
  - ⇒ mediaesitysten merkityksellistämisen käytännöt
- tutkia luonnollisissa konteksteissa eli ihmisten kodeissa
- korostanut median roolia arkipäiväisten askareiden organisoimisessa

### 5.3 Kuluttajia ja kansalaisia

- yleisötutkimuksen etnografisen käänteen myötä huomio kiinnittynyt yleisön ja yleisöyden tutkimuksesta median käytön ja käyttäjyyden kysymyksiin
- kaksi toisiaan täydentävää tutkimuksen haaraa
  - ⇒ median kulutuksen ja kuluttajuuden tutkimus
    - § lähtökohtana aktiivinen kuluttaja
    - § miten ihmiset voivat toimia mielekkäästi ja merkityksellisesti läpikotaisin kaupallistuneessa ja mainonnan ympäröimässä todellisuudessa
    - § ainakin kaksi vastausta
      - ihmisten valinnat luovia – ei pelkästään mainonnan ärsykkeiden perusteella
      - yksilöllisimmätkin valinnat yhteisöllisen harkinnan pohjalta
  - ⇒ mediatutkimuksen emansipatorinen tai valtauttava perinne
    - § ”yhdeksi monelle” paradigma sai seurakseen ”monelta monelle” viestinnän
    - § medially historiallisestikin ollut yhteiskunnallista merkitystä
    - § nyt internet ja uudet teknologiat mahdollistavat uudenlaista kansalaisaktivismia
    - § uuden median ympärille rakentunut yhteisöllisyys
    - § mitä kansalaisuudelle on tapahtumassa Euroopan yhdyttyessä ja maailman globalisoituessa?

## **6 Media murroksessa**

### **6.1 Muuttuko media – ja mihin suuntaan?**

- kulttuurisen muodon käsite
  - ⇒ uusi media voi korvata vanhan vain silloin kun se vastaa paremmin ja halvemmalla viestinnällisiin tarpeisiin
- viestinnän sijaan puhumme nykyään mieluummin mediasta
  - ⇒ näkökulma on laajentunut viestinnällisten ilmiöiden tarkastelussa
  - ⇒ median käsite viittaa kokonaisvaltaisesti viestimien rooliin ihmisten arjessa
- uusilla medioilla monia ennakoimattomia käyttötapoja
- käytön leviämistäkään ei osattu ennakoida oikein

### **6.2 Yleisöt liikkeessä: yleinen hajaannus vai uudenlainen järjestys?**

- yleisön fragmentoituminen vs yleisön globalisoituminen
- ideaalista kansallisesti yhtenäistä yleisöä tuskin koskaan ollut
  - ⇒ vaikka luettu samoja lehtiä – luettu eri tavalla
  - ⇒ perustui tuottajien retoriikkaan

### **6.3 Median tulevaisuus**