

VAASAN YLIOPISTO

Filosofinen tiedekunta

Ville Orrenmaa

Yleisön vallan representaatio televisiossa

Tarkastelussa *Docventuresin* intermediaaliset viittaukset

Viestintätieteiden pro gradu -tutkielma

Vaasa 2015

SISÄLLYS

KUVIOT	2
KUVAT	2
TIIVISTELMÄ	5
1 JOHDANTO	7
1.1 Tavoite	7
1.2 Tutkimusaineisto	9
1.3 Menetelmät	12
2 MEDIAT JA YLEISÖT MUUTOKSEN KESKELLÄ	16
2.1 Intermediaalinen mediamaisema	16
2.2 Intertekstuaalisuudesta intermediaalisiin viittauksiin	19
2.3 Yleisön roolin muuttuminen ja yleisön valta	22
3 TELEVISIO-OHJELMIEN MERKITYSTEN MUOVAUTUMINEN	29
3.1 Genret ja formaatit	29
3.2 Merkitykset ja representaatiot televisiossa	35
4 YLEISÖN VALLAN REPRESENTAATIO <i>DOCVENTURESIN</i> INTERMEDIAALISISSA VIITTAUKSISSA	42
4.1 Analyysin suorittaminen	42
4.2 Yleisön osallistumisen määrällinen analyysi	47
4.3 Yleisön valta graafisissa intermediaalisissa viittauksissa	54
4.4 Yleisön valta auditiivisissa intermediaalisissa viittauksissa	60
4.5 Yleisön valta audiograafisissa intermediaalisissa viittauksissa	69
4.6 Analyysin ulkopuolelle jäänyt yleisön valta	76
4.7 Yhteenveto ja johtopäätökset	77

5 PÄÄTÄNTÖ	84
LÄHTEET	87
LIITTEET	
Liite 1. Erilaisten intermediaalisten viittausten lukumäärät	92
Liite 2. <i>Docventuresin</i> studiokuvassa näkyviä intermediaalisia viittauksia, jotka korostavat yleisön valtaa	93
Liite 3. <i>Docventuresissa</i> esiintyviä graafisia intermediaalisia viittauksia, jotka eivät kuvaa yleisön osallistumista	94
KUVIOT	
Kuvio 1. <i>Docventures</i> -jaksojen jakaantuminen neljään eri osioon televisiossa	9
Kuvio 2. Aineiston rajausta tiettyyn määrään Live-osuuksia	10
Kuvio 3. Peirce's elements of meaning (Fiske 1990: 42)	37
Kuvio 4. Aineiston koodaamisessa käytettyjen kategorioiden luominen	43
Kuvio 5. Yleisön vallan representaation syntyminen	46
Kuvio 6. Yleisön osallistumisen osuus <i>Docventuresin</i> tekijöiden hallinnoimista intermediaalisista viittauksista ensimmäisellä ja toisella tuotantokaudella	48
Kuvio 7. Yleisön osallistumista kuvaavien intermediaalisten viittausten jaksokohtaiset esiintymismäärät <i>Docventuresin</i> ensimmäisellä ja toisella tuotantokaudella	49
Kuvio 8. Yleisön osallistumista kuvaavien intermediaalisten viittausten osuudet eri moodeissa <i>Docventuresin</i> ensimmäisellä ja toisella tuotantokaudella	50
Kuvio 9. Suorien lainausten, epäsuorien lainausten ja mainintojen osuudet auditiiivisista intermediaalisista viittauksista, jotka kuvaavat yleisön osallistumista	52
Kuvio 10. Yleisön osallistumisen koodin syntagma (vasemmalla) ja paradigma (oikealla)	53
KUVAT	
Kuva 1. Maininnan tasolla olevia graafisia intermediaalisia viittauksia <i>Docventuresin</i> ensimmäisen kauden Uskonto-jaksosta	55

Kuva 2. Ensimmäisen tuotantokauden Ihmiskunta-jaksossa esiintynyt graafinen intermediaalinen viittaus, joka on suora lainaus katsojan Twitter-komentista	57
Kuva 3. Toisen tuotantokauden Suomalaisuus-jaksossa esiintynyt graafinen viittaus, joka arvostelee <i>Docventuresia</i>	59
Kuva 4. Uskonto-jaksossa esiintyneen audiograafisen viittauksen graafinen osa	70
Kuva 5. Ihmiskunta-jaksossa esiintyneen audiograafisen viittauksen graafinen osa	71
Kuva 6. Audiograafisen viittauksen graafinen osa toisen tuotantokauden Korruptio-jaksosta	73
Kuva 7. Totuus-jaksossa yleisö sai lähettää kommenttejaan YouTube-videoiden muodossa	75

VAASAN YLIOPISTO**Filosofinen tiedekunta**

Tekijä:	Ville Orrenmaa
Pro gradu -tutkielma:	Yleisön vallan representaatio televisiossa Tarkastelussa <i>Docventuresin</i> intermediaaliset viittaukset
Tutkinto:	Filosofian maisteri
Koulutusohjelma:	Viestinnän monialainen maisterikoulutusohjelma
Suuntautumisvaihtoehto:	Digitaalinen media
Valmistumisvuosi:	2015
Työn ohjaajat:	Terttu Harakka ja Anne Soronen

TIIVISTELMÄ:

Tutkimuksen tavoitteena oli tarkastella 2010-luvun televisiossa luotua kuvaa yleisön vallasta. Tätä tutkittiin käyttämällä aineistona kotimaisen *Docventuresin* vuosina 2013 ja 2014 esitettyjä Live-osuuksia. Näissä keskityttiin tutkimaan yleisön vallasta luodun kuvan luonnetta sekä sitä, miten muihin medioihin tehdyt viittaukset vaikuttavat tähän kuvaan. Yleisön osallisuus ilmenee ohjelmassa pääasiassa intermediaalisina viittauksina, minkä vuoksi yleisön vallan tutkiminen edellytti keskittymistä ohjelman intermediaalisuuteen. Yleisön vallan lisääntyminen ja intermediaaliset käytännöt ovat merkittäviä ilmiöitä 2010-luvun mediakentässä.

Tutkimuksen menetelminä käytettiin määrällistä ja laadullista sisällönanalyysia. Molempien analyysimenetelmien aineisto koostui kolmesta *Docventuresin* ensimmäisen tuotantokauden Live-osuudesta ja kaikista kahdeksasta toisen tuotantokauden Live-osuudesta. Tutkimuksessa saatiin selville, että *Docventuresin* formaatissa vain noin kolmasosa intermediaalisuudesta kuvaa yleisön osallistumista, mikä ei lähtökohtaisesti tue kuvaa yleisön vallasta. Tästä huolimatta yleisön osallistumista kuvaava intermediaalisuus ilmentää yleisön valtaa vahvasti ja monipuolisesti. Yleisön vallasta luotu kuva syntyy tasapuolisesti sekä televisioruudulla että juontajien puheessa esiintyvien intermediaalisten viittausten kautta. Ruudulla näkyvät intermediaaliset viittaukset luovat yleisön vallasta luotettavan kuvan, joka pohjautuu yleisön saamaan julkisuuteen ja vaikutusmahdollisuuksiin. Juontajien puheessa esiintyvät viittaukset puolestaan luovat yleisön vallasta monipuolisemman kuvan, joka pohjautuu julkisuuden ja vaikutusmahdollisuuksien lisäksi myös yleisön yhteisöllisyyteen.

Docventuresin formaatti ja genret tukevat yleisön valtaa, mikä heijastuu televisio-ohjelman Live-osuuksien sisältöön ja yleisön vallasta luotuihin merkityksiin. Näiden merkitysten taustalla ovat ohjelman intermediaaliset käytännöt, jotka mahdollistavat yleisön osallistumisen ohjelman keskusteluun. Tämän tutkimuksen perusteella yleisön vallasta luotuja merkityksiä sekä niiden yhteyttä intermediaalisuuteen olisi aiheellista tutkia muidenkin aineistojen avulla.

AVAINSANAT: yleisön valta, intermediaalisuus, representaatiot, televisioformaatit

1 JOHDANTO

Mediateksteissä törmää usein tapauksiin, joissa viitataan muuhun kuin juuri kyseessä olevaan mediaan. Esimerkiksi televisio-ohjelmissa on tapana viitata ohjelman hyödyntämiin sosiaalisen median kanaviin ja nostaa sosiaalisesta mediasta katsojien kommentteja osaksi itse ohjelmaa. Tällaiset käytännöt saattavat vaikuttaa merkityksettömiltä ohjelman lisäosilta, mutta todellisuudessa niiden vaikutus itse ohjelmaan ja sen luomiin merkityksiin voi olla suuri.

Eri medioiden hyödyntäminen televisiossa mahdollistaa katsojien reaaliaikaisen osallistumisen ohjelmaan ja sitä kautta ohjelman sisältöjen luomiseen, mikä hämärtää rajoja ohjelman tekijöiden ja yleisön välillä. Monissa tapauksissa televisio-ohjelmien luomat merkitykset ovatkin yhtä lailla yleisön kuin ohjelman tekijöiden muovaamia. Ennen kaikkea yleisö luo itsestään tietynlaista kuvaa osallistuessaan televisio-ohjelmiin.

Yleisön osallistuminen mediatekstien sisältöjen tuottamiseen kertoo yleisön vallan lisääntymisestä, joka on medioiden yhteispelin ohella yksi tärkeimpiä ilmiöitä 2010-luvun mediakentässä. Yleisön jäsenillä on entistä enemmän valtaa, koska he saavat mediassa yhä enemmän julkisuutta, pystyvät vaikuttamaan mediasisältöihin, valitsemaan vapaasti käyttämänsä mediakanavat sekä muodostamaan muiden yleisön jäsenten kanssa toimivia yhteisöjä. Onkin aiheellista pohtia, kuinka tämä ilmiö näkyy itse mediateksteissä, eli minkälainen kuva yleisöstä ja sen vallasta muodostetaan mediassa.

1.1 Tavoite

Tämän tutkimuksen tavoitteena on tarkastella 2010-luvun televisiossa luotua kuvaa yleisön vallasta. Tutkimusaineistonani toimii vuosina 2013 ja 2014 esitetty kotimainen televisiosarja *Docventures*, jossa yleisöstä luotu kuva syntyy pääasiassa niin kutsuttujen intermediaalisten eli medioiden välisten viittausten kautta. Tutkimuksen tavoitteesta ja aineistosta johdan seuraavat tutkimuskysymykset:

1. Minkälainen kuva yleisön vallasta luodaan *Docventuresissa*?
2. Miten *Docventuresissa* esiintyvä intermediaalisuus kuvaa yleisön valtaa?

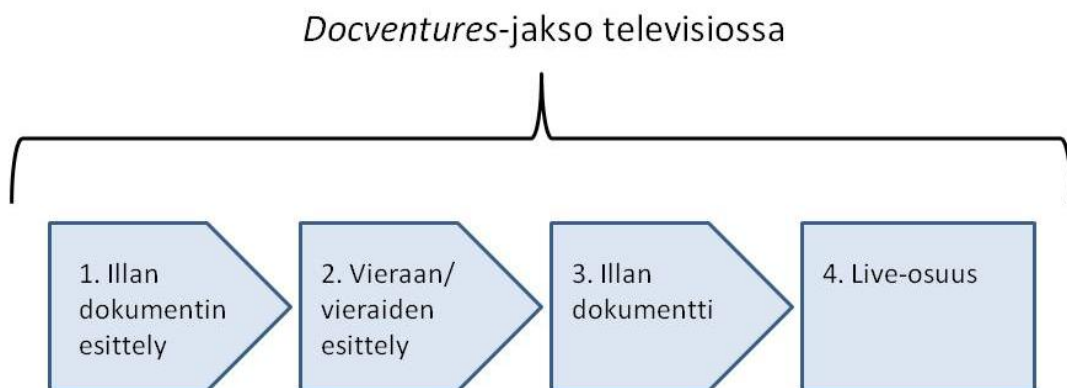
Ensimmäinen näistä on tutkimuksen päätutkimuskysymys. Vastaamalla tähän kysymykseen saan tietoa 2010-luvun televisiossa kuvatusta yleisön vallasta relevantin esimerkitapauksen kautta. Kysymykseen vastaaminen ei siis anna tyhjentävää selontekoa televisiossa ilmenevästä yleisön vallasta, mutta tarjoaa esimerkin 2010-luvun televisiolle tyypillisestä tapauksesta. Tämän tapauksen kohdalla saatuja tuloksia olisi siis mahdollista peilata myös suurempiin aineistoihin.

Tutkin yleisön vallan kuvaamista keskittymällä *Docventuresissa* näkyvään intermediaalisuuteen eli ohjelmassa esiintyviin muihin medioihin. *Docventuresissa* nimittäin kuvataan yleisöä lähes yksinomaan tällaisilla intermediaalisilla viittauksilla, jotka ilmentävät yleisön osallistumista ohjelmaan. Intermediaaliset viittaukset muodostavat ohjelmassa eräänlaisen vuoropuhelun, jossa osa niistä kehottaa yleisöä osallistumaan ja osa kuvaa yleisön osallistumista. Mahdollinen kuva yleisön vallasta muodostuu siis intermediaalisten viittausten ja yleisön osallistumisen kautta, minkä vuoksi analyysi kohdistuu näihin aineiston piirteisiin. Vastaamalla toiseen tutkimuskysymykseen saan selville, millä keinoilla *Docventuresissa* luodaan kuvaa yleisön vallasta.

Vastaamalla edellä kuvattuihin tutkimuskysymyksiin saan selville, minkälainen kuva *Docventuresissa* luodaan yleisön vallasta, ja miten tämä kuva on toteutettu. Tutkimuksen taustalla on oletus siitä, että *Docventures* ilmentää yleisön valtaa jollain tavalla, sillä ohjelman genre ja formaatin luonne tukevat yleisön valtaa. Näitä ohjelman luomiseen vaikuttavia puitteita käsittelen luvussa 3.2. Koska *Docventuresin* jaksot ovat yleisön vallan ympäröimiä mediatekstejä, on aiheellista olettaa, että yleisön valta näkyy jollain tavalla myös itse mediateksteissä.

1.2 Tutkimusaineisto

Aineistona tässä tutkimuksessa käytän 28.8.2013–13.11.2013 ja 3.9.2014–22.10.2014 esitettyjä kotimaisen *Docventures*-televisiosarjan jaksoja. *Docventuresin* jaksot koostuvat televisiossa neljästä eri osiosta, jotka on kuvattu kuviossa 1. Ohjelmassa on joka viikko uusi teema ja siihen liittyvä dokumenttielokuva, joiden ympärille keskustelu rakentuu. Kulloisenkin teeman käsittely alkaa jo päivällä radiossa Yle Puhe -kanavalla, jolloin ohjelman juontajat Tuomas ”Tunna” Milonoff ja Riku Rantala johdattavat yleisön viikon teemaan asiantuntijavieraan avustuksella. Illalla *Docventures* jatkuu televisiossa viikon dokumenttielokuvan esittelyllä, joka on televisio-ohjelman ensimmäinen osio. Tämän jälkeen seuraa ohjelman toinen osio, joka on televisio-ohjelman asiantuntijavieraiden esittely. Ensimmäisellä tuotantokaudella kussakin jaksossa on yksi vieras ja toisella tuotantokaudella vieraita on kaksi. Elokuvan ja vieraiden esittelyn jälkeen esitetään illan dokumenttielokuva, mikä on ohjelman kolmas osio. Tämän jälkeen siirrytään viimeiseen osioon eli niin kutsuttuun Live-osuuteen, jossa dokumentista ja illan teemasta keskustellaan studiossa suorassa lähetyksessä asiantuntijavieraan tai vieraiden kanssa.



Kuvio 1. *Docventures*-jaksojen jakaantuminen neljään eri osioon televisiossa

Rajasin tutkimusaineiston pelkkiin ohjelman Live-osuuksiin, sillä näissä yleisön osallistuminen tulee parhaiten esille, kun taas muissa osuuksissa yleisön osallisuutta ei juuri-

kaan näytetä. Rajasin aineistoani lisäksi siten, että otin tarkasteluun mukaan kaikki toisen tuotantokauden kahdeksan Live-osuutta, mutta pelkästään kolme ensimmäisen tuotantokauden kahdestatoista Live-osuudesta. Aineiston rajaus on kuvattu kuviossa 2. Ensimmäisen tuotantokauden Live-osuuksien pituus oli noin 45 minuuttia jaksoa kohden, ja toisen tuotantokauden Live-osuuksien lähetysaikaa oli pidennetty noin 60 minuuttiin. Yhteensä siis tutkimuksen aineistona oli ohjelmamateriaalia noin 10 tuntia ja 15 minuuttia, 480 minuuttia toiselta kaudelta ja 135 minuuttia ensimmäiseltä kaudelta.

	1. tuotantokausi	2. tuotantokausi
	12 jaksoa	8 jaksoa
Aineiston rajaus	↓	↓
	12 Live-osuutta	8 Live-osuutta
Aineiston rajaus	↓	↓
	3 Live-osuutta	8 Live-osuutta

Kuvio 2. Aineiston rajaus tiettyyn määrään Live-osuuksia

Rajasin osan ensimmäisen tuotantokauden Live-osuuksista pois, koska niiden kaikkien analysointi olisi ollut liian suuri tehtävä. Valitsin analyysiin mukaan ensimmäisen, viimeisen ja seitsemännen Live-osuuden kauden keskivaiheilta. Toisen tuotantokauden Live-osuuksia taas oli yhteensä kahdeksan, jotka kaikki otin mukaan analyysiin. Valitsin analysoitavaksi kaikki toisen tuotantokauden Live-osuudet, sillä halusin keskittyä

mahdollisimman tuoreen materiaalin tutkimiseen ja samalla saada kattavan kuvan ohjelmasta. Ensimmäisen tuotantokauden Live-osuudet tarjoavat analyysiin vertailunäkökulman, jonka avulla saan tietoa nimenomaan *Docventuresin* formaatille ominaisista piirteistä. Näiden Live-osuuksien valinta kauden alusta, keskivaiheilta ja lopusta takaa sen, että ensimmäisestäkin tuotantokaudesta saadaan jokseenkin kattava kuva.

Docventuresin analysoiminen sopii tutkimuksen tavoitteeseen, koska sen asemaa 2010-luvun televisiossa voidaan pitää merkittävänä. Ensinnäkin ohjelmaa esittänyt televisio-kanava Yle TV2 oli Suomen kolmanneksi katsotuin kanava vuonna 2014 (Finnpanel 2015). Lisäksi Finnpanelin tekemien tutkimusten mukaan *Docventuresin* radio- ja televisio-ohjelmat tavoittivat vuonna 2013 yhteensä 1,8 miljoonaa yli 10-vuotiasta suomalaista ja samana vuonna 67 prosenttia suomalaisista oli kuullut *Docventuresista* (Sandell 2014). Parhaimmillaan *Docventures* keräsi vuonna 2013 noin 283 000 katsojaa televisioon ääreen (Haaramo 2015). Ennen kaikkea ohjelman suosio on kuitenkin ilmennyt palkintojen muodossa, sillä se on voittanut kahtena peräkkäisenä vuotena Kultainen Venla-palkinnon vuoden parhaana ajankohtais- ja asiaohjelmana (Nieminen 2015). Lisäksi ohjelma sai Kultaisen Venlan vuoden 2013 tv-teosta (Yle 2014) ja voitti Formaatti-Finlandia -palkinnon vuonna 2014, jolloin keuhuttiin ohjelman ”monimediallisia ulottuvuuksia ja sosiaaliseen mediaan osallistumista” (Mäntymaa 2014). Ohjelman suosiosta kertoo myös se, että heti ensimmäisen tuotantokauden loputtua internetissä esitettiin lisäjaksoja suuren kysynnän vuoksi (Rautio 2013). *Docventures* saattaa siis toimia suunnannäyttäjänä suomalaiselle televisiolle, sillä suosittu ohjelman kaavaa yritetään luonnollisesti toistaa mahdollisimman suurien katsojalukujen toivossa.

Docventuresin analysoiminen sopii tutkimuksen tavoitteeseen myös siksi, että kyseessä on uudenlainen televisio-ohjelma, jossa yleisöllä on suuri rooli. *Docventuresin* ytimessä on ajatus herättää katsoja mukaan keskusteluun. Samalla katsojat voivat osallistua keskusteluun Twitterissä, Facebookissa sekä ohjelman nettisivuilla chatissa. Lisäksi osallistuminen on mahdollista myös faksin, kirjepostin ja VHS-kasetin muodossa (Yle 2013).

Yleisön osallistuminen ilmenee *Docventuresin* Live-osuuksissa eri tavoin. Joitakin katsojien kommentteja juontajat poimivat mukaan studiossa käytävään keskusteluun, kun

taas jotkut kommentit näkyvät pelkästään muille katsojille televisioruudulla. Olennaista näissä yleisön kommentteissa on kuitenkin, että ne kaikki ilmentävät ohjelman intermediaalisuutta, sillä kommentit välittyvät televisio-ohjelmaan aina jonkin muun median kautta. Lisäksi intermediaalisuus näkyy ohjelmassa myös sellaisissa viesteissä, jotka kulkeutuvat ohjelman tekijöiltä yleisölle. Nämä viestit ovat esimerkiksi muistutuksia siitä, että keskusteluun voi osallistua eri medioiden välityksellä. Ohjelman ja yleisön välinen intermediaalisuutta korostava vuorovaikutus jatkuu ohjelma-ajan ulkopuolellakin sosiaalisessa mediassa, jossa mukaan tuodaan lisää medioita esimerkiksi YouTube- ja Spotify-linkkien avulla.

1.3 Menetelmät

Koska tämä tutkimus on valmiita dokumentteja hyödyntävä tapaustutkimus (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009: 134–135), on käyttämäni aineistonkeruumenetelmä varsin yksinkertainen. Olen kerännyt aineiston tallentamalla *Docventuresin* Live-osuudet niiden lähetysaikaan televisiosta. Aineistonanalyysimenetelmät sen sijaan vaativat tarkempaa tarkastelua. Tutkimuksen analyysi voidaan ensinnäkin luokitella tekstianalyysiksi, sillä televisio-ohjelmat ovat *tekstejä* eli merkityskokonaisuuksia, jotka vaativat ihmisten tulkintaa tullakseen ymmärretyksi (McKee 2003: 4). Tekstianalyysi on näiden merkityskokonaisuuksien analysointia siten, että tekstien todennäköisimmistä tulkinnoista muodostetaan perusteltuja arvauksia. Tekstien sisältämien merkitysten tulkinnat vaihtelevat jokaisen tulkitsijan eli lukijan, katsojan tai kuuntelijan mukaan, minkä takia niistä on mahdotonta sanoa mitään lopullisia totuuksia. Tarkoituksena tekstianalyysissa on pikemminkin selvittää tiettyjä käsityksiä maailmasta, tietyssä aikana ja tietyssä kulttuurissa. Tämä auttaa ihmisiä ymmärtämään omia käsityksiään ja vertaamaan niitä mahdollisiin muihin käsityksiin ja jäsenyyksiin maailmasta. (Emt. 1.)

Tutkimuksen analyysi voidaan luokitella tarkemmin sisällönanalyysiksi, joka on tekstianalyysin eräs muoto (McKee 2003: 2; Tuomi & Sarajärvi 2002: 105). Huckinin (2004: 14) mukaan sisällönanalyysille on ominaista, että se keskittyy teksteissä niiden pinta-

puolisiin ominaisuuksiin ja korostaa semanttisia tai merkityksiin liittyviä rakenteita. Huckin (2004: 14) määrittelee sisällönanalyysin (*content analysis*) seuraavasti:

Sisällönanalyysi tarkoittaa tiettyjen sanojen, ilmausten, ajatusten tai muun havainnoitavan semanttisen datan tunnistamista, laskemista ja analysointia yhdessä tai useasta tekstistä. Analyysin tarkoituksena on paljastaa tekstistä jokin temaattinen tai retorinen rakenne.¹

Tämän tutkimuksen analyysissa suoritettu sisällönanalyysi on sekä määrällistä että laadullista, sillä pelkkä määrällinen analyysi ei aina riitä aineiston sisältämien merkitysten avaamiseen (Huckin 2004: 14–15). Määrällisen ja laadullisen menetelmän yhdistävässä sisällönanalyysissa voidaan saada selville empiiristä tietoa tietyistä retorisisista ja diskursiivisista käytännöistä sekä sosiokulttuurisista rakenteista (emt. 15–16). Tutkimus on myös teoriaohjaava, koska se ei ole puhtaasti aineisto- tai teorialähtöinen, vaan pikemminkin etenee aineiston ehdoilla pohjautuen aiempiin teoreettisiin käsityksiin (Tuomi & Sarajärvi 2002: 110–117). Siten kyseessä ei ole myöskään puhtaasti deduktiivinen tai induktiivinen tutkimus, vaan näiden kahden yhdistelmä (Huckin 2004: 16; Tuomi & Sarajärvi 2002: 95–97).

Alun perin sisällönanalyysilla tarkoitettiin nimenomaan määrällistä analyysia, jonka tarkoituksena oli tarjota objektiivinen ja luotettava tapa media-aineistojen tutkimiseen (Rose 2001: 54–55). Tähän pyrin itsekin tutkimusaineistoni määrällisellä sisällönanalyysilla. Samalla kuitenkin tiedostan, ettei määrällinen sisällönanalyysi voi vastata siihen, miksi tutkimustulokset ovat sellaisia kuin ovat, vaan se pikemminkin tarjoaa dataa, jonka pohjalta erilaisia vastausvaihtoehtoja on helpompi spekuloida (Fiske 1990: 143). Datasta tehdyt johtopäätökset ovat silti olennainen osa tämän tutkimuksen määrällistä sisällönanalyysia, koska sisällönanalyysille ominainen keskeneräisyys on yksi menetelmän kritiikin kohteita. Tämä keskeneräisyys näkyy tutkimuksissa siten, että eritelty ja järjestetty aineisto esitellään ikään kuin varsinaisina tuloksina, eikä analyysia jatketa johtopäätöksiin asti. (Tuomi & Sarajärvi 2002: 105.)

¹ Oma käännös. Alkuperäinen teksti: ”Content analysis is the identifying, quantifying, and analyzing of specific words, phrases, concepts, or other observable semantic data in a text or body of texts with the aim of uncovering some underlying thematic or rhetorical pattern running through these texts” (Huckin 2004: 14).

Käytän aineistoni määrällisen sisällönanalyysin pohjana seuraavia jäsennyksiä, joiden mukaan analyysi etenee asteittain. Rose (2001: 56–66) jakaa analyysin neljään eri vaiheeseen: analysoitavan aineiston hankintaan, aineiston koodaamisessa (*coding*) käytettävien kategorioiden luomiseen, aineiston koodaamiseen ja lopulta tulosten analysointiin. Tässä tulosten analysointi sisältää myös johtopäätösten tekemisen, mutta Bignell (2008: 219) tarkentaa analyysivaiheita lisäämällä listan perään vielä erikseen johtopäätösten tekemisen. Näin sisällönanalyysin voi siis suorittaa viisivaiheisena. Johtopäätösten lisääminen analyysivaiheisiin vaikuttaa järkevältä, koska kuten edellä mainitsin, sisällönanalyysi saattaa helposti jäädä pelkäksi aineiston luokitteluksi, jolloin varsinaiset johtopäätökset jäävät tekemättä.

Huckin (2004) jakaa sisällönanalyysin etenemisen hieman eri tavalla verrattuna edellä mainittuihin Rosen ja Bignellin malleihin. Hänen jäsennyksensä koostuu kuudesta vaiheesta, jotka kuitenkin usein limittyvät toisiinsa, koska tutkija saattaa joutua palaamaan edellisiin vaiheisiin saatuaan analyysin edetessä selville jotain, mikä muuttaa aiempaa tutkimusasetelmaa. Huckinin jäsenitys muistuttaa Rosen mallia, mutta se lisää listan alkuun kaksi vaihetta: tutkimuskysymyksen muotoilun ja relevanttien yläkäsitteiden (*construct of interest*) valitsemisen. Yläkäsitteiden valitseminen ohjaa analyysia tutkimuskysymyksen asettamaan suuntaan ja auttaa koodaamisessa käytettävien kategorioiden luomisessa. (Emt. 16–19.)

Tässä tutkimuksessa suorittamani analyysi on Bignellin (2008: 219) ja Huckinin (2004: 16–19) jäsennyksien yhdistelmä, joka kuvaa analyysin etenemisen mahdollisimman selkeästi. Näin ollen analyysimalliksi muodostuu seitsemänosainen lista tutkimusvaiheita, jotka ovat:

1. Tutkimuskysymysten muotoilu
2. Relevanttien yläkäsitteiden valitseminen
3. Aineiston hankinta
4. Koodaamisessa käytettävien kategorioiden luominen
5. Aineiston koodaaminen
6. Tulosten analysointi
7. Johtopäätösten tekeminen

Analyysin eteneminen tämän mallin mukaan on kuvattu tarkemmin varsinaisessa analyysiluvussa 4, lukuun ottamatta analyysimallin kohtia 1 ja 3, jotka on jo esitetty edellä. Vaikka tämän mallin pohjalla olevat jäsennykset kuvaavatkin määrällistä sisällönanalyysia, niin tässä tapauksessa mallin kaikki vaiheet ovat relevantteja myös analyysin laadullisen puolen kannalta, sillä teen laadullisen analyysin määrällisessä analyysissa saamieni tulosten pohjalta. Toisin sanoen valitsen laadulliseen analyysiin tarkasteltavaksi määrällisessä analyysissa löytyneitä aineistolle tyypillisiä tapauksia.

2 MEDIAT JA YLEISÖT MUUTOKSEN KESKELLÄ

Docventures ja sen yleisö ovat osa 2010-luvun mediamaisemaa, jota leimaa mediakentän monipuolisuus sekä yleisön ja mediaesitysten tuottajien roolien sekoittuminen. Siksi tarkastelen tässä luvussa lähihistoriassa tapahtuneita medioiden ja niiden välisten suhteiden sekä yleisön roolin muutoksia. Aloitan tarkastelun mediamaiseman muutoksista, jolloin tärkeimmäksi käsitteeksi muodostuu intermediaalisuus. Käsittelen intermediaalisuutta ensin yleisemmällä tasolla, minkä jälkeen pohdin tarkemmin intermediaalisuuden käsitettä intertekstuaalisuuden käsitteen kautta. Viimeisenä keskityn yleisön muuttuneeseen rooliin, jota tarkastelen vallan näkökulmasta.

2.1 Intermediaalinen mediamaisema

2010-luvun mediamaisema on täynnä erilaisia medioita ja medioiden käyttötapoja, jotka limittyvät keskenään. Medioiden muodot, sisällöt ja käyttötavat ovat muuttuneet jae-
tuiksi ominaisuuksiksi, joita lainataan mediasta toiseen. Medioiden monipuolistuminen on puolestaan lisännyt ihmisten medioiden parissa viettämää aikaa, joka tarkoittaa yhä useammin monen eri median samanaikaista käyttämistä. On kuitenkin tärkeää huomata, että mediamaiseman muutos on jatkuva prosessi. Vaikka internet on muuttanut mediamaisemaa merkittävästi lyhyen ajan sisällä, niin muutos itsessään ei ole juuri tälle ajalle ominainen piirre, sillä mediat muuttuvat jatkuvasti. Sen sijaan medioita on enemmän kuin koskaan aikaisemmin, koska vanhemmat mediat eivät ole hävinneet mihinkään uusien medioiden syntymisen myötä. (Seppänen & Väliaverron 2012: 50–54.)

Esimerkiksi perinteisiin massamedioihin lukeutuvalla televisiolla on vakaa paikkansa Suomen mediakentässä, sillä Finnpanelin tutkimusten mukaan television suosio näyttää koko ajan kasvavan. Vuodesta 1990 lähtien television katselu on lisääntynyt vähitellen, ja vuonna 2014 televisiota katsottiin keskimäärin jo 3 tuntia ja 4 minuuttia päivässä. (Sandell 2015.) Vuoden 2014 helmikuussa puolestaan televisiota katsottiin Suomessa ennätysmäärä, lähes neljä tuntia päivittäin (Finnpanel 2014). Television jatkuvaan suosioon saattaa vaikuttaa se, että se pysyy ajan hengessä mukana. Esimerkiksi sosiaalisen

median yhdistäminen televisio-ohjelmiin on selvä merkki television mukautumisesta nykyajan mediakentän olosuhteisiin. Herkman (2001: 66) toteaaakin, että ”vanhojen” medioiden täytyy sopeutua ja muuttua uuden teknologian mukana, kuten televisiolle on käynyt digitaalitekniikan yleistymisen myötä.

2010-luvun mediamaisema ja siinä tapahtuva muutos voidaan hahmottaa eri tavoin. Yksi vaihtoehto on tarkastella muutosta mediakonvergenssina, joka viittaa eri medioiden yhdistymiseen ja lähentymiseen. Termin konvergenssi käyttöä on kuitenkin kritisoitu, koska todellisuudessa mediakenttä muuttuu yhä pirstaleisemmaksi ja eriytyneemmäksi, jolloin ilmaukselta häviää totuus pohja. Lisäksi ajatus medioiden konvergenssista saattaa yksinkertaistaa liikaa mediakentän monimuotoisia prosesseja. Termi intermediaalisuus sen sijaan välttää nämä ongelmat. Toisin kuin konvergenssi, intermediaalisuus ei pidä sisällään käsitystä medioiden yhdistymisestä, vaan päinvastoin korostaa toisistaan erillisiä medioita ja niiden välisiä suhteita. Siinä missä termi konvergenssi tarkoittaa medioiden yhdistymistä, intermediaalisuus viittaa pelkästään medioiden uudelleenjärjestymiseen. (Herkman 2012: 10–14, 17.)

Vaikka intermediaalisuus on ilmiönä vanha, akateemisissa analyyseissä ilmaus on ollut käytössä vasta 1990-luvulta lähtien. Sanana intermediaalisuus on lähtöisin 1960-luvulta, jolloin se kuvasi taidepiireissä projekteja, joissa yhdistettiin olemassa olevia taidemuotoja uusiksi taidemuodoiksi. Näistä Herkman mainitsee esimerkkinä Dick Higginsin kehittämän ”visuaalisen runouden”, joka yhdisti runouden ja graafisen suunnittelun. Myöhemmin termiä intermedia käytettiin vuonna 1985 Brownin yliopiston hyperteksti-projektissa, mutta tämän projektin yhteyttä esimerkiksi Higginsin töihin ei tiedetä. (Herkman 2012: 15.)

Varsinainen systemaattinen käsiteanalyysi intermediaalisuudesta aloitettiin vasta 1990-luvulla, mutta silloinkin kyseessä oli hypertekstiin liittyvä teoretisointi. Jürgen Müller ja Ernest Hess-Lüttich aloittivat intermediaalisuuden käsitteen kehittämisen osana hypertekstiteoriaansa, joka syntyi digitalisaation ja internetin innoittamana. Käsitteenä intermediaalisuus liittyy siis vahvasti mediamurrokseen, jossa tietokoneistuminen ja digitalisaatio ovat avainsanoja. On tärkeää huomata intermediaalisuuden kytkös intertekstuaali-

suuteen, sillä intermediaalisuuden käsite on ollut tärkeänä apuna internet-pohjaisten tekstien intertekstuaalisessa analysoinnissa. Intermediaalisuutta voidaankin pitää intertekstuaalisuuden yhtenä ulottuvuutena, vaikka käsitteellä on myös muita ulottuvuuksia. (Herkman 2012: 15–16.) Tarkastelen intermediaalisuuden ja intertekstuaalisuuden suhdetta lähemmin luvussa 2.2.

Termi intermediaalisuus ei kuvaa utopistisia viestintäteknologian mahdollisuuksia tulevaisuudessa, vaan sen avulla keskitytään tietyn ajan tilanteen tutkimiseen. Siksi se myös korostaa tietyn ajan teknologian sekä historiallisen ja sosiaalisen kontekstin merkitystä tekstuaalisessa analyysissä. Intermediaalisuus voidaankin nähdä myös metodologiana, jolla on kolme ominaista piirrettä: Ensinnäkin intermediaalisuuteen kuuluu keskittyminen useaan mediaan yhden sijaan, mikä sisältää oletuksen siitä, että todella on olemassa monia toisistaan erillisiä medioita. Toiseksi intermediaalisuus ei arvota mitään media-maiseman muutoksen osa-aluetta toisia tärkeämpänä, eli esimerkiksi teknologisen kehityksen lisäksi myös sosiaalinen ja kulttuurinen konteksti otetaan huomioon. Kolmanneksi intermediaalisuus suosii triangulaatiota tutkimusaineistoissa ja -menetelmissä, sillä tämä tukee käsitystä toisistaan eroavista medioista. (Herkman 2012: 17–20.) Yhtymäkohtia näihin ominaispiirteisiin voidaan löytää tästäkin tutkimuksesta. Ensinnäkin tutkimuksen aineisto koostuu vain yhden median teksteistä, mutta näissä teksteissä tarkastelen esiintymiä muista medioista. Toiseksi käsitän aineiston ilmentävän suomalaisessa yhteiskunnassa vuosina 2013 ja 2014 vallinnutta teknologista, sosiaalista ja kulttuurista tilaa. Kolmanneksi triangulaatio toteutuu tutkimuksen menetelmissä laadullisen ja määrällisen analyysin yhdistelmänä.

Tämän tutkimuksen kannalta mediamaiseman muutos on hyödyllisempää käsittää intermediaalisuuden kuin esimerkiksi konvergenssin kautta, koska tarkastelen *Docventuresia* ohjelmana, joka hyödyntää monia eri medioita. *Docventuresin* kohdalla voitaisiin toki puhua medioiden yhdentymisestä, mutta silloin ohjelman kaikkia mediasisältöjä pitäisi tarkastella yhtenä saumattomana kokonaisuutena. Tällöin ei välttämättä voitaisi enää edes puhua ohjelmasta, vaan kenties jostain laajemmasta ilmiöstä. Niinpä intermediaalisuuden käsite sopii tähän tutkimukseen paremmin, sillä analyysin aineisto koostuu

pelkästä televisiossa esitetystä materiaalista. Tähän tutkimusasetelmaan sisältyy ajatus televisio-ohjelmasta muista medioista erillisenä itsenäisenä kokonaisuutena.

2.2 Intertekstuaalisuudesta intermediaalisiin viittauksiin

Intermediaalisuus on intertekstuaalisuuteen läheisesti liittyvä käsite, kuten totesin edellä luvussa 2.1. Termi intertekstuaalisuus tarkoittaa yksinkertaisesti ilmaistuna tekstien suhteita toisiinsa (Solin 2006: 73), ja sitä että tekstit sisältävät viittauksia toisiin teksteihin (Nieminen & Pantti 2004: 119). Laajimmin tulkittuna termi voi tarkoittaa sitä, että kaikki tekstit ovat suhteessa toisiinsa ja lainaavat osia toisista teksteistä, jolloin mitään täysin omaperäistä ei voi ilmaista. Termiä intertekstuaalisuus on kuitenkin tulkittu ja käytetty monella eri tavalla – joskus jopa täysin väärässä merkityksessä. (Heikkinen, Laurma & Tiililä 2012: 101.)

Erilaisista intertekstuaalisuuden muodoista eräänlaisen dikotomian muodostavat avoin intertekstuaalisuus ja interdiskursiivisuus eli perustava intertekstuaalisuus. Avoin intertekstuaalisuus tarkoittaa tekstissä ilmeneviä selviä viittauksia muihin teksteihin, kun taas interdiskursiivisuus tarkoittaa epäselvempiä, ikään kuin piilotettuja viittauksia. Näiden kahden eron voi hahmottaa siten, että siinä missä avoin intertekstuaalisuus viittaa selvästi tiettyihin teksteihin, interdiskursiivisuus viittaa yleensä suurempiin kokonaisuuksiin, kuten genreihin. (Heikkinen ym. 2012: 105–108; Solin 2006: 74–75, 83–85.) Käsittelen genrejä tarkemmin luvussa 3.1. Myös teksteissä ilmenevää intermediaalisuutta voidaan jaotella vastaavan dikotomian mukaan, sillä viittaukset toisiin medioihinkin voivat olla eksplisiittisiä (*explicit referens*) tai implisiittisiä (*implicit genom intermedial imitation*) (Wolf 2002: 205).

Siinä missä termi intertekstuaalisuus kuvaa tekstien välisiä suhteita, intermediaalisuus kuvaa medioiden välisiä suhteita. Vaikka intermediaalisuutta ilmiönä ei olekaan syytä lokeroida pelkästään erääksi intertekstuaalisuuden ulottuvuudeksi (Herkman 2012: 16), yhdessä merkityksessään se on juuri sitä (Bazerman 2004: 90). Intermediaalisuudella voidaan siis tarkoittaa intertekstuaalisuutta, joka ilmenee eri medioiden välillä. Tässä

tutkimuksessa kuitenkin käsitän intermediaalisuuden laajempänä ilmiönä, joka pohjautuu tiettyyn käsitykseen *medioista*. Myös median käsite voidaan hahmottaa eri tavoin. Seppänen ja Väliverronen (2012) toteavat, että joskus termillä media tarkoitetaan ”sekä teknologiaa että kyseisen teknologian varaan rakentuvaa organisaatiota tai mainosvälinettä”. Lisäksi medialla on mahdollista tarkoittaa teknisten laitteiden avulla tapahtuvaa *viestintää*. (Emt. 22–23.) Tässä tutkimuksessa hahmotan median merkityksen mahdollisimman laajasti näiden määritelmien mukaisesti siten, että jokainen niistä pitää paikkansa. Tästä taas johdan suoraan käsitykseni intermediaalisesta viittauksesta, jolla tarkoitan tietyssä mediassa julkaistussa tekstissä esiintyvää viittausta toiseen mediateknologiaan, toiseen mediaorganisaatioon tai toisen median kautta tapahtuvaan viestintään.

Käsitykseni intermediaalisesta viittauksesta pohjautuu myös Wolfin (2002) määritelmiin, joissa hän ensiksi erottaa toisistaan teoksen ulkoisen (*utomkompositionella*) ja teoksen sisäisen (*inomkompositionella*) intermediaalisuuden. Tässä tutkimuksessa analyysin kohteena on nimenomaan teoksen sisäinen intermediaalisuus, joka voidaan jakaa monimediaisuuteen (*flermedialitet*) ja intermediaalisiin viittauksiin (*intermedial referens*). Monimediaisuus tarkoittaa sellaista intermediaalisuutta, jossa mediat muodostavat yhdessä kokonaisuuden, jota ei ole mielekästä purkaa erillisiksi mediateksteiksi. Toisin sanoen medioita ei voi erottaa toisistaan: esimerkiksi oopperassa yhdistetään näyttämötaide ja musiikki saumattomasti. Intermediaaliset viittaukset sen sijaan ovat tietyn pääasiallisen median (*det ”dominant” mediet*) tekstissä esiintyviä viittauksia muihin lisämedioihin (*det ”icke-dominant” mediet*). (Emt. 204–205.)

Intermediaaliset viittaukset eroavat monimediaisuudesta siinä, että päämedian teksti ei ole niistä riippuvainen. Toisin sanoen intermediaaliset viittaukset ovat pelkkiä päämedian tekstin lisäelementtejä. (Wolf 2002: 205.) *Docventuresin* Live-osuuksissa muiden medioiden hyödyntäminen on niin olennainen osa ohjelmaa, että tämä intermediaalisuus lähenee jo monimediaisuutta. Silti hahmotan *Docventuresin* intermediaalisuuden juuri intermediaalisina viittauksina, koska televisio-ohjelma ei varsinaisesti ole muista medioista riippuvainen. *Docventuresin* Live-osuudet pystyttäisiin toteuttamaan ilman intermediaalisuuttakin, jolloin ne vain muuttuisivat perinteisemmiksi keskusteluohjelmiksi.

Bazerman (2004) esittelee erilaisia intertekstuaalisen viittaamisen tapoja, joista kolmea sovellan intermediaalisiin viittauksiin tutkimukseni analyysissä: viittaus voi olla suora lainaus (*direct quotation*), epäsuora lainaus (*indirect quotation*) tai maininta henkilöstä, dokumentista tai lausunnoista (*mentioning of a person, document, or statements*). Suorassa lainauksessa yleensä esitetään selvästi lainausmerkeillä tai muilla typografisilla keinoilla, että kyseessä on sanasta sanaan tarkka lainaus. Bazerman kuitenkin huomauttaa, että on tärkeää olla tietoinen siitä, että tekstin lainaajalla on valta valita lainaamansa sanat: esimerkiksi pitkästä tekstistä voidaan valita vain yksi lause, joka ei edusta tekstiä kokonaisuutena. Epäsuorassa lainauksessa viitataan toiseen tekstiin ilmoittamalla lähde selvästi ja muotoilemalla sen ajatus uudestaan – kyseessä on siis toisen tekstin referointi. Lainauksen lisäksi intertekstuaalinen viittaus voi olla myös pelkkä maininta ”henkilöstä, dokumentista tai lausunnoista”. (Emt. 88–89.) Näiden käsitteiden määritelmät pätevät intermediaalisten viittaustenkin kohdalla sillä erotuksella, että lainauksen ja mainintojen kohteena ovat toiset mediat.

Intertekstuaaliset ja intermediaaliset viittaukset menevät usein päällekkäin, koska *tekstejä* julkaistaan *medioissa*. Sama viittaus voi siis kohdistua sekä toiseen tekstiin että toiseen mediaan. Esimerkiksi sellainen intermediaalinen viittaus, joka viittaa viestintään eri mediassa on usein myös intertekstuaalinen viittaus, koska viestintä näyttäytyy tekstin muodossa. Intermediaalisten viittausten tutkimisen avulla aineiston analysointi fokusoituu kuitenkin eri tavalla, kuin jos analyysissä tutkittaisiin intertekstuaalisia viittauksia. Tässä tutkimuksessa intertekstuaalisten viittausten analysointi kohdistaisi tarkastelun sellaisiin aineiston kohtiin, jotka eivät ole tutkimuksen kannalta relevantteja. Kuten edellä esitin, intertekstuaalisuuden merkitys saattaa laajentua tarkoittamaan sitä, että mitään omaperäistä ei ole mahdollista ilmaista, koska kaikki tekstit ovat suhteessa toisiinsa. Termin intermediaalinen viittaus käyttäminen on yksi ratkaisu tähän käsitteelliseen ongelmaan, vaikka intermediaalisuutta ei voikaan pelkistää yhdeksi intertekstuaalisuuden muodoksi.

Lopuksi on hyvä huomata, että intertekstuaalisuus vaikuttaa aina tekstien tulkintaan (Nieminen & Pantti 2004: 119), riippumatta siitä miten käsitteen hahmottaa. Toisin sanoen vastaanottajan tulkinta tekstistä muodostuu aina muiden tekstien ja aiempien tul-

kintojen pohjalta. Intertekstuaalisuudella voidaan luoda tekstiin uusia merkityksiä tietoisesti, tai sitten tällaisia merkityksiä voi tietoisesti välttää. Tekstin vastaanottaja taas saattaa tiedostaa havaitsemansa intertekstuaaliset viittaukset ja niiden luomat merkitykset, tai sitten ne voivat vaikuttaa enemmän alitajuisella tasolla. (Bazerman 2004: 83–84.). Samalla tavoin myös intermediaalisilla viittauksilla voidaan luoda tekstiin uusia merkityksiä. Merkitykset voivat liittyä esimerkiksi viittauksen sisältämään viestiin, mediaan, johon se kohdistuu, tai itsessään intermediaalisuuden ilmiöön.

2.3 Yleisön roolin muuttuminen ja yleisön valta

Mediakentän monipuolistuminen ja jatkuva muutos näkyy myös yleisön roolin muuttumisena, joka voidaan nähdä eräänlaisena kehitysprosessina (*audience evolution*) (Napoli 2011). Osana tätä kehitystä ovat muun muassa yleisön interaktiivisten käytäntöjen lisääntyminen, muutokset median kulutuksessa sekä uudenlainen median mahdollistama yhteisöllisyys. Yleisö nykyisessä roolissaan on entistä verkostoituneempi yksilöiden joukko, jolla on aiempaa enemmän valtaa mediakentässä. (Marshall 2004: 14–15.) Tämä vaikuttaa myös mediassa julkaistuihin sisältöihin, sillä mediaorganisaatioiden ja mainostajien käsitykset yleisöstä vaikuttavat suoraan siihen, millaisia mediatekstejä yleisölle tuotetaan (Napoli 2011: 18). 2010-luvun mediakenttään sopeutunutta televisiota voidaankin kutsua jo tietyissä tapauksissa sosiaaliseksi televisioksi, jota leimaa yleisön osallisuus (Quintas-Froufe & González-Neira 2014: 84). Näihin tapauksiin lukeutuu myös *Docventures*, sillä yleisön osallistuminen on ohjelman olennainen piirre.

Yleisön vallan lisääntymistä voidaan helposti pitää positiivisena asiana, sillä se sopii länsimaiseen käsitykseen demokratian oikeellisuudesta ja eduista. Silti yleisön vallan voi nähdä myös negatiivisena asiana. Kirjassaan *The Cult of the Amateur* Keen (2008) puhuu siitä, kuinka yleisön tuottamat mediasisällöt ovat vaaraksi kulttuurille, taloudelle ja arvoille. Hän pitää tärkeänä sitä, että mediasisällöt ohjaavat jonkinlaiset auktoriteetit, koska median vaikutus koko yhteiskunnassa on niin suuri. Yleisön valta voi Keenin (2008) mukaan tarkoittaa pahimmillaan sitä, että tietämättömät ihmiset levittävät muun muassa virheellistä informaatiota mediassa, mikä aiheuttaa ongelmia yhteiskunnallisella

tasolla. Keenin (2008) esittämät argumentit ovat ajatuksia herättäviä, mutta tässä tutkimuksessa en kuitenkaan ota kantaa siihen, pitäisikö yleisön lisääntynyt valta nähdä hyvänä vai huonona asiana. Sen sijaan ajatus yleisön vallasta uhkana yhteiskunnalle tarjoaa yhden syyn lisää tutkia yleisön valtaa, sillä siitä voidaan päätellä, että kyseessä on merkittävä ilmiö.

Käsittelen yleisön roolin muuttumista ja siihen liittyvää yleisön vallan lisääntymistä julkisuuden, vaikutusmahdollisuuksien, valinnanvapauden ja yhteisöllisyyden näkökulmista. Käytän tutkimuksessani Castellsin (2009: 10) muotoilemaa vallan määritelmää:

Valta on suhteellinen ominaisuus, jonka avulla tietty sosiaalinen toimija voi vaikuttaa asymmetrisesti toisen sosiaalisen toimijan tekemiin päätöksiin siten, että päätökset ovat valtaapitävän toimijan tahdon, intressien ja arvojen mukaisia. Valtaa käytetään pakottamisen (tai mahdollisen pakottamisen) keinoin ja/tai sosiaalisten toimijoiden toimintaa ohjaavien diskurssien pohjalta muodostettujen merkityksien kautta.²

Castells (2009) tarkentaa ajatustaan vallasta määrittelemällä sen sisältämiä käsitteitä seuraavasti: Sosiaalinen toimija (*social actor*) voi olla yksilö, kollektiivinen toimija, organisaatio, instituutio tai verkosto. Suhteellinen ominaisuus (*relational capacity*) taas tarkoittaa sitä, että valta on olemassa vain toimijoiden välisessä suhteessa sen sijaan, että se olisi jotain itsenäisesti olemassa olevaa. Viimeisenä asymmetrinen vaikutus (*to influence asymmetrically*) tarkoittaa sitä, että valtasuhteessa toisella toimijalla on enemmän vaikutusta toiseen, vaikka molemmat vaikuttavatkin toisiinsa aina jossain määrin. (Emt. 10–11.)

Hahmotan tässä tutkimuksessa käyttämäni yleisön vallan käsitteen edellä kuvatun yleisen vallan määritelmän mukaisesti. Yleisön valtaan kuuluu siis käsitykseni mukaan olennaisena osana, että yleisön tahto, arvot ja intressit vaikuttavat toisten sosiaalisten toimijoiden tekemiin päätöksiin. Tässä tapauksessa nämä toiset sosiaaliset toimijat ovat

² Oma käännös. Alkuperäinen teksti: ”Power is the relational capacity that enables a social actor to influence asymmetrically the decisions of other social actor(s) in ways that favor the empowered actor’s will, interests, and values. Power is exercised by means of coercion (or the possibility of it) and/or by the construction of meaning on the basis of the discourses through which social actors guide their action.” (Castells 2009: 10.)

televisio-ohjelman tuotannosta vastaavat henkilöt sekä yleisö itse. Yleisön valta merkitsee siis sitä, että *Docventuresin* tuotannosta vastaavat henkilöt tekevät ohjelmaan liittyvät päätökset yleisön tahdon, arvojen ja intressien mukaisesti. Lisäksi yleisön valta tarkoittaa sitä, että yleisö pystyy vaikuttamaan samalla tavalla myös itseensä televisio-ohjelman kautta. Yleisön vaikuttaminen itseensä on mahdollista, koska yleisö koostuu yksilöistä, joilla on omat tahtonsa, arvonsa ja intressinsä. Yksilöiden mielipiteet saattavat kuitenkin muuttua, ja kun tätä tapahtuu riittävän paljon, myös yleisön kollektiivinen mielipide muuttuu. Yleisö onkin sosiaalisena toimijana Castellsin (2009: 10) kuvauksen kaltainen kollektiivinen toimija tai verkosto.

Castellsin (2009: 10) vallan määritelmän mukaisesti yleisön valta merkitsisi myös sitä, että yleisöllä olisi asymmetrinen vaikutus ohjelman tekijöiden päätöksiin. Toisin sanoen se sisältö, mikä televisioon lopulta päätyy, riippuisi viime kädessä enemmän yleisöstä kuin ohjelman tekijöistä. Tämä on totta siinä suhteessa, että niin *Docventuresin* kuin muidenkin länsimaisessa yhteiskunnassa esitettävien televisio-ohjelmien on otettava yleisö huomioon kaikissa ohjelman tekoon liittyvissä päätöksissä, koska ohjelmien tavoitteena on saada katsojia ja siten pysyä television ohjelmistossa. Mikäli ohjelma ei kiinnosta katsojia, ei sitä ole järkevää näyttää televisiossa, koska vaakalaudalla on ohjelmaa esittävien ja tuottavien, usein kaupallisten toimijoiden maine.

Vaikka *Docventuresin* tekijät päättävät viimeisenä, mitä he ohjelmassaan esittävät, pitää heidän tehdä tämä yleisön ehdoilla. Siten voidaan todeta, että yleisön valta ilmenee eräänlaisena pakottamisena. Tässä yhteydessä pakottaminen ei tosin tarkoita esimerkiksi yleisön suorittamaa aktiivista painostusta vaan sitä, että *Docventuresin* tekijöiden on pakko ottaa yleisö huomioon. Lisäksi yleisön valta voi ilmetä tiettyjen diskurssien pohjalta muodostettuina merkityksinä, jotka ohjaavat muiden sosiaalisten toimijoiden toimintaa. Tässä tutkimuksessa keskityn juuri tähän yleisön vallan puoleen, sillä tutkin *Docventuresin* luomia merkityksiä, joihin sisältyy ajatus yleisön vallasta. Vallan representaation tutkimisessa on siis kyse symbolisen vallan tutkimisesta (Seppänen & Välvirronen 2012: 179–184).

Mediaesitykset ovat nimenomaan symbolisen vallan areenoita, sillä niiden sisältämät merkit pystyvät kuvaamaan eli symboloimaan valtaa. 2010-luvun mediayhteiskunnassa symbolisen vallan tavoittelu ilmenee ennen kaikkea taisteluna julkisuudesta ja näkyvyydestä. Yleisön symbolisen vallan kannalta on siis olennaista, että yleisö saa mahdollisimman paljon näkyvyyttä mediassa. Tähän yleisöllä on nykyään suurempi mahdollisuus kuin ennen, sillä yleisö pystyy tuottamaan yhä enemmän ja enemmän omia mediatekstejään. (Seppänen & Väliverronen 2012: 179–188, 191–198.) Koska rajat tuottajien ja yleisön välillä hämärtyvät (Napoli 2011: 11–12), pystyy yleisö tuomaan itseään enemmän julkisuuteen ja saavuttamaan symbolista valtaa.

Tästä voitaisiin helposti päätellä, että yleisön aktiivisuus on lisääntynyt uusien mediamuotojen myötä, mutta se ei välttämättä pidä paikkaansa. Aktiivinen yleisö ei nimittäin ole mediakentässä uusi ilmiö. Mediatekstien aktiivinen ”työstäminen” ei ole sidottu uusiin mediamuotoihin, vaan esimerkiksi kirjan lukija saattaa olla tekstin työstämisessä aktiivisempi kuin tietokonepelin pelaaja. Siksi uusille mediamuodoille ominaisempi piirre on pikemminkin *interaktiivisuus* kuin aktiivisuus. (Marshall 2004: 9, 13.)

Marshallin (2004) mukaan interaktiivisuuden käsitettä voidaan lähestyä kolmen luonnehdinnan kautta. Ensinnäkin interaktiivisuus voidaan käsittää ihmistenvälisenä kommunikaationa, jossa ihmiset toimivat yhdessä ja vaikuttavat toisiinsa. Toinen käsitys interaktiivisuudesta taas liittyy ympäristöön. Esimerkiksi teatterinäyttämöllä valot, tilat ja akustiikka ovat toistensa kanssa interaktiossa. Tämä käsitys vaikuttaa myös siihen, miten interaktiivisuus käsitetään uusmedian yhteydessä. Uusmedian koetaan tukevan ihmistenvälistä kommunikaatiota, mutta lisäksi se saattaa luoda kokonaisia ”tiloja”, joissa tämän toisen käsityksen mukainen interaktiivisuus on olennaista. Esimerkiksi tietokonepeleissä on tiloja, joissa ympäristö on tärkeä osa interaktiivisuutta. Kolmannessa käsityksessä interaktiivisuus nähdään ominaisuutena, joka erottaa vanhat mediamuodot uusista mahdollistamalla yleisön entistä paremman yhteyden itse medioihin ja mediateksteihin. Interaktiivisuus siis tarkoittaa yleisölle suurempaa kontrollia ja vaikutusmahdollisuuksia. (Emt. 14–15.) Interaktiivisuus tukee yleisön valtaa, sillä sen avulla yleisö pystyy saamaan medioissa enemmän julkisuutta sekä vaikuttamaan mediasisäl-

töihin. Juuri tällaiset median tarjoamat toiminnalliset mahdollisuudet ovat tärkeitä symbolisen vallan saavuttamisessa (Seppänen & Väliverronen 2012: 191).

Napolin (2011) mukaan yleisön roolin muuttumista voidaan tarkastella myös hajaantumisen ja autonomisuuden näkökulmista. Mediasisältöjen monipuolistumisen ja hajaantumisen myötä myös yleisö hajaantuu siten, ettei yksittäinen mediateksti välttämättä enää saa yhtä suurta huomiota osakseen kuin ennen. Mediasisältöjä tuotetaan niin paljon eri alustoille, että yleisön huomio jakaantuu pakostakin ja kohdistuu vain tiettyihin teksteihin. Yleisön hajaantuminen tarkoittaa sisällöntuottajille sitä, että yleisön huomion saaminen nousee heidän tärkeimmäksi tavoitteekseen, kun ennen voitiin ajatella pelkästään yleisön ”altistumista” mediateksteille. Nyt entinen yleisön altistuminen mediateksteille on muuttunut yleisön mahdollisuudeksi valita mediatekstien välillä. Yleisön muuttunut rooli näkyy siis hajaantumisen lisäksi myös autonomisuuden lisääntymisenä, kun yleisön ei enää tarvitse vain tyytyä tiettyihin mediateksteihin. (Emt. 4–8.) Autonomisuus tarkoittaa siis yleisön valinnanvapautta, joka puolestaan vahvistaa yleisön valtaa. Koska yleisö ei ole enää riippuvainen tietyistä mediateksteistä, pitää mediatekstien tuottajien ottaa yleisön tarpeet entistä enemmän huomioon sekä mediatekstien sisällössä että medioiden monipuolisessa hyödyntämisessä.

Yleisön valinnanvapauden ja vaikutusmahdollisuuksien lisääntymistä voidaan hahmottaa yleisön valtaistamisena, joka johtaa verkkodemokratiaan, jossa kaikilla on mahdollisuus saada äänensä kuuluville. Tällainen verkossa tapahtuva viestintä on puolestaan omiaan rakentamaan yhteisöjä ja luomaan yhteisöllisyyttä. Verkkodemokratian toteutuminen on television kohdalla pitkälti kiinni internetistä tai muista medioista. (Kangaspunta 2006: 147, 153–154.) Kangaspunnan (2006: 154) mukaan esimerkiksi tv-chateja voidaan pitää yksinä merkittävimmistä digi-tv:n kommunikointisovelluksista, joiden avulla yleisö on rakentanut yhteisöllisyyttä. Tässäkin television verkkodemokratia ja yhteisöllisyys ovat nojanneet puhelinteknologiaan.

Tv-chatien luomien yhteisöjen luonteesta ollaan eri mieltä, sillä toisten tutkijoiden mukaan kyseessä on ”höllien yhteisöjen” syntyminen, kun taas toisten mielestä kyse on ”enemmänkin performanssista”. Internetin chat-ryhmät saattavat muuttua pitkäaikaisiksi

kiinteiksi yhteisöiksi, kun taas tv-chateissa yleisö on suurempi ja sidos muihin keskustelijoihin väljempi. Tv-chat -sovellusten tekijät ovat kuitenkin olleet luottavaisia siitä, että tv-chat luo yleisölle yhteisöllisyyden kokemuksia. (Kangaspunta 2006: 155–156.) Mielinkiintoista tässä on se, miten televisio-ohjelmien yleisöjen muodostamat yhteisöt nähdään tänä päivänä: ovatko yleisöt vieläkin vain höllien sidosten varassa vai voidaanko jo puhua verkkoyhteisöjen kaltaisista kiinteämmistä yhteisöistä?

Kysymykseen pystyy kenties vastaamaan kyllä ja ei, sillä katsojien osallistuminen voi olla eritasoista. Jotkut saattavat osallistua televisio-ohjelmaan esimerkiksi yhdellä Twitter-viestillä, kun taas toiset osallistuvat jatkuvalla kommentoinnilla sosiaalisessa mediassa, ohjelman aikana ja ohjelma-ajan ulkopuolella. Olennaista onkin se, että nykyisten televisio-ohjelmien hyödyntämät muut mediat *tekevät mahdolliseksi* myös kiinteiden yhteisöjen syntymisen. Tuomi (2013) pitää yhteisöllisyyttä selvänä osana nykytelevisiota ja tarkastelee aihetta *mediaspektaakkelin* käsitteen avulla. Mediaspektaakkelia hän kuvaa mediatapahtumaksi, joka elää usealla alustalla samanaikaisesti ja joka tarjoaa yleisölle mahdollisuuden seuraamiseen ja osallistumiseen televisio- ja internetalustoilla. Lisäksi mediaspektaakkelille on ominaista, että se on toistunut vuodesta toiseen ja että siihen ”sisältyy kollektiivista, kansallista ajattelua, joka lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta”. (Emt.) Näiden määritelmien perusteella *Docventuresia* voitaisiin pitää jopa eräänlaisena mediaspektaakkelinä, vaikka sen yleisöä ei välttämättä yhdistäkään varsinaisen kansallinen ajattelu.

Yhteisöllisyys on yksi valtaa vahvistava ilmiö, sillä liittoutumien avulla valtaa käyttävien toimijoiden on helpompi vaikuttaa muihin haluamallaan tavalla (Seppänen & Väli-verronen 2012: 188–190). Verkkodemokratian käsitteen mukaisesti käsitän yhteisöllisyydestä syntyvän vallan siten, että mitä suurempi joukko ajaa samaa asiaa, sitä paremmin se myös pystyy muihin vaikuttamaan. Toisin sanoen enemmistön mielipide voittaa. Tässä tutkimuksessa se tarkoittaa, että suurelta ja yhtenäiseltä vaikuttavalla yleisöllä on enemmän valtaa kuin pienellä ja hajanaisella yleisöllä. Yleisön yhteisöllisyydellä on siis vaikutusta siihen, minkälaisena yleisön valta näyttäytyy, ja kuinka suuri vaikutus sillä voidaan olettaa olevan *Docventuresin* tekijöihin.

Tarkastelen tutkimuksen analyysissa *Docventuresissa* näkyvää yleisön valtaa edellä kuvattujen näkökulmien kautta. Nämä näkökulmat ovat yleisön julkisuus, vaikutusmahdollisuudet, valinnanvapaus sekä yhteisöllisyys. Kaikki nämä myötävaikuttavat siihen, kuinka hyvin yleisö saa tahtonsa, arvonsa ja intressinsä vaikuttamaan muihin toimijoihin. Yleisön saama julkisuus eli näkyvyys mediassa on tärkeää yleisön vallalle, sillä ilman sitä yleisö ei voisi saada ääntänsä ollenkaan kuuluviin. Vaikutusmahdollisuudet taas ovat kytköksissä valtaan, koska mitä enemmän yleisöllä on vaikutusmahdollisuuksia, sitä paremmin se voi myös vaikuttaa muihin toimijoihin. Valinnanvapaudessa puolestaan on kyse siitä, että yleisöllä on valta päättää, millä tavoin se kuluttaa mediaa. Viimeisenä yhteisöllisyys on olennainen osa yleisön valtaa, koska mitä suuremman yhteisön yleisö muodostaa, sitä enemmän sillä on valtaa.

3 TELEVISIO-OHJELMIEN MERKITYSTEN MUOVAUTUMINEN

Tarkastelen tässä luvussa niitä kehyksiä ja lähtökohtia, jotka vaikuttavat yleisön vallasta luotuun kuvaan *Docventuresissa*. Toisin sanoen tarkastelen sitä prosessia, jonka lopputuloksena televisio-ohjelmat välittävät katsojille tiettyjä merkityksiä. Aloitan käymällä läpi merkitysten syntymisen yleisempiä puitteita tarkastelemalla genren ja formaatin käsitteitä. Tämän jälkeen käsittelen tarkemmin semiotiikan teorioita merkitysten syntymisestä, jolloin keskiössä ovat merkin, koodin ja representaation käsitteet. Yhdessä luvussa 2 käsiteltyjen intermediaalisuuden ja yleisön vallan kanssa tämä luku luo teoreettisen pohjan tutkimuksen analyysille.

3.1 Genret ja formaatit

Genre ja formaatti ovat kaksi eri käsitettä, vaikka ne akateemisessa keskustelussa usein yhdistetäänkin toisiinsa (Keane & Moran 2008: 158). Näiden käsitteiden välille on kuitenkin tärkeää tehdä selvä ero, sillä niiden ymmärtäminen on relevanttia myös tuotannollisesta näkökulmasta. Yksi suuri televisiotuotannon muutos on ollut siirtyminen genrepohjaisesta ajattelusta formaattipohjaiseen ajatteluun (emt. 158).

Genren käsitteeseen liittyy epäselvyyttä ja häilyvyyttä, sillä tämä kirjallisuudentutkimuksesta lähtöisin oleva käsite saa alkuperäisestä poikkeavia määrittelyjä ainakin elokuvatutkimuksen puolella. Lisäksi eri alojen tutkijat pitävät toisinaan omasta määritelmästäan niin hanakasti kiinni, etteivät suostu näkemään käsitettä niin laajassa merkityksessä kuin pitäisi. (Ridell 1994: 133–136.) Keanen ja Moranin (2008: 158) määritelmässä kunkin genren tunnistaa sille ominaisista totutuista tai sovituisista narratiivisista rakenteista. Lacey (2000: 136–141) taas listaa genren tunnistamisessa olennaisiksi ominaisuuksiksi henkilöhahmot, tapahtumaympäristön, ikonografian, johon sisältyvät esimerkiksi äänet ja esineet, sekä kertomuksen ja tyylin.

Laceyn (2000: 132) mukaan voidaan kuitenkin yleisesti todeta, että genre määrittelee yksittäiselle teokselle reunaehdot, joita teoksen tekijän täytyy tai kannattaa noudattaa, ja

joiden avulla katsoja pystyy tulkitsemaan teosta. Nämä reunaehdot ovat yleensä suhteellisen pysyviä, vaikka genret muuttuvatkin jatkuvasti (Lacey 2000: 134). Tämä muutos tapahtuu uusien generarajoja rikkovien ohjelmien myötä (Fiske 1987: 111–112). Tyypillisesti televisio-ohjelmat sisältävät aina sekä tuttuja että uusia elementtejä, mikä takaa yleisölle tyydyttävän katselukokemuksen. Tuttujen elementtien ansiosta ohjelmaa on helppo seurata, ja uusien elementtien ansiosta ohjelma pysyy mielenkiintoisena. Tuttujen ja uusien elementtien sekoittaminen tarkoittaa ohjelmien muuttumista siten, että samalla entiset genrekäsityksetkin muuttuvat vähitellen. Muutosten myötä syntyy lopulta uusia genrejä, kun yhä useampi ohjelma alkaa hyödyntää samoja uusia elementtejä. Uudet genret voivat syntyä yleisön tarpeiden, ohjelmatuotannon tarpeiden tai laajempien kulttuuristen muutosten pohjalta. Esimerkiksi amatöörien kuvaamaan materiaaliin perustuvat ohjelmat yleistyivät, kun televisioyhtiöiden tarve halvalle ohjelmamateriaalille kasvoi. (Marshall & Werndly 2002: 46, 48–49.) Uusien genrejen saama suosio taas on yhteydessä siihen, kuinka hyvin ne heijastavat oman aikansa vallalla olevaa ideologiaa (Fiske 1987: 112).

Usein uudet genret ovat niin sanottuja *genrehybridejä*, joissa yhdistellään kahden tai useamman genren ominaisuuksia (Marshall & Werndly 2002: 47–48; Herkman 2001: 142). Nieminen ja Pantti (2004: 133) toteavat, että ohjelmien tuottajat tiedostavat ympärillään tapahtuvat kulttuuristen arvojen muutokset ja luovat genrehybrideillä uusia arvoja vastaavia ohjelmia. Myös Pietikäinen ja Mäntynen (2009: 129, 135) huomauttavat, että genrejen sekoittuminen on yleensä merkki jostain muutoksesta tai muuten poikkeuksellisesta tilanteesta. Genrehybridit ovat siis kulttuurisen ilmapiirin muutoksen tulos ja siten heijastelevat omaa aikaansa. Genrejen yhdistelyn taustalla täytyykin olla joku järjellinen syy, sillä muutoin katsojat saattavat tulkita ohjelman virheelliseksi ja epäyhtenäiseksi (Aaltonen 2003: 40). *Docventuresin* genrehybridiys vastaa nykyajan ideologiaa yleisön roolista ja vallasta, sillä sen tavoitteena on luoda katsojille yhteisöllinen kokemus. Illan dokumenttielokuva ”katsotaan yhdessä” ja elokuvan katsomisen jälkeen siitä myös keskustellaan yhdessä.

Genrejen sekoittuminen voi olla eriasteista, sillä joskus tekstin sisältämät genret ovat helposti erotettavissa, kun taas joskus niitä on erittäin hankalaa erottaa toisistaan. Gen-

rejen sekoittumista voi hahmottaa muun muassa genrejen jaksottaisuutena. Tällöin teksti koostuu eri genreihin kuuluvista jaksoista, jotka ovat helposti erotettavissa toisistaan. (Pietikäinen & Mäntynen 2009: 130–135.) *Docventures* voidaan nähdä genrehybridinä, jossa on yhdistetty jaksottaisesti dokumenttielokuvan ja keskusteluohjelman genret (Herkman 2001: 134–135, 140). *Docventuresin* Live-osuudet kuuluvat keskusteluohjelmien (*talk show*) genreen, jossa ohjelmat etenevät juontajan johtamana keskusteluna ja sisältävät esimerkiksi haastatteluja sekä katsojien puhelinsoittoja (Chandler & Munday 2011: 45). Lisäksi *Docventuresin* Live-osuuksissa voidaan nähdä keskusteluohjelmaan sekoitettuna tv-chatin genreä (Kangaspunta 2006: 155), sillä yleisön lähes reaaliaikainen osallistuminen on keskustelussa niin merkittävässä roolissa. Aivan kuten *Docventuresissakin*, myös tv-chateissa on usein juontaja, joka lukee ääneen valikoimiaan katsojien kommentteja.

Genreajattelun lisäksi *Docventuresin* luomia merkityksiä on aiheellista tarkastella formaatin käsitteen kautta, sillä myös edellä kuvattujen genrejen yhdistämisen voidaan laskea kuuluvan ohjelman formaattiin. Määritellessään televisioformaatin käsitettä Moran (2006) antaa sille kaksi vertauskuvaa: formaattia voi ajatella joko reseptinä tai piirakan kuorena. Ensimmäisen vertauksen mukaan formaatti tarkoittaa *muuttumattomien* tekijöiden joukkoa, joista synnytetään uusi joukko *muuttuvia* tekijöitä. Voisi siis ajatella, että formaatti on kuin resepti, jonka ohjeet pysyvät aina samana, mutta jonka sovellukset ja lopputulokset voivat olla jokaisella soveltamiskerralla erilaisia. Toisen vertauksen mukaan taas formaatti on kuin ulkokuori tai kehys, joka ohjaa ja määrittelee ohjelman tekoa. Formaatin voi siis kuvitella vaikka piirakan kuoreksi, joka pysyy aina samanlaisena, vaikka täyte sisällä muuttuu. Tarkemmin määriteltynä formaatilla voidaan tarkoittaa ”sitä koko tietomäärää, joka on koottu systemaattisesti ja tietoisesti, ja joka ohjaa ohjelman tulevia sovituksia lisenssin mukaisesti”³. Tässä lisenssillä tarkoitetaan sopimusta, joka oikeuttaa toisen osapuolen käyttämään formaattia määrätyn edellytyksin. (Emt. 7, 20, 121.)

³ Oma käännös. Alkuperäinen teksti: “ - - that total body of knowledge systematically and consciously assembled to facilitate the future adaptation under license of the programme” (Moran 2006: 7).

Docventuresia voidaan tarkastella niin kutsuttuna monialustaisena formaattina (*multiplatform format* (Ytreberg 2009). Monialustaisen formaatin keskeisimpänä alustana on televisio, jonka ympärille kootaan muita sitä tukevia alustoja. Näin monialustaisen formaatin luominen lähteekin tavallisesti liikkeelle televisio-ohjelmasta. (Emt. 468, 470.)

Strategiana monialustaisissa formaateissa on levittää formaatin sisältöjä lukuisille alustoille, jotka voidaan jakaa keskeisiin ja toisarvoisiin alustoihin. Esimerkiksi *Pop Idol*- ja *Big Brother* -formaattien keskeisiä alustoja ovat televisio, puhelin ja internet. Toisarvoisempia alustoja taas voivat olla esimerkiksi radio ja digitaalinen televisio (mikäli pääohjelma esitetään analogisessa televisiossa) tai ohjelmaan liittyvät CD:t, DVD:t, kirjat, kalenterit ja pelit. Toisarvoisten alustojen tehtävänä on ennen kaikkea tuoda lisää tuloja formaatille, eivätkä ne ole samalla tavalla yhteydessä muihin alustoihin kuin keskeiset alustat. (Ytreberg 2009: 468, 471.)

Keskeiset alustat ovat toisarvoisia alustoja tärkeämpiä itse formaatille, koska niiden tehtävät liittyvät varsinaisen ohjelmaformaatin toimivuuteen. Kaikista keskeisimmän alustan eli television tehtävä on tuoda massayleisöt ohjelman äärelle ja toimia pääareenana ohjelman tapahtumille. Puhelin- ja internet-yhteyksien tehtävä taas on toimia yleisön osallistumisen välineinä ja siten eräänlaisina palautekanavina (*return channels*), jotka mahdollistavat vuorovaikutuksen yleisön ja ohjelman välillä. (Ytreberg 2009: 468, 471.) On huomattava, että 2010-luvulla puhelin- ja internet-alustat ovat pitkälti sulautuneet yhteen, koska suuri osa puhelimilla lähetetyistä viesteistä välittyy internetin kautta esimerkiksi sosiaalisessa mediassa. Siksi viestit, jotka lähetettiin ohjelmiin ennen tekstiviesteinä, saatetaan lähettää esimerkiksi Facebookin kautta.

Yleisön osallistuminen on tärkeä osa monialustaisia formaatteja, joissa yleisön tuottamat sisällöt on valjastettu muokkaamaan omalta osaltaan itse formaattia (Ytreberg 2009: 479). Interaktiivisten alustojen hyödyntäminen muokkaa siis itse televisio-ohjelmaa ja muita formaatin sisältöjä, mutta lisäksi se muuttaa yleisön katselukokemuksia. Monialustaisien formaattien kohdalla osallistuminen voi tarjota yleisön jäsenille sekä vaikuttamisen että esiintymisen kokemuksia. Ytreberg (2009) puhuu näistä vaikuttamisen ja esiintymisen tiloina (*mode of influencing, mode of performing*), jotka eroavat selvästi

tavallisemmista kuuntelun ja katselun tiloista. Varsinkin vaikuttamisen tilan saavuttamiseksi on tärkeää, että sen aikaansaava vaikuttaminen tapahtuu suhteellisen reaaliaikaisesti. (Ytreberg 2009: 475–476.)

Vaikuttamisen tilan voi saavuttaa osallistuessaan ohjelmaan ja pystyessään siten vaikuttamaan ohjelman kulkuun tai muiden ajatuksiin. Esiintymisen tilan taas voi saavuttaa, kun muut näkevät lähetetyn viestin ja ennen kaikkea lähettäjän nimen, nimimerkin tai kuvan, joiden avulla viestin lähettäjä henkilöityy selvästi. Koska lähetetyn viestin saat-
taa nähdä television kautta hyvin suuri yleisö, on selvää, että esiintymisen kokemus voi tuntua voimakkaalta. Samoin kokemus vaikuttamisesta voi olla vahva, sillä oma viesti saattaa muuttaa ohjelman kulkua merkittävästi. On hyvä huomata, että monialustaisten formaattien synnyttämät vaikuttamisen ja esiintymisen tilat ovat suoraan yhteydessä luvussa 2.3 käsiteltyihin yleisön vaikutusmahdollisuuksiin ja julkisuuteen, jotka vahvistavat yleisön valtaa.

Tavat, joilla yleisön osallistuminen valjastetaan, vaihtelevat formaatista toiseen. Olen-
naista kuitenkin on, että osallistumiseen käytettyjä alustoja on mahdollisimman paljon, jotta yleisöllä on mahdollisuus valita mitä kautta formaattiin osallistuu. (Ytreberg 2009: 476.) Tämä monialustaisten formaattien ominaisuus on suoraan kytköksissä luvussa 2.3 tarkasteltuun yleisön valinnanvapauteen, joka vahvistaa yleisön valtaa. Käytettyjen alus-
tojen suuri määrä vaatii formaatin tekijöiltä erityistä valveutuneisuutta, sillä heidän on tarpeellista ohjata yleisöä eri alustoille ja niiden välillä. Monialustaiset formaatit ovat siten tuoneet ohjelmien tekijöille uuden ongelman. Ennen heidän täytyi ohjaillla yleisöä vain eri televisiokanavien välillä, kun taas monialustaisten formaattien ohjailun pitää kattaa myös kaikki formaatin eri alustat. Televisiossa ohjailu toisille alustoille tapahtuu maininnoilla, jotka ilmenevät joko juontajien puheessa tai ruudulla graafisina elementteinä. Haasteena tällaisessa ohjailussa on se, että sen ei saisi häiritä itse ohjelman kul-
kua, koska maininnat eri alustoista ovat kuitenkin tavallisesti muusta ohjelman kulusta irrallisia. (Ytreberg 2009: 472–473.)

Yleisön osallistumiseen ja monien eri alustojen hyödyntämiseen liittyvät keskeisesti myös monialustaisten formaattien laajennettu tapahtumarikkaus ja reaaliaikaisuus (*ex-*

tended eventfulness, extended liveness). Esimerkiksi *Big Brotherin* tyyppisissä tosi-tv-kilpailuissa ohjelma jaetaan pieniin osatapahtumiin, jotka tähtäävät isoimpaan päätapahtumaan eli kilpailun voittajan julkistamiseen. Eri alustoja voidaan hyödyntää tapahtumarikkauden luomisessa kunkin formaatin vaatimalla tavalla. Internetin sisällöillä voidaan esimerkiksi jo ennen ohjelman tuotantokauden alkua saada yleisö kiinnostumaan tulevista tapahtumista. (Ytreberg 2009: 473–479.) Monialustaisten formaattien laajennettua tapahtumarikkautta voidaan hyvin verrata edellä luvussa 2.3 käsiteltyyn Tuomen (2013) käyttämään mediaspektaakkeliin. Molemmat kuvaavat sitä, että televisio-ohjelmista luodaan korostetusti tapahtumia, jotka toimivat usealla alustalla ja yhdistävät yleisön jäseniä.

Laajennettu reaaliaikaisuus tarkoittaa, että formaattiin kuuluviin tapahtumiin voi osallistua reaaliaikaisesti monella eri alustalla. Televisio-ohjelman ”live-lähetys” luo tunteen reaaliaikaisesta osallistumisesta, joka korostuu entisestään, kun ohjelmaan voi osallistua reaaliaikaisesti muiden alustojen avulla. Reaaliaikaisuutta voidaan hyödyntää myös varsinaisen ohjelman lähetysajan ulkopuolella esimerkiksi internetissä toimivilla keskustelupalstoilla, joilla katsojilla on mahdollisuus keskustella ohjelmaan liittyvistä asioista toistensa kanssa. Tällaiset ohjelma-ajan ulkopuolella toimivat alustat ovat reaaliaikaisuuden lisäksi omiaan luomaan myös jatkuvuuden tunnetta. Näin yleisön jäsenet voivat formaatin puitteissa olla jatkuvasti osallisena siihen liittyvistä tapahtumista. Laajennettu tapahtumarikkaus ja reaaliaikaisuus tekevät formaatista yhtenäisen kokemuksen, jossa interaktiivisuus on valjastettu mediateollisuudelle hyödyllisellä tavalla. (Ytreberg 2009: 477–480.) Nämä monialustaisten formaattien ominaisuudet liittyvät yleisön valtaan, sillä ne vahvistavat yleisöä yhteisönä ja tarjoavat sille entistä enemmän vaikutusmahdollisuuksia.

Ytrebergin (2009) mukaan monialustaiset formaatit ovat media-aineistoja, jotka kehoittavat tutkijoita ajattelemaan aihetta enemmän jatkuvuuden ja yhteistoiminnan kuin vastakkaisuuksien ja toisensa poissulkevien medioiden näkökulmasta. Tämän vuoksi monialustaisten formaattien ilmiöstä on käytetty usein myös yleisempää termiä *intermedia*. Ytreberg (2009) myös toteaa, että monialustaiset formaatit tarjoavat hyvää aineistoa tulevalle mediatutkimukselle. Yleisön osallistuminen sekä tavat, joilla interak-

tiivisuus valjastetaan mediateollisuuden käyttöön, ovat nousevia ja kartoitusta vaativia tutkimusalueita. Monialustaisten formaattien tuotanto, vastaanotto ja yleisöjen osallistumisen muodot ovat kaikki aiheita, joiden tutkimiselle löytyy tarvetta. (Ytreberg 2009: 469, 480–482.)

Genren ja formaatin käsitteet sulautuvat helposti toisiinsa, sillä molemmissa on kyse ehdoista ja ohjeista, joiden mukaan teos syntyy. Molemmat ohjaavat teoksen tiettyyn kategoriaan, jonka yleisö pystyy vaivatta tunnistamaan. Genren käsite on kuitenkin formaattia huomattavasti laajempi. Genren alle voidaan sijoittaa useita yksittäisiä ohjelmia, kun taas formaatin alle vain yksi tietty ohjelma. Televisio-ohjelmat siis syntyvät sekä genrejen asettamisessa laajemmissa puitteissa että formaatin asettamisessa tapauskohtaisissa puitteissa. Samalla nämä luovat myös rajat ohjelman välittämille merkityksille.

3.2 Merkitykset ja representaatiot televisiossa

Marshall ja Werndly (2002: 10) luonnehtivat televisiota tarinankertojaksi, joka heijastaa yhteisössä vallalla olevia arvoja. Näitä arvoja televisio ilmentää merkeistä syntyvien merkitysten ja representaatioiden kautta. Televisio-ohjelman luomisen voi nähdä valintaprosessina. Siinä lukuisista vaihtoehdoista valitaan sopivimmat osat, jotka muodostavat eheän kokonaisuuden. Näitä osia voidaan tarkastella merkkeinä ja koodeina, ja niiden muodostaman kokonaisuuden tarkastelussa on representaation käsite tarpeellinen. Ennen television välittämien merkitysten ja representaatioiden tarkastelua on kuitenkin paikallaan käydä läpi television luonnetta mediavälineenä. Toisin sanoen, on olennaista tiedostaa, minkälaisien merkkien avulla televisio ylipäättään kykenee välittämään yleisölle merkityksiä ja representaatioita.

Televisio mediana hyödyntää kahta kanavaa (*channel*), visuaalista (*visual*) ja auditiivista (*aural*) (Fiske 1990: 21), joten sitä voidaan kutsua *audiovisuaaliseksi* mediaksi (Herkman 2001: 47). Vaikka audiovisuaalinen media onkin suhteellisen uusi ilmiö, on audiovisuaalisuutta ilmennyt ihmiskunnan historiassa paljon aikaisemmin esimerkiksi näytelmien muodossa. Audiovisuaalisuutta on hyödynnetty jo kauan, koska ihmisillä on

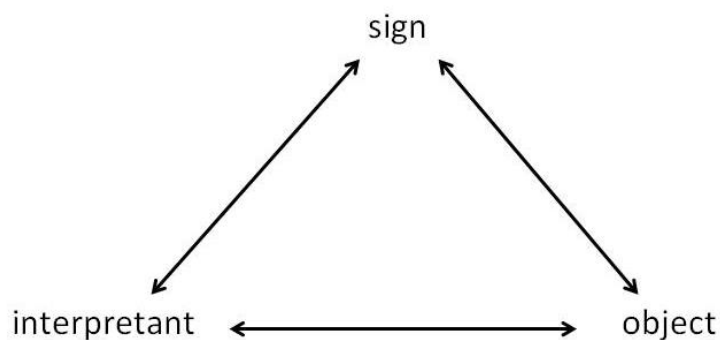
luontainen halu katsoa ja kuunnella sekä ennen kaikkea luontainen vaisto kiinnittää huomio tiettyihin ääniin ja kuviin. (Poe 2011: 154–156.) Ei ole siis mikään ihme, että audiovisuaalinen media ja etenkin televisio vaikuttaa pysyvän ihmisten suosiossa.

Termi audiovisuaalinen viittaa siis kuuloon ja näköön perustuvaan havainnointiin, mikä tarkoittaa, että perimmäisessä merkityksessään audiovisuaalisuus liittyy monenlaiseen inhimilliseen viestintään. Esimerkiksi edellä mainittu näyttämötaide on selvästi audiovisuaalista, sillä se perustuu nähtävään ja kuultavaan esitykseen. Silti teatterin yhteydessä puhutaan harvoin audiovisuaalisuudesta, koska termi on vahvasti kytkeytynyt kuvaa ja ääntä käyttäviin viestintäteknologioihin. Siksi onkin luontevaa puhua nimenomaan audiovisuaalisesta mediasta, koska audiovisuaalisuus liitetään tavallisesti viestintäteknologioiden avulla välitettyyn kulttuuriin. Teatterin kohdalla on sen sijaan kyseessä välitön vuorovaikutustilanne, jota ei ole totuttu kuvaamaan termillä audiovisuaalinen. Termin käyttötapaan vaikuttaa luultavasti se, että se otettiin käyttöön vasta sen jälkeen, kun ääntä ja kuvaa hyödyntävät viestintäteknologiat yleistyivät. (Herkman 2001: 12.)

Audiovisuaalisen luonteensa vuoksi televisiossa luodut merkitykset ovat monitasoisia (Marshall & Werndly 2002: 36). Tätä merkitysten monitasoisuutta voidaan kutsua myös multimodaalisuudeksi, joka tarkoittaa useaa semioottista moodia hyödyntävää viestintää. Television kuvaa ja ääntä voidaan pitää omina semioottisina moodeinaan, mutta lisäksi esimerkiksi kielen moodi voidaan jakaa edelleen kirjoituksen ja puheen variantteihin. Multimodaalisuus onkin periaatteessa kaikessa viestinnässä läsnä. (Mikkonen 2012: 296–298.) Television moodejakin voi jakaa tarkempiin osiin: esimerkiksi tämän tutkimuksen analyysissä tarkennan visuaalisen moodin siihen sisältyväksi graafiseksi moodiksi, jossa merkitykset välitetään television graafisina elementteinä (Millerson & Owens 2009: 177–183). On olennaista tiedostaa television multimodaalisuuden syvyys, sillä sen kuvaa, ääntä ja kieltä monipuolisesti hyödyntävien tekstien luomat merkitykset ovat hyvin limittyneitä ja kerrostuneita. On huomattava, että edellä mainituilla visuaalisella ja auditiivisella *kanavalla* tarkoitetaan eri asiaa kuin visuaalisella ja auditiivisellä *moodilla*. Moodit ovat nimenomaan semioottisia eli erilaisia tapoja välittää merkityksiä. Kanavat sen sijaan viittaavat näiden tapojen fyysiseen ulottuvuuteen, eli visuaalinen

kanava viittaa valon säteilyyn ja auditiivinen kanava viittaa ääniaaltoihin (Fiske 1990: 18).

Audiovisuaalisina – ja siten multimodaalisina – esiintyviä televisiotekstin merkkejä ja merkityksiä voidaan tutkia semiotiikan (tai semiologian) teorioiden avulla. Semiotiikan luoja pidetään yhdysvaltalaisesta Charles Peircea ja sveitsiläistä Ferdinand de Saussurea, jotka kehittivät semiotiikan teoriansa samoihin aikoihin toisistaan tietämättä (Lacey 2009: 63). Nämä teoriat ovat pohjimmiltaan toisiaan muistuttavia, joskaan eivät täysin samanlaisia: Peircen teoria esimerkiksi kiinnittää enemmän huomiota todellisen maailman ilmiöihin, joihin merkit viittaavat. Saussure taas on enemmän kiinnostunut merkki- ja merkitysten suhteesta toisiinsa kuin niiden suhteesta kuvaamiinsa todellisen maailman ilmiöihin. (Fiske 1990: 39–45.) Hahmotan merkitysten syntymisen kuviossa 3 esitetyn Peircen luoman mallin mukaisesti, sillä se on Saussuren mallia yksinkertaisempi ja siten sopivampi tämän tutkimuksen tarkoituksiin.



Kuvio 3. Peirce's elements of meaning (Fiske 1990: 42)

Yllä olevassa mallissa merkityksen syntyminen on kuvattu kolmen termin avulla. Merkki (*sign*) tarkoittaa asiaa, joka viittaa johonkin muuhun kuin itseensä eli objektiin (*object*). Interpretantti (*interpretant*) taas on merkin tulkitsijan mielessä syntynyt käsitys sen kuvaamasta asiasta. Tulkitsijan mielessä syntynyt käsitys taas on täynnä erilaisia merkityksiä, jotka ovat jokaisen tulkitsijan kohdalla omanlaisiaan. Mallissa olevat nuo-

let, jotka yhdistävät näitä kolmea termiä, kuvaavat sitä, että merkityksen syntymisessä termit voi ymmärtää vain suhteessa toisiinsa. (Fiske 1990: 42.)

Erilaisia merkityksiä on mahdollista tarkastella denotaation ja konnotaation käsitteiden avulla (Barthes 1979: 89–92). Nämä voidaan hahmottaa ilmentymiksi merkitysten kahdesta tasosta (*two orders of signification*), joista ensimmäinen muodostuu Saussuren merkkiteoriasta (Fiske 1990: 85–86.) Koska Saussuren malli muistuttaa pitkälti edellä esiteltyä Peircen mallia, voidaan todeta, että myös Peircen malli käsittelee merkitysten ensimmäistä tasoa. Tämä ensimmäinen taso eli denotaatio viittaa merkin kirjaimelliseen ja ilmiselvään merkitykseen (Chandler 2014). Esimerkiksi ruususta piirretyn kuvan denotaatio on yksinkertaisesti ruusu (Marshall & Werndly 2002: 30).

Konnotaatiot kuuluvat merkitysten toiselle tasolle, ja ne tarkoittavat merkin herättämiä assosiaatioita (Lacey 2009: 66). Nämä assosiaatiot voivat olla subjektiivisia tai intersubjektiivisia eli tietyssä kulttuurissa jaettuina (Fiske 1990: 86–87). Fiske (1990: 86) muotoilee denotaation ja konnotaation eron Barthesin (1977) ajatusten pohjalta siten, että esimerkiksi valokuvauksessa denotaatiolla viitataan siihen *mitä* kuvataan, kun taas konnotaatiolla viitataan siihen *miten* kohde kuvataan. Tämä esimerkki on sikäli hieman hämmentävä, että sen mukaan denotaatiolla ja konnotaatiolla tarkoitettaisiin tekstin luomisvaiheen eri puolia. Osuvampi esimerkki olisi ehkä ollut, että denotaatio tarkoittaa sitä, *mitä katsoja valokuvassa näkee*, ja konnotaatio tarkoittaa sitä, *miten katsoja näkemänsä kokee*.

Merkkejä voidaan analysoida yksittäinkin, mutta tämän tutkimuksen kannalta on hyödyllistä nähdä ne suurempien kokonaisuuksien osina. Tällaisia kokonaisuuksia eli merkeistä koostuvia systeemejä voidaan ensinnäkin tarkastella koodeina. Koodiin kuuluu joukko merkkejä (tai joskus harvoin yksi merkki), jolla on sekä paradigmaattinen että syntagmaattinen ulottuvuus. Paradigman ja syntagman käsitteet ovat peräisin Saussuren semiotiikan teorioista. (Fiske 1990: 56–57, 64–65.) Saussuren (1986/1916: 122–124) mukaan kielelliset yksiköt voivat muodostaa keskenään kahdenlaisia suhteita, joita hän kutsui assosiativisiksi suhteiksi (*associative relations*) ja syntagmaattisiksi suhteiksi (*syntagmatic relations*).

Saussuren nimittämiä assosiativisia suhteita on sittemmin kuvattu termillä paradigma (Barthes 1979: 59). Paradigmalla tarkoitetaan merkkijoukkoa, josta valitaan tilanteen mukaan yksi merkki (Fiske 1990: 57–58). Esimerkiksi tietyt sanat voivat muodostaa paradigman: sanat ”minä”, ”mie” ja ”mä” voivat muodostaa paradigman, josta valitaan tilanteen mukaisesti yksi sopiva vaihtoehto. Virallisessa tilanteessa valinta saattaisi osua ”minä”-sanalle, kun taas epävirallisemmassa yhteydessä valittaisiin ”mie”- tai ”mä”-sana. Syntagmalla puolestaan tarkoitetaan tällaisten paradigmaattisten valintojen tuottamaa kokonaisuutta (Fiske 1990: 58). Syntagman saattaisivat muodostaa esimerkiksi sanat ”minä olen suomalainen”. Tässä jokainen sanoista on merkki, joka on valittu tietyistä paradigmatista, ja yhdessä ne muodostavat tietyn syntagman. Vaikka Saussure (1986/1916: 171–173) keskittyi alun perin kielellisiin syntagmoihin, voidaan syntagman käsitettä soveltaa muihinkin semioottisiin ilmiöihin (Barthes 1979: 63).

Koodi on siis merkkisysteemi, joka koostuu tietyistä merkkijoukosta. Tämän lisäksi koodiin sisältyy sääntöjä tai käytäntöjä, joiden mukaan merkkijoukon merkkejä valitaan ja yhdistellään (Fiske 1990: 18–19). Koodit voivat olla luonteeltaan hyvin erilaisia ja eritasoisia: jotkut koodit ovat hyvin tarkkoja, kun taas jotkut huomattavasti joustavampia (Danesi 2002: 41–42). Esimerkiksi television kohdalla voidaan puhua yleisesti television koodista, joka koostuu visuaalisista ja auditiivisista merkeistä sekä näiden yhdistelyä ohjaavista käytännöistä. Television koodi voidaan kuitenkin jakaa moniin tarkempiin koodeihin, ja myös sen asettamien puitteiden sisällä voidaan tarkastella erilaisia koodeja. Tässä tutkimuksessa tarkastelen *Docventuresin* formaattiin kuuluvaa yleisön osallistumisen koodia, joka koostuu yleisön osallistumista kuvaavista intermediaalisista viittauksista sekä näiden käyttöä ohjaavista käytännöistä. Yleisön osallistumisen koodia voidaan kutsua representationaaliseksi koodiksi, koska sen avulla luodaan tekstejä (Fiske 1990: 66).

Mediatekstien esitykset ovat pelkkiä *representaatioita*, jotka ikään kuin luovat esittämänsä kohteen uudestaan. Televisio-ohjelman osat ja niistä muodostuva kokonaisuus eivät ikinä voi kuvata todellisuutta täysin sellaisena kuin se on, koska mediavälineen ja esityksen on aina pakko rajata tiettyjä asioita tekstin ulkopuolelle. Rajauksen tuloksena syntyviä representaatioita voikin Seppäsen ja Väliiverrosen (2012) mukaan pitää ”huo-

nolaatuisina kopioina alkuperäisestä”. He havainnollistavat käsitettä Platonin (2007/388 eKr.: 247–250) luolavertauksen avulla: luolaan kahlitut vangit näkevät ensin maailman pelkästään luolan seinään heijastuvina varjoina, mutta vapautuessaan heille avautuu täysin uusi käsitys todellisuudesta, kun he viimein näkevät varjojen todelliset lähteet. Mediatekstejä voidaan verrata vankien näkemiin varjoihin, sillä ne ovat pelkästään todellisuuden heijastumia, representaatioita ”oikeasta” maailmasta. (Seppänen & Väliiveronen 2012: 90–96.)

Herkman (2001: 219) määrittelee representaatiot seuraavasti: ”*Representaatio on jonkun asian, ilmiön, ympäristön tai ihmisten esittämistä jonkinlaiseksi. Mediakulttuuri koostuu representaatioista ja niiden tuottamista merkityksistä.*” Median luomat representaatiot vaikuttavat ihmisten käsityksiin itsestään, toisista ihmisistä, yhteiskunnasta ja maailmasta ylipäätään. Samalla representaatiot saattavat sokeuttaa median kuluttajat siten, etteivät he näe tiettyjä puolia esitetystä kohteesta. Toisin sanoen representaatio saattaa yksinkertaistaa esittämäänsä kohdetta liikaa. Se, mitä mediassa ei esitetä, on yhtä tärkeää representaatioiden kannalta kuin se, mitä mediassa esitetään. (Nieminen & Pantti 2004: 124–126.)

Tämä tutkimus keskittyy representaatioiden tutkimisessa tekstuaaliseen näkökulmaan, jossa tarkastellaan itse representaation kohdetta ja sitä, miten se on toteutettu (Bignell 2008: 218). Tarkastelen *Docventuresissa* ilmenevää yleisön vallan representaatiota yleisön osallistumisen koodin kautta, koska yleisön vallan koodin tutkiminen saattaisi osoittautua ongelmalliseksi. Koodit nimittäin perustuvat käyttäjiensä yhteisymmärrykseen niiden sisältämistä merkeistä, käytännöistä sekä avoimista merkityksistä (Fiske 1990: 77). Jotta voitaisiin puhua yleisön vallan koodista, pitäisi siihen kuuluvien merkitysten siis olla avoimia kaikille sen käyttäjille ja perustua käyttäjien yhteisymmärrykseen, eli merkitysten pitäisi olla joko edellä kuvattuja denotaatioita tai intersubjektiiivisiä konnotaatioita. Tässä tapauksessa hahmotan merkitykset yleisön vallasta kuitenkin johonkin subjektiivisten ja intersubjektiiivisten konnotaatioiden välimaastoon, koska en voi väittää, että nämä merkitykset olisivat avoimia ja perustuisivat kaikkien ohjelman katsojien ja tekijöiden yhteisymmärrykseen.

Merkitykset yleisön *osallistumisesta* sen sijaan ovat denotatiivisia, koska *Docventuresin* intermediaaliset viittaukset yleisön osallistumiseen kuvaavat kirjaimellisesti yleisön osallistumista. Siksi on mahdollista tutkia *Docventuresille* ominaista yleisön osallistumisen koodia. Tämän koodin kautta taas on mahdollista tarkastella yleisön vallan representaatiota, koska yleisön valta ilmenee yleisön osallistumista kuvaavien intermediaalisten viittausten konnotatiivisella tasolla. Tietynlainen yleisön osallistumisen koodi luo siis tietynlaisen representaation sekä yleisön osallistumisesta että yleisön vallasta.

Edellä tarkasteltujen teorioiden pohjalta hahmotan representaatioiden syntymisen merkitysketjuna, joka alkaa yksittäisistä merkeistä ja niiden muodostamista merkkijoukoista. Nämä merkkijoukot järjestyvät tiettyjen käytäntöjen sanelemina koodeiksi ja välittyvät niille ominaisten moodien kautta, jolloin merkitysketjun eräänlaisena lopputuloksena on tietty representaatio, jolla on itsessään sekä denotatiivisia että konnotatiivisia merkityksiä. *Docventures* puolestaan voidaan hahmottaa monista eri representaatioista koostuvaksi kokonaisuudeksi, joka on muovautunut ohjelman formaatin ja genren puitteissa. Kuten luvussa 3.1. kävi ilmi, *Docventuresin* genrehybridiys ja formaatin luonne ovat omiaan tukemaan yleisön valtaa, minkä vuoksi on paikallaan keskittyä ohjelman sisältämistä representaatioista juuri yleisön vallan representaatioon.

4 YLEISÖN VALLAN REPRESENTAATIO *DOCVENTURESIN* INTERMEDIAALISISSA VIITTAUKSISSA

Tässä luvussa esittelen tutkimuksen analyysin sekä siinä saamani tulokset ja niistä tehdyt johtopäätökset. Ensiksi kuvaan analyysin vaiheet ja sen, miten sovelsin edellä kuvattuja menetelmiä ja teorioita aineistooni. Tämän jälkeen käyn seuraavassa alaluvussa 4.2 läpi määrällisessä sisällönanalyysissä saamiani tuloksia ja esitän näistä tekemiäni tulkintoja. Tätä seuraavat alaluvut 4.3, 4.4 ja 4.5 puolestaan keskittyvät aineiston läpikäymiseen laadullisen sisällönanalyysin keinoin esimerkkitapausten kautta. Tämän jälkeen käyn lyhyesti vielä läpi analyysissä löytyneet tapaukset, jotka kuuluvat tutkimusongelman piiriin, mutta jäivät varsinaisen analyysin ulkopuolelle. Viimeisenä kokoaan saamani tärkeimmät tulokset ja johtopäätökset yhteen.

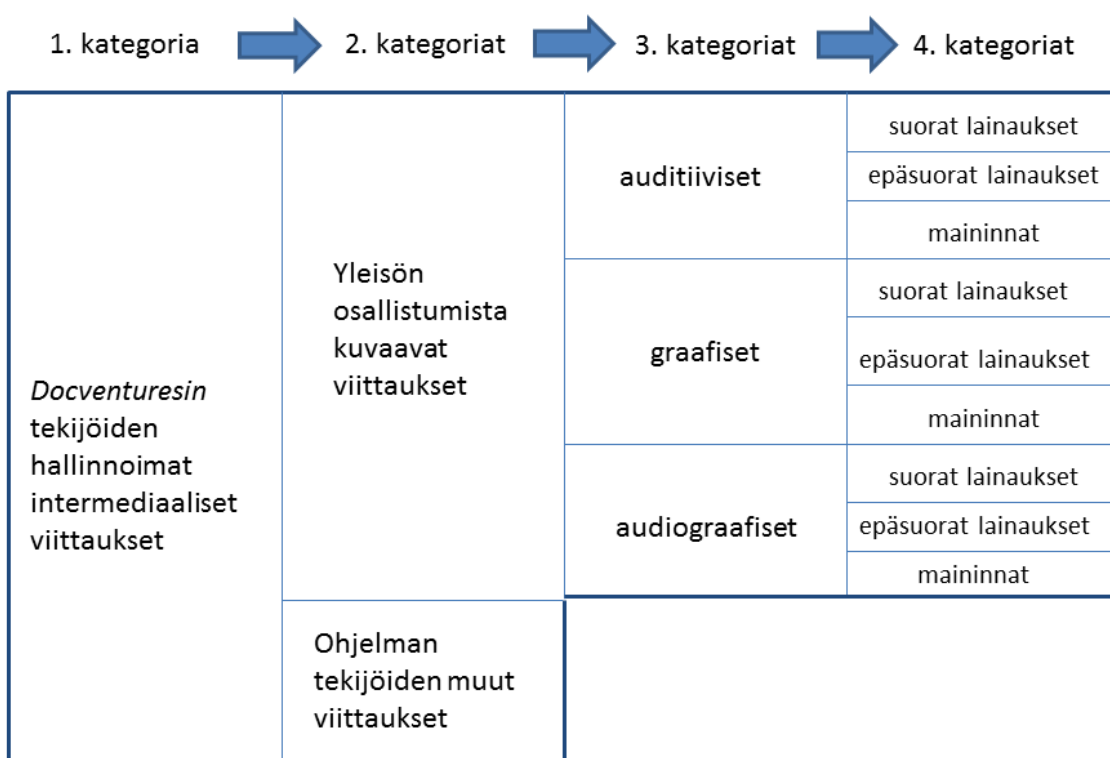
4.1 Analyysin suorittaminen

Suoritin tutkimuksen analyysin Bignellin (2008: 219) ja Huckinin (2004: 16–19) jäsenyksien yhdistelmänä, jossa on yhteensä seitsemän alla lueteltua tutkimusvaihetta. Listan vaiheet 1 ja 3 olen kuvannut jo edellä luvuissa 1.1 ja 1.3, ja tässä luvussa tarkastelen listan muita vaihteita. Vaiheet 6 ja 7 eli tulosten analysoinnin ja johtopäätökset käyn läpi vielä tarkemmin seuraavissa alaluvuissa.

1. Tutkimuskysymysten muotoilu
2. Relevanttien yläkäsitteiden valitseminen
3. Aineiston hankinta
4. Koodaamisessa käytettävien kategorioiden luominen
5. Aineiston koodaaminen
6. Tulosten analysointi
7. Johtopäätösten tekeminen

Vaiheessa 2 valitsin relevanteiksi yläkäsitteiksi *intermediaalisuuden*, *yleisön osallistumisen* ja *yleisön vallan representaation*, sillä nämä voidaan johtaa luvussa 1.1 esitetyistä tutkimuskysymyksistä ja tutkimusasetelmasta. Nämä yläkäsitteet siis ohjasivat analyysia ja etenkin koodaamisessa käytettyjen kategorioiden luomista. Intermediaalisuuden ja

yleisön osallistumisen käsitteiden avulla analyysi kohdistui ensiksi aineiston oleellisiin kohtiin ja toiseksi yleisön vallan representaation käsitteen avulla näissä kohdissa tutkimuksen kannalta oleelliseen ilmiöön. Vaiheessa 4 loin näiden yläkäsitteiden avulla kategoriat, joiden mukaisesti koodasin aineiston. Koodaamisessa käytettyjen kategorioiden luominen on esitetty kuviossa 4, jossa kategoriat tarkentuvat vasemmalta oikealle.



Kuvio 4. Aineiston koodaamisessa käytettyjen kategorioiden luominen

Vaiheen 4 kategorioiden luominen eteni siten, että ensimmäiseen kategoriaan sisällytin kaikki *Docventuresin* tekijöiden hallinnoimat intermediaaliset viittaukset. Jätin siis analyysistä pois sellaiset intermediaaliset viittaukset, joiden esiintymiseen ohjelman tekijät eivät voi vaikuttaa. Tällaisia viittauksia olivat ohjelman vieraiden mainitsemat intermediaaliset viittaukset sekä yleisön viesteihin sisältyvät intermediaaliset viittaukset. Jätin nämä tarkastelun ulkopuolelle, koska ne eivät varsinaisesti kuulu *Docventuresin* tekijöiden luomiin representaatioihin. Ohjelman tekijät eivät voi hallita vieraiden tai yleisön

viesteissään mainitsemia intermediaalisia viittauksia. Sen sijaan tekijät voivat hallita yleisön osallistumista *kuvaavia* intermediaalisia viittauksia sekä muita itse mainitsemiin intermediaalisia viittauksia. Nämä viittaukset luovat ohjelmalle ominaisia representaatioita, joiden taustalta voidaan löytää systemaattisia käytäntöjä. Toisin sanoen näitä viittauksia tarkastelemalla voidaan selvittää *Docventuresin* yleisön osallistumisen koodi, jonka avulla luodaan tietty representaatio yleisön vallasta (ks. luku 3.2).

Jaoin *Docventuresin* tekijöiden hallinnoimat viittaukset vaiheittain tarkempiin kategorioihin. Tässä alakategorioiksi muodostuivat yleisön osallistumista kuvaavat intermediaaliset viittaukset sekä ohjelman tekijöiden muut intermediaaliset viittaukset. Jälkimmäiset tarkoittavat viittauksia, jotka ovat ohjelman tekijöiden mainitsemia, mutta jotka eivät liity yleisön osallistumiseen. On huomattava, että myös yleisön osallistumista kuvaavat viittaukset ovat ohjelman tekijöiden mainitsemia, sillä yleisön osallistuminen tapahtuu ohjelman tekijöiden kautta. Siksi jälkimmäinen kategoria piti tarkoittaa ”muiksi” ohjelman tekijöiden viittauksiksi. Vertaamalla yleisön osallistumista kuvaavien intermediaalisten viittausten määrää ohjelman tekijöiden muiden viittausten määrään sain selville yleisön osallistumisen koodin yleiset syntagmaattiset rajat. Näiden rajojen selvittäminen oli tärkeää, koska ne luovat rajat myös yleisön vallan representaatiolle. Tämä tarkoittaa, että mitä suurempi osa intermediaalisista viittauksista kuvaa yleisön osallistumista, sitä enemmän ne kokonaisuutena pystyvät kuvaamaan yleisön valtaa.

Saadakseni tarkempaa tietoa yleisön osallistumisen koodin syntagmasta jaoin yleisön osallistumista kuvaavat intermediaaliset viittaukset alakategorioihin sen mukaan, missä moodissa viittaukset esiintyvät. Näin kategorioiksi muodostuivat auditiiiviset viittaukset, graafiset viittaukset ja audiograafiset viittaukset (ks. luku 3.2). Tarkensin visuaalisen moodin graafiseksi moodiksi (ja siten visuaaliset viittaukset graafisiksi viittauksiksi), sillä valtaosa yleisön osallistumista kuvaavasta intermediaalisuudesta esiintyy visuaalisessa moodissa eräänlaisena studiokuvan päälle liitettynä grafiikkana. Studiokuvassa näkyvä intermediaalisuus on myös luonteeltaan pysyvämpää kuin muu intermediaalisuus, minkä vuoksi varsinaisten intermediaalisten viittausten esiintymien laskeminen olisi osoittautunut ongelmalliseksi. Analyysiin sisällytetyt graafiset viittaukset sen sijaan näkyvät ruudulla harvemmin ja vähemmän aikaa, jolloin niiden laskeminen on

mahdollista. Tarkensin samalla tavalla myös audiovisuaaliset viittaukset *audiograafisiksi* viittauksiksi. Audiovisuaalisiksi viittauksiksi laskin sellaiset viittaukset, jotka esiintyvät sekä juontajien puheessa että televisioruudulla. Myös näissä keskityin pelkästään sellaisiin viittauksiin, joissa viittauksen visuaalinen osa esiintyy ruudulla grafiikkana.

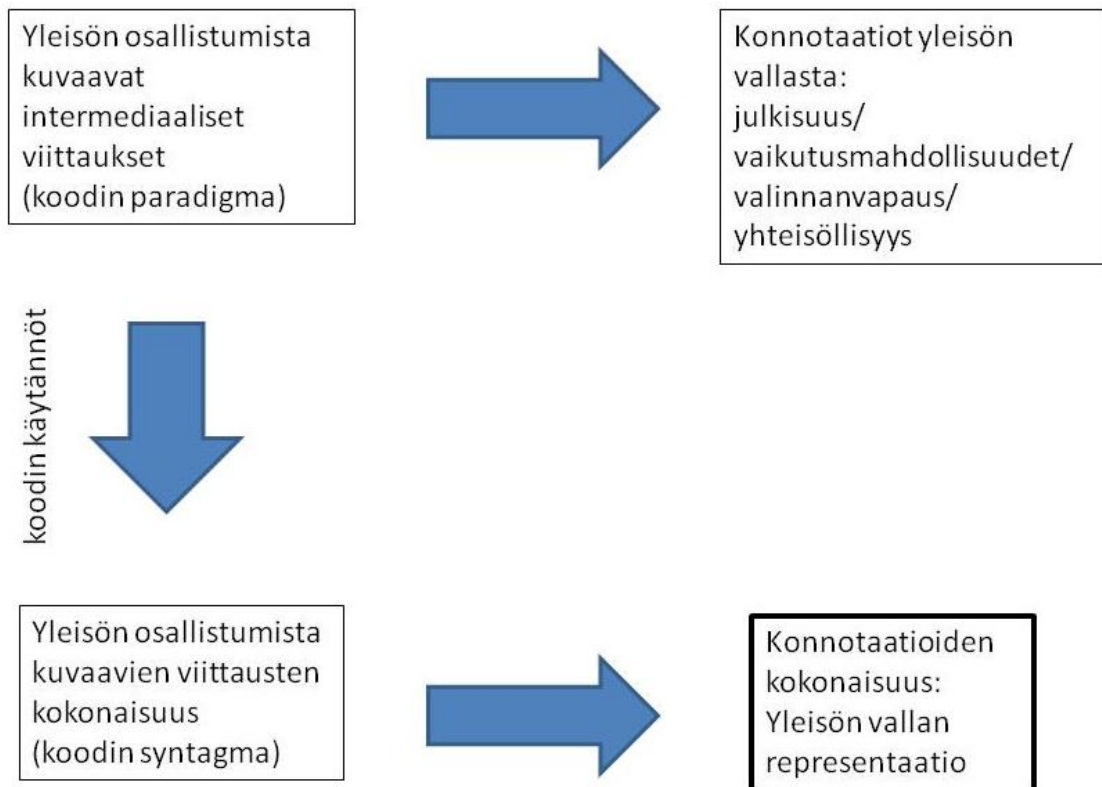
Viimeiseksi tarkensin moodien pohjalta luodut kategoriat vielä sen mukaan, onko intermediaalisessa viittauksessa kyse suorasta lainauksesta, epäsuorasta lainauksesta vai pelkästä maininnasta (ks. Bazerman 2004: 88–89). Näin koodauksessa käytettäviä kategorioita oli yhteensä lopulta kymmenen. Näistä yhdeksän koski yleisön osallistumista kuvaavia intermediaalisia viittauksia ja yksi ohjelman tekijöiden muita viittauksia (ks. kuvio 4).

Vaiheessa 5 koodasin aineiston näiden kymmenen kategorian mukaisesti siten, että katsoin aineiston tarkkaan läpi ja merkitsin samalla taulukkoon esiintymät kuhunkin kategoriaan kuuluvista intermediaalisista viittauksista. Taulukoista laskin erilaisten intermediaalisten viittausten esiintymismäärät jaksokohtaisesti. Tämän jälkeen viittausten määristä oli mahdollista koostaa myös kumpaakin ohjelman tuotantokautta kuvaavat määrät sekä näiden keskiarvot. Vaiheessa 6 pystyin näitä määriä analysoimalla muodostamaan *Docventuresin* formaatille ominaisen yleisön osallistumisen koodin. Tämä koodi koostuu joukosta tietynlaisia intermediaalisia viittauksia, jotka järjestyvät tiettyjen käytäntöjen mukaan tietynlaiseksi kokonaisuudeksi. Määrällisen sisällönanalyysin avulla sain siis selville yleisön osallistumisen koodin paradigman ja syntagman sekä näitä ohjaavat käytännöt.

Vaiheeseen 6 kuului myös laadullinen sisällönanalyysi, jossa siirryin tarkastelemaan tarkemmin tutkimuksen varsinaista kohdetta eli yleisön valtaa. Valitsin laadulliseen analyysiin esimerkkitapauksia määrällisessä analyysissä selvinneen yleisön osallistumisen koodin paradigmasta. Toisin sanoen esimerkkitapaukset ovat erilaisia yleisön osallistumista kuvaavia intermediaalisia viittauksia. Valitsin nämä tasapuolisesti molemmilta tuotantokausilta, ja ne ovat joko aineistolle tyypillisiä tai epätyypillisiä. Esitän esimerkkitapaukset joko ohjelmasta otettuina ruutukaappauksina tai juontajien puheesta litteroituina tekstikatkelmina. Puheen litteroinnin olen tehnyt pelkästään analyysin vaa-

timalla tarkkuudella, eli esimerkiksi puheessa esiintyvät pienimmät nyanssit olen jättänyt litteroimatta.

Esimerkkitapauksia tarkastelemalla selvitin kullekin intermediaalisten viittausten kategorialle ominaiset konnotaatiot yleisön vallasta, joka ilmenee yleisön saavuttamana julkisuutena, vaikutusmahdollisuuksina, valinnanvapautena tai yhteisöllisyytenä (ks. luku 2.3). Tässä laadullisessa analyysissä saatujen tulosten sekä määrällisessä analyysissä selvitetyn yleisön osallistumisen koodin avulla pystyin tekemään viimeisenä vaiheessa 7 johtopäätökset yleisön vallan representaatiosta. Kuvio 5 kuvaa, kuinka yleisön vallan representaatio syntyy yleisön osallistumisen koodin pohjalta.



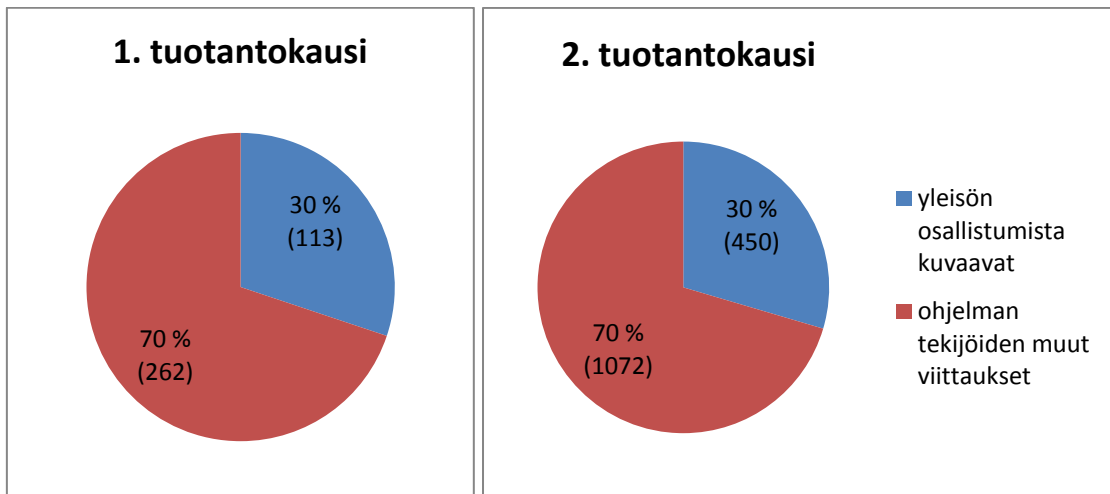
Kuvio 5. Yleisön vallan representaation syntyminen

Laadullisessa analyysissä selvitin yleisön osallistumisen koodin paradigmaan kuuluville intermediaalisille viittauksille ominaiset konnotaatiot yleisön vallasta. Näiden konnotaatioiden kokonaisuus puolestaan muodostaa yleisön vallan representaation. Tätä kokonaisuutta pystyin kuvaamaan määrällisessä analyysissä selvittämäni yleisön osallistumisen koodin syntagman avulla, koska syntagmasta selviää, miten erilaiset intermediaaliset viittaukset jakaantuvat määrällisesti keskenään. Tämä tarkoittaa, että myös tietyt konnotaatiot yleisön vallasta jakaantuvat määrällisesti samassa suhteessa. Näiden konnotaatioiden kokonaisuus eli yleisön vallan representaatio on siis pääteltävissä laadullisen ja määrällisen analyysin tulosten pohjalta.

4.2 Yleisön osallistumisen määrällinen analyysi

Docventuresin tekijöiden hallinnoimia intermediaalisia viittauksia löytyi ensimmäisen tuotantokauden jaksoista kaikkiaan 375 ja toisen tuotantokauden jaksoista 1522. Ensimmäisen tuotantokauden viittausten määrä on odotetusti pienempi, koska analysoituja jaksoja oli vähemmän. Lisäksi ensimmäisen tuotantokauden jaksojen pituus on noin viisitoista minuuttia lyhyempi kuin toisen tuotantokauden jaksojen, eli toisella tuotantokaudella yhteen jaksoon mahtuu enemmän intermediaalisia viittauksia. Intermediaalisten viittausten keskiarvo jaksoa kohden ensimmäisellä tuotantokaudella onkin 125, kun toisella tuotantokaudella se on 190,25. Toisen kauden kohonnut keskiarvo heijastelee siis selkeästi jaksojen pidempää kestoa.

Yleisön osallistumista kuvaavien viittausten ja ohjelman tekijöiden muiden viittausten määrät ovat kuitenkin pysyneet suhteessa toisiinsa samanlaisina tuotantokausien välillä. Kuviossa 6 on kuvattu näiden viittausten osuudet tekijöiden hallinnoimista viittauksista kummallakin tuotantokaudella. Viittausten lukumäärät on esitetty kuvioissa 6, 8, 9 ja 10 prosenttiosuuksien alla suluissa. Lisäksi näiden kuvioiden taustalla olevat intermediaalisten viittausten lukumäärät on eritelty liitteessä 1.

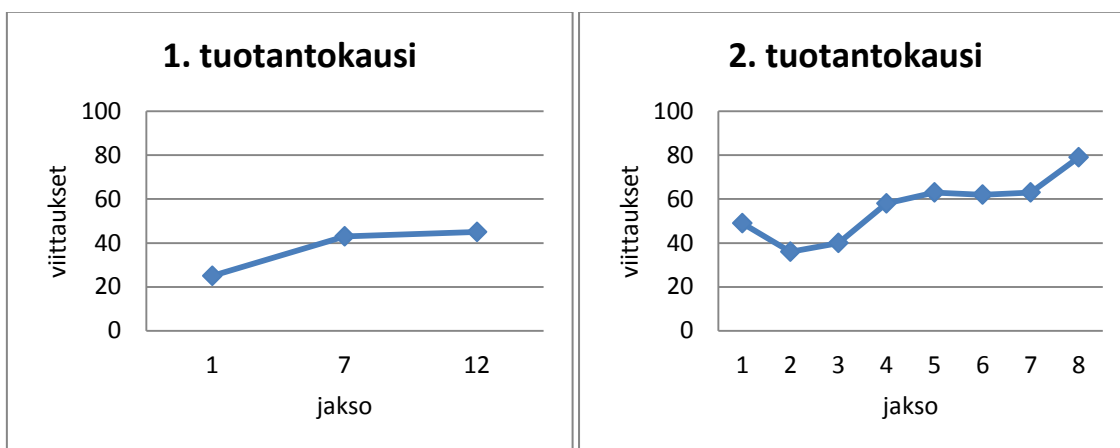


Kuvio 6. Yleisön osallistumisen osuus *Docventuresin* tekijöiden hallinnoimista intermediaalisista viittauksista ensimmäisellä ja toisella tuotantokaudella

Kuvio 6 havainnollistaa, minkälaisen osuuden *Docventuresin* tekijät antavat yleisön osallistumiselle ohjelman intermediaalisista viittauksista. Samalla tämä asettaa rajat yleisön osallistumisen koodin syntagmalle (ks. luku 3.2). Yleisön osallistumista kuvaavien ja ohjelman tekijöiden muiden viittausten määrät ovat pysyneet toisiinsa nähden ensimmäisen ja toisen tuotantokauden välillä täysin samoina. Tästä voidaan päätellä, että yleisön osallistumisen ja muiden intermediaalisten viittausten tietyt määrät kuuluvat *Docventuresin* formaattiin. Karkeasti pyöristäen voitaisiin sanoa, että *Docventuresin* formaattiin sisältyy seuraava käytäntö: noin kolmasosa lähetykseen tekijöiden toimesta sisällytetyistä intermediaalisista viittauksista saa kuvata yleisön osallistumista tuotantokauden aikana. Tämä on siis yleisön osallistumisen koodin syntagmaattinen lähtökohta, joka jo luo tietynlaisen representaation yleisön vallasta. Jos esimerkiksi puolet intermediaalisista viittauksista kuvaisi yleisön osallistumista, olisi yleisön vallan representaatio vahvempi. Yleisön osallistumisen koodin lähtökohdat eivät siis varsinaisesti vahvista kuvaa yleisön vallasta, mutta tästä ei vielä voida tehdä perusteellisia tulkintoja yleisön vallan representaatiosta.

On huomattava, että kuviossa 6 kuvatut yleisön osallistumisen 30 prosentin osuudet ovat tuotantokausien keskiarvot, eli yleisön osallistumisen osuus vaihtelee eri jaksojen

välillä. Samoin yleisön osallistumista kuvaavien intermediaalisten viittausten esiintymismäärät vaihtelevat jaksojen välillä. Molempien tuotantokausien esiintymismäärät on kuvattu jaksokohtaisesti kuviossa 7.



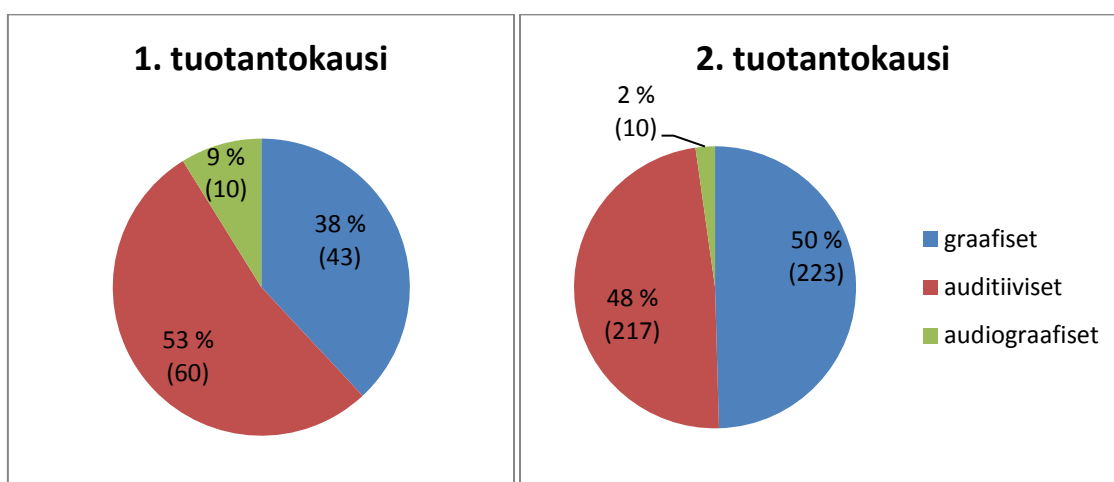
Kuvio 7. Yleisön osallistumista kuvaavien intermediaalisten viittausten jaksokohtaiset esiintymismäärät *Docventuresin* ensimmäisellä ja toisella tuotantokaudella

Kuviosta 7 voidaan nähdä, että kolmen jakson otannassa ensimmäisellä tuotantokaudella yleisön osallistuminen on kasvanut koko ajan kauden loppua kohden. Tuotantokauden alussa yleisön osallistumista esiintyi 25 intermediaalisen viittauksen verran, kun taas kauden viimeisessä jaksossa viittauksia oli jo 45. Myös toisen tuotantokauden kohdalla käyrä näyttäisi samanlaiselta, jos jaksojen otanta olisi yhtä pieni. Nyt toisen tuotantokauden käyrässä näkyy kuitenkin enemmän vaihtelua, koska siinä on esitetty kauden jokaisen jakson esiintymismäärät yleisön osallistumisessa.

Toisen tuotantokauden toisessa jaksossa yleisön osallistumisen määrä laski ensimmäisen jakson 49 viittauksesta 36 viittaukseen. Tämän jälkeen yleisön osallistumisen määrä taas kasvoi kauden keskivaiheille asti ja pysyi neljän jakson ajan melko samoissa lukemissa, kunnes kauden lopussa määrä kasvoi seitsemännen jakson 63 viittauksesta 79 viittaukseen. Yleisön osallistumisen määrän laskeminen toisessa jaksossa saattaa johtua

jakson teemasta ja tunnelmasta, sillä jaksossa puhuttiin vallankumouksesta ja sodasta vakavaan sävyyn. Yleisön osallistumisen määrää ehkä laskettiin, jotta tunnelma ohjelmassa ja keskustelussa pysyisi tarpeeksi rauhallisena ja asiallisena teeman vaatimalla tavalla.

Tärkein kuviosta 7 tehtävä huomio on kuitenkin se, että molemmilla kausilla yleisön osallistumisen määrä on ollut selvästi suurempi kauden lopussa kuin kauden alussa. Yleisön osallistumisen koodin syntagmaan kuuluu siis myös käytäntö yleisön saaman julkisuuden lisäämisestä tuotantokauden aikana. Tämä tarkoittaa, että myös yleisön valan representaatio vahvistuu tuotantokausien loppua kohden.



Kuvio 8. Yleisön osallistumista kuvaavien intermediaalisten viittausten osuudet eri moodeissa *Docventuresin* ensimmäisellä ja toisella tuotantokaudella

Kuviossa 8 on esitetty, miten yleisön osallistumista kuvaavat intermediaaliset viittaukset jakautuvat eri moodien välillä ensimmäisellä ja toisella tuotantokaudella. Tuotantokausien välillä on joitakin eroja. Ensimmäisellä tuotantokaudella yleisön osallistumista esiintyi eniten auditiivisissa viittauksissa (53 %), kun taas toisella tuotantokaudella sitä esiintyi eniten graafisissa viittauksissa (50 %). Graafisten viittausten osuuden nousu 12 prosenttiyksiköllä on muutenkin suurin eroavaisuus näiden kahden tuotantokauden välillä. Tähän nousuun saattaa vaikuttaa toisen tuotantokauden jaksosten pidempi lähetys-

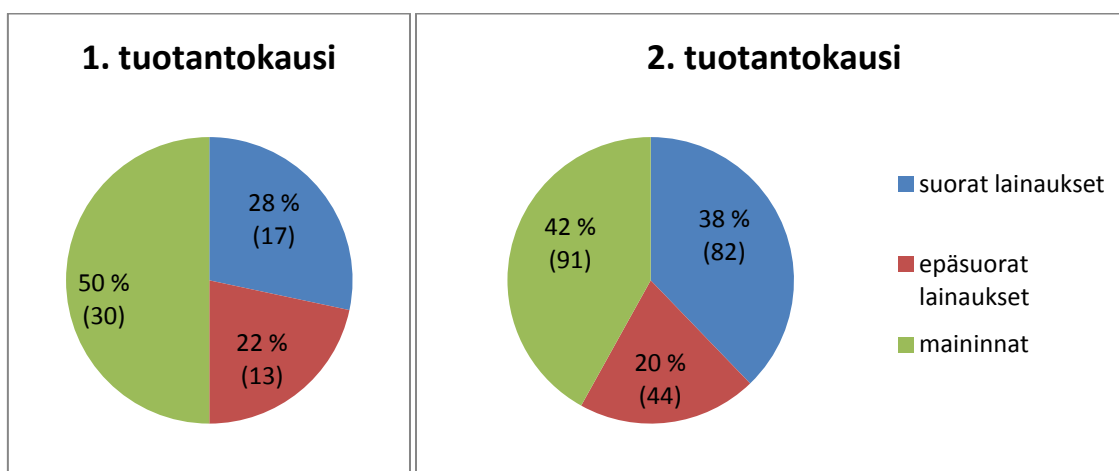
aika, sillä pidempään ohjelmaan on helpompi lisätä graafisia intermediaalisia viittauksia häiritsemättä katselukokemusta.

Vaikka yleisön osallistuminen on jakaantunut hieman eri tavalla ensimmäisellä ja toisella tuotantokaudella, voidaan kuviosta 8 tehdä joitakin johtopäätöksiä *Docventuresin* formaattiin kuuluvasta yleisön osallistumisen koodista. Varsinkin toisen tuotantokauden jakaumasta voitaisiin päätellä, että formaatin tavoitteena on tuoda yleisön osallistumista esille tasapuolisesti graafisessa ja auditiivisessä moodissa. Audiograafista moodia taas käytetään säästeliäästi pelkästään sellaisissa tilanteissa, joissa yleisön osallistuminen halutaan tuoda erityisen hyvin esille. Toisen tuotantokauden jakauma sopii tähän kuvaukseen paremmin, mutta samansuuntainen linjaus saattaa hyvin olla taustalla myös ensimmäisen tuotantokauden jakaumassa. On myös mahdollista, että ensimmäisen tuotantokauden jakauma muistuttaisi enemmän toisen tuotantokauden jakaumaa, mikäli olisin sisällyttänyt analyysiin kaikki jaksot ensimmäiseltä kaudelta.

Yleisön osallistumisen sääntely moodien välillä vaikuttaa yleisön vallan representaatioon, sillä eri moodit kuvaavat yleisön valtaa eri tavoin. Määrällisen analyysin viimeisten kategorioiden koodaaminen osoitti, että yleisön osallistuminen jakautuu suoriin lainauksiin, epäsuoriin lainauksiin ja mainintoihin eri tavoin riippuen moodista. Graafisen moodin 266 viittauksesta lähes jokainen on suora lainaus, sillä ainoastaan ensimmäisen kauden ensimmäisessä jaksossa esiintyy viisi maininnaksi luokiteltavaa graafista viittausta. Epäsuoria graafisia viittauksia taas ei esiinny aineistossa ollenkaan. Yleisön osallistuminen graafisessa moodissa koostuu siis lähes yksinomaan yleisön sanatarkoista mielipiteistä. Lähtökohtaisesti suorat lainaukset tukevat yleisön valtaa eniten, sillä niissä yleisö pystyy parhaiten saavuttamaan vaikuttamisen ja esiintymisen tilan (ks. Ytreberg 2009: 475–476). Suorissa lainauksissa yleisön vaikutusmahdollisuudet ja julkisuus sekä näiden tuoma valta tulevat siis parhaiten esille. Seuraavaksi eniten näitä ominaisuuksia tukevat epäsuorat lainaukset, ja viimeisenä tulevat maininnat.

Auditiivisissa viittauksissa yleisön osallistuminen ilmenee graafisia viittauksia monipuolisemmin, sillä auditiivisissa viittauksissa on suoria lainauksia, epäsuoria lainauksia ja maininnan tasolla olevia viittauksia. Näiden viittausten osuudet ja määrät on kuvattu

kuviossa 9, josta nähdään, että suurin osa auditiivisista viittauksista on mainintoja molemmilla tuotantokausilla. Toisella tuotantokaudella suorien lainausten osuus auditiivisista viittauksista on noussut kymmenellä prosenttiyksiköllä, jolloin suoria lainauksia ja mainintoja on lähes sama määrä. Epäsuorat lainaukset sen sijaan ovat molemmilla tuotantokausilla selvästi vähemmistössä, sillä niitä on alle neljäsosa auditiivisista viittauksista.



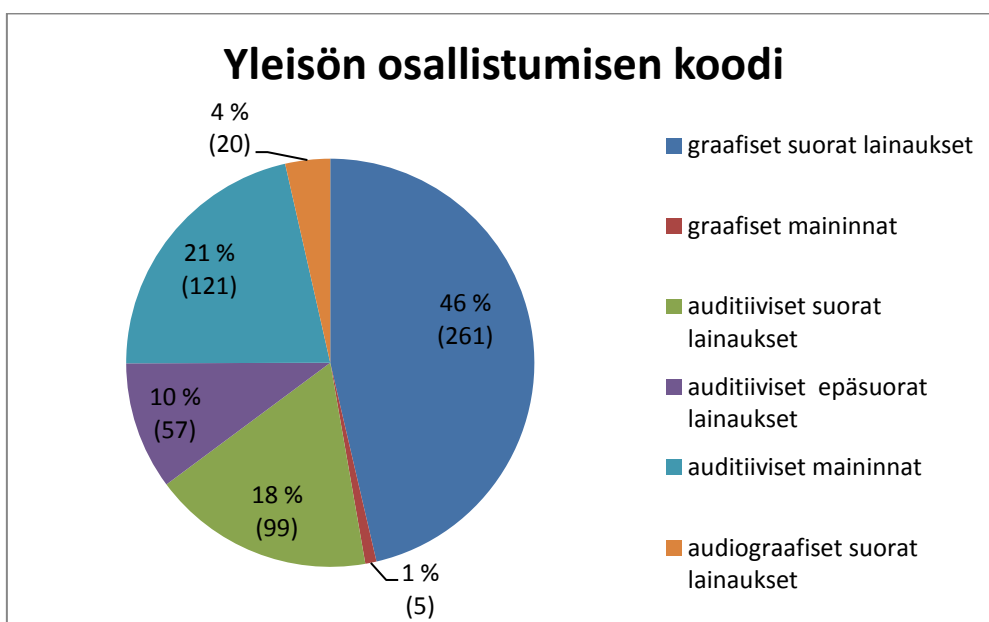
Kuvio 9. Suorien lainausten, epäsuorien lainausten ja mainintojen osuudet auditiivisistä intermediaalisista viittauksista, jotka kuvaavat yleisön osallistumista

Yleisön osallistuminen auditiivisessä moodissa kuvaa yleisön valtaa eri tavalla kuin graafisen moodin viittaukset, koska auditiivisessä moodissa viittaukset ovat useimmiten mainintoja. Ensimmäisellä kaudella 50 prosenttia auditiivisistä viittauksista on mainintoja, ja toisella kaudella vastaava osuus on 42 prosenttia. Tämä tarkoittaa, että auditiivisessä moodissa yleisön vaikutusmahdollisuudet ja julkisuus vaikuttavat määrällisesti heikommilta kuin graafisessa moodissa. Audiograafinen moodi sen sijaan kuvaa yleisön valtaa vahvimmin, sillä kaikki yleisön osallistumista kuvaavat audiograafiset intermediaaliset viittaukset olivat suoria lainauksia.

Aineiston koodaamisessa käytetyt kategoriat muodostivat lähtökohdan yleisön osallistumisen koodin paradigmalle (ks. luku 3.2). Aluksi yleisön osallistumista kuvaavia viit-

tauskategorioita oli yhteensä yhdeksän, mutta koodaamisen jälkeen näiden määrä laski kuuteen kategoriaan. Yleisön osallistumisen koodin paradigma koostuu siis kuudesta erilaisesta viittaustyyppistä, jotka on kuvattu kuvion 10 oikealla puolella.

Kuviossa 10 on esitetty myös paradigmaan kuuluvien viittaustyyppien muodostama syntagma. Viittaustyyppien osuudet perustuvat molempien tuotantokausien viittaustyyppien yhteen laskettuihin määriin, jotka on esitetty prosenttiosuuksien alla suluissa. Koska tuotantokausien määrälliset tulokset ovat samansuuntaisia, on yleisön osallistumisen koodin esittäminen tällä tavalla mahdollista. On hyvä huomata, että molempien tuotantokausien viittaustyyppien määrien keskiarvoista olisi muodostunut täsmälleen samanlainen jakauma. Viittaustyyppien määristä ei kuitenkaan ole mahdollista laskea yhdelle *Docventuresin* tuotantokaudelle tyypillisiä keskiarvoja, sillä tulokset vääristyivät ensimmäisen tuotantokauden pienemmän aineiston vuoksi. Tuotantokauden keskiarvojen laskemista varten analyysissä olisi pitänyt olla mukana myös ensimmäisen tuotantokauden kaikki jaksot.



Kuvio 10. Yleisön osallistumisen koodin syntagma (vasemmalla) ja paradigma (oikealla)

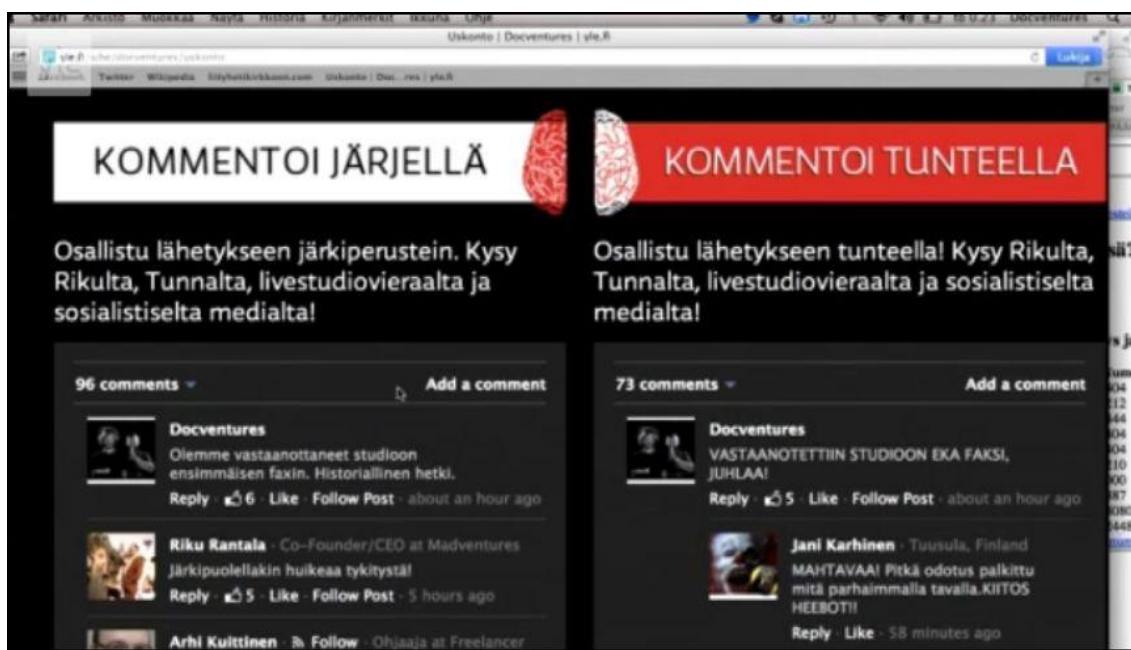
Docventuresin formaattiin kuuluva yleisön osallistumisen sääntely muodostaa edellä kuvatun syntagman, joka asettaa samalla rajat yleisön vallan representaatiolle. Pelkääntään se, että yleisön osallistuminen näkyy vain noin kolmasosassa *Docventuresin* tekijöiden hallinnoimista intermediaalisista viittauksista, rajoittaa ohjelmassa ilmenevää yleisön valtaa. Symbolisen vallan tavoittelu ilmenee ennen kaikkea taisteluna julkisuudesta ja näkyvyydestä (Seppänen & Väliverronen 2012: 179–188), minkä vuoksi yleisön vallan representaatio on kytköksissä ohjelmassa nähtävään yleisön osallistumisen määrään. Samoin yleisön osallistumisen sääntely eri moodeissa asettaa rajat yleisön vallan representaatiolle, koska eri moodit pystyvät kuvaamaan yleisön valtaa eri tavoilla. Voidaan todeta, että kaikki yleisön osallistumista kuvaavat intermediaaliset viittaukset ilmentävät yleisön julkisuudesta syntyvää valtaa jossain määrin, koska ne tuovat yleisön julkisuuteen. Silti tietyt viittaustyytit korostavat yleisön julkisuutta enemmän ja tuovat sitä esille eri tavoin kuin toiset viittaustyytit. Seuraavissa luvuissa käyn tarkemmin läpi moodien ja niissä esiintyvien intermediaalisten viittausten ominaispiirteitä, jotka vaikuttavat yleisön vallan representaatioon (ks. luvut 2.3 ja 3.2).

4.3 Yleisön valta graafisissa intermediaalisissa viittauksissa

Määrällisessä analyysissä selvisi, että lähes jokainen 266 graafisesta intermediaalisesta viittauksesta on suora lainaus. Maininnaksi luokiteltavia viittauksia löytyi vain viisi, joten ne ovat aineistolle epätyypillisiä. (Ks. luku 4.2.) Silti niistäkin voidaan löytää yleisön valtaa korostavia piirteitä, joita käsittelin luvussa 2.3. Kuva 1 on ruutukaappaus ensimmäisen tuotantokauden ensimmäisestä jaksosta, ja siinä näkyy samaan aikaan neljä mainintaa yleisön osallistumisesta.

Kuvassa 1 näkyy koko televisioruudun peittävä grafiikka *Docventuresin* internet-sivuilla olleista Facebook-feedeistä. Feedejä on kaksi: toinen on varattu yleisön järkeville kommenteille ja toinen tunteikkaammille kommenteille. Tässä tapauksessa molemmissa feedeissä näkyy kuitenkin enimmäkseen *Docventuresin* omia kommentteja, sillä ylimmät kommentit ovat *Docventuresin* lähettämiä ja vasemman puoleisen feedin toi-

siksi ylin kommentti on juontaja Riku Rantalan lähettämä. Katsojien lähettämät kommentit taas vievät ruudulla vähemmän tilaa ja vain toinen niistä näkyy kokonaan.



Kuva 1. Maininnan tasolla olevia graafisia intermediaalisia viittauksia *Docventuresin* ensimmäisen kauden Uskonto-jaksosta

Docventuresin ja Riku Rantalan lähettämät kommentit lasken kuitenkin viittauksiksi, jotka kuvaavat yleisön osallistumista, koska kommentit viestivät nimenomaan sitä, että yleisö on osallistunut ohjelman keskusteluun. Nämä intermediaaliset viittaukset ovat maininnan tasolla, koska ne ainoastaan kertovat yleisön jäsenen osallistuneen keskusteluun, eivätkä tarkenna mistä tuossa viestissä oli kysymys. Molemmissa *Docventuresin* kommentteissa viesti on sama, vaikka se onkin ilmaistu hieman eri tavoilla. Molemmat kommentit kertovat siitä, että tv-studioon on saapunut ensimmäinen yleisön lähettämä faksi. Tämä kertoo yleisön valinnanvapaudesta ja sen tuomasta vallasta. Faksin käyttäminen on nykyään harvinaista, mutta siitä huolimatta katsojat voivat osallistua lähetykseen faksilla. Rantalan kommentti puolestaan tukee yleisön valtaa, koska se asettaa yleisön positiiviseen valoon. Yleisön osallistumisen kutsuminen ”huikeaksi tykytykseksi” antaa yleisölle ehdottoman positiivista julkisuutta.

Neljäs maininnaksi luokiteltava viittaus on kuvan 1 alareunassa näkyvä kommentin alku, josta selviää kommentoijan henkilöllisyys nimen, osittaisen profiilikuvan ja ammatin muodossa. Tästä viittauksesta saa selville siis sen, että yleisön jäsen on osallistunut keskusteluun, mutta hänen viestinsä sisältöä ei näytetä muille katsojille, minkä vuoksi viittaus jää maininnan tasolle. Tosin on huomioitava, että yleisön valta näkyy tässä viittauksessa eri tavalla kuin edellä mainituissa esimerkeissä, vaikka kaikissa onkin kyse maininnan tasoisesta viittauksesta. Edellisissä esimerkeissä yleisön osallistumista kuvataan koko yleisön tasolla, kun taas tässä esimerkissä yleisön osallistumista kuvataan yhden tietyn henkilön kommentin avulla. Yleisön valta näkyy molemmissa tapauksissa, mutta eri tavoin. Koko yleisön osallistuminen korostaa yhteisöllisyydestä syntyvää valtaa, kun taas yhden yleisön jäsenen osallistuminen korostaa julkisuuden kautta saatua valtaa.

Kuvassa 1 näkyvät yleisön osallistumista kuvaavat intermediaaliset viittaukset eivät kuitenkaan ole tyypillisiä Docventuresille, kuten aineiston määrällinen analyysi osoitti. Docventuresin internet-sivujen näyttäminen ruudulla ei muutenkaan ole kovin useasti toistuva käytäntö ohjelmassa, joten kuvan 1 ilmentämä yleisön valta on melko sattumanvaraista. On todennäköistä, että kuvassa näkyvien Facebook-feedien sisältö ei ole merkittävästi vaikuttanut siihen, miksi juuri tuo ruutukaappaus näytettiin televisiossa. Toisin sanottuna Facebook-feedeissä olisivat luultavasti voineet olla yhtä hyvin jotkut muutkin kommentit kuin ne, jotka niissä nyt näkyvät.

Ruutukaappauksen tarkoitus on selvästi näyttää katsojille, että Docventures on aktiivinen myös internetissä, ja että ohjelmaan osallistuminen on mahdollista muun muassa tätä kautta. Voitaisiin siis sanoa, että ruutukaappauksen ideana on korostaa ohjelman intermediaalisuutta ja houkutella katsojia osallistumaan keskusteluun. Siksi yleisön valta on tässä ikään kuin sivuosassa. Ruutukaappauksen denotaatio ovat Docventuresin internet-sivut, ja ohjelmaa ympäröivä intermediaalisuus ilmenee konnotaation tasolla. Konnotaatio yleisön vallasta taas ilmenee pelkästään edellä käsitellyissä intermediaalisissa viittauksissa, jotka sisältyvät itse asiassa laajempaan intermediaaliseen viittaukseen eli itse ruutukaappaukseen internet-sivuista. Tällä tavoin tarkasteltuna yleisön valta ei ole tässä esimerkissä kovin suuressa roolissa. Lisäksi graafisten mainintojen ilmen-

tämä yleisön valta näyttää vaihtelevan viittausten välillä siten, että niille tyypillisiä konnotaatioita on hankala nimetä. Eniten yleisön valta kuitenkin näyttää ilmenevän yleisön julkisuutena ja valinnanvapautena.



Kuva 2. Ensimmäisen tuotantokauden Ihmiskunta-jaksossa esiintynyt graafinen intermediaalinen viittaus, joka on suora lainaus katsojan Twitter-komentista

Kuva 2 on ruutukaappaus ensimmäisen tuotantokauden viimeisestä jaksosta, jonka teema on Ihmiskunta. Kuvassa näkyvä intermediaalinen viittaus on monella tavalla tyypillinen sekä *Docventuresin* ensimmäiselle tuotantokaudelle että toiselle tuotantokaudelle. Ensinnäkin graafiset viittaukset, jotka kuvaavat yleisön osallistumista, on esitetty lähes yksinomaan tällaisessa muodossa: katsojan kommentti vie hetkeksi koko televisio-ruudun tilan siten, että tausta on kokonaan musta ja itse kommentti nostetaan valkoisella pohjalla taustan päälle. Tämän lisäksi ainoa ruudulla näkyvä merkki on televisiokanavan logo vasemmassa yläkulmassa.

Kuvassa 2 näkyvä katsojan kommentti ilmentää yleisön valtaa jo pelkästään edellä kuvatun muotonsa vuoksi. On merkittävää, että kommentti vie ruudulla hetkeksikin kaiken

tilan, sillä yhtä hyvin yleisön kommentit olisi voitu sijoittaa esimerkiksi ruudun alalaitaan. Tällöin ne olisivat vieneet ruudulla vähemmän tilaa ja samalla kuvaa studiosta ei olisi tarvinnut katkaista, vaan kommentit olisivat näkyneet ruudulla eräänlaisina lisäelementteinä. Tällainen käytäntö katsojien kommenttien näyttämisestä tuntuisi olevan tavallisempi ohjelmissa, joihin yleisö voi osallistua sosiaalisen median kautta. Näitä ovat esimerkiksi *Enbuske-Linnanahde Crew* ja *Kingi*. Tapa, jolla *Docventures* nostaa katsojien kommentit käytännössä ainoaksi samaan aikaan näkyväksi sisällöksi ruudulla, kasvattaa yleisön saamaa julkisuutta sekä korostaa yleisön valtaa.

Yleisön valta näkyy myös siinä, että katsojan alkuperäisen kommentin lisäksi myös hänen nimensä, nimimerkkinsä ja profiilikuvansa on sisällytetty intermediaaliseen viittaukseen. Näiden merkkien konnotaationa voidaan pitää sitä, että kuka tahansa voi saada kommenttinsa näkymään televisioruudulla täysin muuttumattomana. Tämä korostaa yleisön vaikutusmahdollisuuksien kautta syntyvää valtaa. Lisäksi kommenttinsa yhteydessä saa myös oman henkilöllisyytensä muiden katsojien tietoisuuteen, jolloin voi saavuttaa Ytrebergin (2009: 475) kuvaaman esiintymisen tilan. Nämä asiat kertovat yleisön vallasta, koska katsojat voivat helposti päästä ainakin hetkellisesti samaan asemaan julkisuudessa kuin ohjelman juontajat ja vieraat.

Kuvassa 2 näkyvä katsojan kommentti on muotonsa lisäksi tyypillinen myös sisällön suhteen, koska se kommentoi positiiviseen sävyyn illan teemaan kuuluvaa elokuvaa. Näin ollen kommenttia voidaan pitää kehuna koko ohjelmalle, sillä onhan illan dokumenttielokuvan valitseminen ohjelman tekijöiden vastuulla. Ruudulla näytetyt katsojien kommentit, jotka käsittelevät ohjelmaa, vaikuttaisivat olevan pääasiassa positiivisia. Illan dokumenttielokuvaa käsittelevät kommentit taas saattavat olla hieman kriittisempiä, mutta niissäkään ei nähdä äärimmäisen negatiivisia mielipiteitä. Tällainen kommenttien seulonta ei tue yleisön valtaa, koska siitä voi vetää johtopäätöksen, ettei yleisö saa aitoja mielipiteitään ohjelmassa esille – ainakaan silloin, jos mielipiteet ovat negatiivisia. Yleisön valtaa sen sijaan tukisi käytäntö, jossa ruudulla näytettäisiin ohjelmaa koskevia mielipiteitä laidasta laitaan.

Kolmas syy miksi kuvassa 2 näkyvää viittausta voidaan kutsua aineistolle tyypilliseksi, on media, johon viittaus kohdistuu. Analyysissa kävi selväksi, että graafisissa viittauksissa Twitter on selvästi eniten esiintyvä mediaorganisaatio, vaikka en selvittänytään tarkkoja määrällisiä tietoja yleisön käyttämistä medioista. Se, että yleisön kommentteja poimitaan huomattavan paljon Twitteristä, ei myöskään tue yleisön valtaa. Eri medioiden epäsuhtaisen jakautumisen konnotaationa voidaan pitää sitä, että yleisö ei ole täysin vapaa valitsemaan käyttämäänsä mediaa, sillä Twitteriä käyttävät katsojat ovat paremmassa asemassa kuin esimerkiksi Facebookia käyttävät katsojat. Sen sijaan yleisön valtaa tukisi asetelma, jossa katsojien kommentteja pääsisi ruudulle kaikista käytössä olevista medioista yhtä paljon.



Kuva 3. Toisen tuotantokauden Suomalaisuus-jaksossa esiintynyt graafinen viittaus, joka arvostelee *Docventuresia*

Kuvassa 3 näkyy harvinainen yleisön kommentti, joka arvostelee itse ohjelmaa. Kyseessä olevan jakson teemana on suomalaisuus, ja vieraina ovat Susanna Koski Kokoomusnuorista sekä Li Andersson Vasemmistonuorista. Vieraiden poliittisesta taustasta ja asemasta johtuen keskustelu etenee *Docventuresille* hieman epätavallisella tavalla, sillä

vieraat väittelevät avoimesti keskenään. Tavallisesti vieraat kohdistavat puheenvuoronsa pääasiassa ohjelman juontajille, eikä vastaavaa mielipide-eroista johtuvaa jännitettä synny, koska vieraiden argumentteja ei juurikaan kyseenalaisteta. Kuvassa 3 näkyvä katsojan kommentti siis viittaa tähän ohjelmassa esiintyvään epätavalliseen keskusteluasetelmaan ja siihen, että keskustelu on tainnut eksyä illan alkuperäisestä temasta eli suomalaisuudesta.

Tällaisen kommentin konnotaatio on, että yleisöllä on aidosti vapaus kommentoida ohjelmaa ja saada viestinsä vielä näkymään televisiossa. Tämä kyseinen intermediaalinen viittaus siis yksinään tukee yleisön vaikutusmahdollisuuksia ja valtaa, mutta kuten edellä totesin, tällaiset tapaukset ovat *Docventuresissa* harvinaisia. Vastaavanlaisia kriittisiä kommentteja ei ruudulla juurikaan näytetä. Esimerkiksi Tekopyhyys-jaksossa esiintyy muutama kriittinen kommentti, mutta tämä liittyy suoraan jakson teemaan eli tekopyhyteen, ja niinpä juontajat suorastaan kannustavat yleisöä kritisoimaan omaa tekopyhyttään.

Docventuresin varovainen linja kriittisten kommenttien näyttämisesä näkyy kuitenkin myös kuvan 3 viittauksessa, sillä kyseistä katsojan kommenttia voitaisiin luonnehtia hienovaraiseksi kritiikiksi. Katsoja ei sano negatiivista mielipidettään suoraan, vaan kriittinen kommentti on muotoiltu kysymykseksi, jonka negatiivisuus on ”luettava rivien välistä”. Saman asian olisi voinut ilmaista paljon tylymminkin, ja todennäköisesti tällaisia kommentteja on esiintynyt sosiaalisessa mediassa, mutta ne eivät ole päässeet televisioruudulle asti.

4.4 Yleisön valta auditiivisissa intermediaalisissa viittauksissa

Määrällisen analyysin perusteella voitaisiin sanoa, että yleisön vaikutusmahdollisuuksien kautta syntyvä valta ilmenee enemmän graafisissa kuin auditiivisissa viittauksissa, koska graafiset viittaukset ovat useammin suoria lainauksia (ks. luku 4.2). Silti tällaista yleisön valtaa voidaan pitää auditiivisissa viittauksissa suurempana siltä osin, että auditiiviset viittaukset ovat osa studiossa käytävää keskustelua ja usein myös vaikuttavat

merkittävästi keskustelun kulkuun. Koska Live-osuuden genre on keskusteluohjelma, on tämä seikka tärkeä yleisön vallan kannalta – vastaava tilanne syntyisi, jos yleisö saisi osallistua tilannekomedian vitsien luomiseen tai draaman tärkeimpien juonenkäänteiden päättämiseen. Graafisissa viittauksissa yleisön valta ei yllä tälle tasolle, sillä niissä esiintyvät kommentit eivät vaikuta studiossa käydyn keskustelun kulkuun. Graafisilla viittauksilla yleisö siis voi vaikuttaa pelkästään itseensä. Tämän vuoksi auditiivisissa viittauksissa yleisön mahdollisuudet vaikuttaa ohjelman sisältöön ovat suuremmat kuin graafisissa viittauksissa. Lisäksi auditiiviset viittaukset tukevat paremmin myös yleisön saamaa julkisuutta, koska televisionkatsojan ei tarvitse välttämättä *katsella* televisiota saadakseen viittauksen sisältämän viestin. Auditiivinen viittaus saavuttaa sellaisetkin yleisön jäsenet, jotka tekevät samalla jotain muuta, kun televisio on päällä.

Esimerkki (1) on ensimmäisen tuotantokauden Uskonto-jaksosta, ja siinä on litteroituna Tunna Milonoffin puheessa esiintyvä suora lainaus, jossa katsojan kommentti vie studiossa käydyn keskustelun uuteen suuntaan. Esimerkki on aineistolle tyypillinen, sillä suuri osa suorista lainauksista on Tunna Milonoffin ääneen lukemia.

- (1) Mä haluisin kysyä täältä yhden kysymyksen: ”Kun maailmanuskontojen rakenteita ja niiden ilmaantumista ja leviämistä maapallolla ylyteröi, ne on oikeastaan kaikki menestynyttä verkostomarkkinointia. Miten tällaisen havainnon jälkeen voi ajatella, että yksi niistä sattuis oleen oikeassa ja yksi väärässä? Meneekö esimerkiksi nuhteettomasti eläny muslimi, joka rukoilee viis kertaa päivässä toisennimistä jumalaa helvettiin? Viskaataanko hänet tulisella avokkaalla hornan kitaan?”

Tässä intermediaalisessa viittauksessa oleva katsojan kommentti on ohjelman keskustelun kannalta merkittävä, koska Milonoff esittää siinä esiintyvät kysymykset suoraan ohjelman vieraille. Vieras puolestaan pyytää Milonoffia vielä toistamaan kysymyksen, minkä jälkeen tämä lausuu kysymyksen uudestaan referoidusti epäsuorana lainauksena. Tämä tuo katsojan kommentille lisää painoarvoa, koska yleisö kuulee kysymyksen kahden kertaan. Lisäksi se vaikuttaa merkittävästi ohjelman keskusteluun, mikä korostaa yleisön valtaa.

Vaikka katsojan kommentti saakin studiossa käydyssä keskustelussa paljon huomiota osakseen, on huomioitava, että kommentin esittäjää ei ollenkaan nimetä. Sen sijaan Milonoff pohjustaa kommentin toteamalla pelkästään, että ”Mä haluaisin kysyä täältä yhden kysymyksen”. Kommentin esittäjä pysyy siis täysin anonyymina, eikä saa ollenkaan julkisuutta osakseen. Tässä suhteessa siis yleisön valtaa voidaan pitää tässä pienempänä kuin esimerkiksi graafisissa viittauksissa, joissa kommentin lähettäjän henkilöllisyys ilmoitetaan aina selvästi. Valinnanvapauden näkökulmasta yleisön valtaa on hankala pohtia, koska Milonoffin pohjustuksesta ei myöskään käy ilmi, minkä median kautta katsoja on lähettänyt kommenttinsa. Toisaalta median jättäminen mainitsematta viestii siitä, että käytetyllä medialla ei ole kommentin läpi saamisessa väliä, mutta toisaalta tällainen käytäntö myös sallii juontajille jonkun median suosimisen. Jos esimerkiksi kaikkien kommenttien kohdalla jätettäisiin käytetty media mainitsematta, voisi yleisö helposti elää siinä uskossa, että se voi käyttää vapaasti kaikkia medioita, vaikka todellisuudessa kaikki lähetykseen poimitut kommentit olisivatkin esimerkiksi Twitteristä.

Esimerkissä (2) on esitetty hieman erilainen tapaus, jossa on myös kyseessä suora lainaus. Esimerkki on toisen tuotantokauden Sankaruus-jaksosta, ja siinä on litteroituina Riku Rantalan ääneen lukema katsojan kommentti sekä siihen kuuluvat Rantalan omat alku- ja loppukommentit. Kuten edellä mainitsin, yleensä Tunna Milonoff on juontajista se, joka lukee katsojien kommentit suorina lainauksina, mutta ilmeisesti Rantala on vastuussa tällaisista faksin kautta tulleista kommentteista.

- (2) Ja Atte K. lähettää faksin temasta Sankaruus: ”Suurin ongelma nykyisessä some- ym. maailmassa on se, että joku ihminen nostetaan julkiseksi esikuvaksi sen sijaan, että emme huomaa arjen suuria sankareita. He ovat niitä, jotka omista lähtökohdistaan, omien mahdollisuuksiensa mukaan auttavat ilman korvausta muita ihmisiä.” Tästä varmasti keskustellaan myös tänään, vai mitä?

Julkisuuden tuoma yleisön valta on esimerkissä (2) suurempi kuin esimerkissä (1), koska tässä mainitaan selvästi lähettäjän nimi ennen viestin lukemista. Tosin kommentoijan nimi ei selviä muulle yleisölle täysin, koska hänen sukunimestään kerrotaan vain pelkkä alkukirjain. Todennäköisesti katsoja on kuitenkin halunnut itse jättää sukunimensä kertomatta, koska Rantalalla ei muuten olisi mitään järkevää syytä lyhentää sukunimeä

pelkäksi alkukirjaimeksi – mainitaanhan kommentoijien koko nimiä muutenkin ohjelmassa jatkuvasti. Yleisön vaikutusmahdollisuuksien tuoma valta taas näkyy tässä esimerkissä lähes samanlaisena kuin esimerkissä (1), sillä Rantala liittää katsojan kommentin osaksi keskustelua. Tosin tässä Rantalan toteava kysymys ”Tästä varmasti keskustellaan myös tänään, vai mitä?” on suunnattu lähinnä Milonoffille eikä ohjelman vieraille.

Yleisön valinnanvapaus näkyy esimerkissä (2) siten, että siinä mainitaan katsojan käyttämäksi mediateknologiaksi faksi, jonka käyttäminen ei nykyään ole enää tavallista. Valinnanvapaus ilmenee siis samalla tavalla kuin edellä tarkastellussa kuvassa 1. Se, että katsoja on lähettänyt ohjelmaan kommenttinsa faksilla, ja että se luetaan lähetyksessä sanasta sanaan, viestii että yleisö voi todella valita vapaasti käyttämänsä median. On kuitenkin todettava, että faksien lukeminen lähetyksessä on harvinaista verrattuna sosiaalisen median kautta tulleiden kommenttien määrään. Joskus ohjelmassa saattaa kuulua faksikoneen ääni, joka vihjaa katsojan lähettäneen kommentin faksilla, mutta harvemmin silloinkaan kommenttia luetaan lähetyksessä. Isojen faksinippujen seulominen kesken ohjelman keskustelun ei kai tulisikaan kysymykseen, koska se häiritsisi liikaa keskustelun sujuvaa etenemistä. Faksin kautta kommentoiminen ohjelmassa ei vaikutakaan yhtä sujuvalta kuin sosiaalisen median kautta kommentoiminen, mikä osaltaan heikentää kuvaa yleisön valinnanvapaudesta. Kunkin käytössä olevan median kautta kommentoimisen pitäisi olla yhtä sujuvaa, jotta yleisöllä olisi oikeasti valtaa päättää itse mitä mediaa käyttää.

Esimerkissä (3) on litteroituna katkelma Riku Rantalan puheesta ensimmäisen kauden Musiikki-jaksosta. Esimerkissä esiintyy intermediaalinen viittaus, joka on epäsuora lainaus ja näin siis erilainen luonteeltaan kuin edelliset esimerkit. Tässä esimerkissä esiintyvä katsojan kommentti viittaa siihen, kuinka aiemmin saman illan lähetyksessä joukko krishnoja tuli laulamaan studioon, mikä teki ohjelman juontajiin suuren vaikutuksen.

- (3) Joku kysyi täällä Twitterissä sarkastisen huumorin taikka terävän kommentin säväyttämänä, että että tota mitä jos ois tullu kristityt laulamaan virsiä, että oltaisko oltu yhtä vaikuttuneita. Väitän, että olisimme, kyllä.

Julkisuuden tuoma yleisön valta on tässä viittauksessa heikkoa, koska kommentin lähettäjä jää täysin anonyymiksi Rantalan viitatessa häneen pronomiinilla ”joku”. Muulle yleisölle tämä tarkoittaa sitä, että kommentin lähettäjä voi olla ihan kuka tahansa. Vaikutusmahdollisuuksien näkökulmasta yleisön valta on kuitenkin vahvaa, koska katsojan kommentti vaikuttaa keskusteluun, ja katsoja saa kysymykseensä selvän vastauksen.

Silti epäsuorat lainaukset ovat aina vähemmän yleisön valtaa tukevia kuin suorat lainaukset, koska epäsuorissa lainauksissa on suurempi mahdollisuus alkuperäisen viestin vääristymiselle. On mahdollista, että Rantalan referoima kommentti esimerkissä (3) on alun perin sisältänyt jotain muutakin kuin pelkän referoidun kysymyksen. Tähän viittaisi se, että Rantala toteaa kommentin esitettyksi ”sarkastisen huumorin taikka terävän kommentin säväyttämänä”. Kysymys on siis esitetty ainakin leikkimielisesti arvostellen ohjelman juontajien arvomaailmaa, mutta tällä tavalla referoiden kysymyksen sarkasmi ja ”terävyys” vaikuttaa laimennetulta. Varsinkin Rantalan nopea ja tyhjentävä vastaus kysymykseen syö kysymyksen vaikuttavuutta, koska näin katsojan kritiikki voidaan todeta saman tien aiheettomaksi.

Katsojan kysymys ilmentää sinänsä yleisön valtaa, että siinä on juontajiin kohdistunut kriittinen sävy, joka tukee mielikuvaa aidoista vaikutusmahdollisuuksista. Edellä mainitusta Rantalan nopeasta vastauksesta voi kuitenkin tehdä myös toisen suuntaisia johtopäätöksiä. Se, että Rantalalla on yksinkertainen vastaus jo valmiina, saattaa kertoa siitä, että yleisön mahdollisuudet kritiikin antamiseen ovat vain näennäisiä. Yleisön valtaa olisi tukenut enemmän sellaisen kriittisen kysymyksen esittäminen, johon Rantala ei olisi pystynyt suoralta kädeltä vastaamaan, koska se kertoisi, että yleisöllä on oikeasti valta vaikuttaa ohjelmaan haluamallaan tavalla. Esimerkistä (3) tulee ennemmin sellainen vaikutelma, että kriittisetkin kommentit tulevat lähetykseen tietyn sensuurin läpi. Jos niitä ei pystytä käsittelemään nopeasti ja kääntämään keskustelua ohjelman eduksi, kommentit eivät pääse lähetykseen.

Esimerkissä (4) on litteroituna Milonoffin puheesta katkelma, jossa myös on kyse epäsuorasta lainauksesta. Esimerkki on toisen tuotantokauden Totuus-jaksosta, ja siinä

esiintyvä kysymys viittaa aiemmin nähtyyn *War Photographer* –elokuvaan ja illan toisen vieraan, kuvajournalisti Meeri Koutaniemen, työnkuvaan.

- (4) Täällä... täällä täällä moni on kysynyt, moni on kysynyt että millä, miten miten miten tommosessa tilanteessa voi pitää omat tunteet piilossa, ku ollaan tommosis rankoissa tilanteissa. Miten sä toimit siellä?

Vaikka myös esimerkissä (4) on kyseessä epäsuora lainaus, on siinä ilmenevä yleisön valta melko erilaista kuin esimerkissä (3). Edellisen esimerkin tapaan myöskään tässä tapauksessa yleisön valta ei ilmene henkilökohtaisen julkisuuden saavuttamisena, koska kysymystä ei liitetä kehenkään tiettyyn henkilöön. Sen sijaan Milonoff toteaa, että ”moni on kysynyt”, mikä korostaa yhteisöllisyyteen liittyvää yleisön valtaa. Tässä yleisö nähdään yhtenäisenä joukkona, joka on kiinnostunut samasta asiasta. Yksittäinen katsoja, joka on lähettänyt Milonoffin mainitseman kysymyksen, saa siis valtaa pikemminkin yhteenkuuluvuuden tunteesta kuin henkilökohtaisesta julkisuudesta. Edellä kuvatuissa suorissa lainauksissa yleisö ei pysty saavuttamaan tällaista yhteisöllisyyteen pohjautuvaa valtaa, koska niissä kommentti on osoitettu jonkun tietyn henkilön sanomaksi.

Edellisen esimerkin tapaan myös esimerkissä (4) on merkkejä, jotka viittaavat alkupe räisen viestin sisällön mahdolliseen vääristymiseen. Milonoff toistaa puheessaan samoja sanoja ”täällä” ja ”miten”, mikä tarkoittaa, että hän muotoilee esittämäänsä ajatusta itse. Lisäksi kysymyksen aloittava ”miten” on aluksi ”millä”, mikä myös voidaan tulkita ajatuksen muotoilemiseksi. Se, että ajatus on Milonoffin itse muotoilema, on havaittavissa myös sanamuotojen puhekielisydestä: ”– – *ku ollaan tommosis rankoissa tilanteissa. Miten sä toimit siellä?*” Tässä katsojien esittämä kysymys sulautuu Milonoffin omaan ajatteluun ja muuttuu ainakin osittain hänen esittämäkseen kysymykseksi. Mitä enemmän katsojien kommentteja muotoillaan uusiksi omin sanoin, sitä vähemmän niissä näkyy yleisön valta, koska silloin yleisö ei ole saanut välttämättä vaikuttaa ohjelmaan haluamallaan tavalla.

On tietysti myös mahdollista, että Milonoff muotoilee yleisön esittämän kysymyksen niin tarkasti, että viestin sisältö pysyy suhteellisen vääristymättömänä. Siinä tapauksessa esimerkki (4) ja sitä seurannut keskustelu studiossa ilmentävät vahvasti yleisön valtaa.

Milonoff nimittäin suuntaa esimerkin lopussa olevan kysymyksen ”Miten sä toimit siellä?” suoraan illan toiselle vieraille, kuvajournalisti Meeri Koutaniemelle. Tähän Koutaniemi esittää pohdiskelevan vastauksen, joka omalta osaltaan vie keskustelua uusille urille. Mikäli yleisö siis on alun perinkin miettinyt, miten Koutaniemi toimii työssään, näkyy tässä selvästi yleisön vaikutusmahdollisuuksien kautta saama valta. Yleisö saa Koutaniemeltä haluamansa vastauksen ja lisäksi sitä kautta ohjattua studiossa käytävää keskustelua uuteen suuntaan.

Valinnanvapauden tuomaa valtaa ei juuri ilmene esimerkissä (4), sillä Milonoff viittaa yleisön käyttämään mediaan pelkästään sanalla ”täällä”, jolla hän selvästi tarkoittaa sosiaalista mediaa. Jää kuitenkin epäselväksi onko kyse esimerkiksi Twitteristä, Facebookista vai näistä molemmista. Tilanne on siis samanlainen kuin esimerkissä (1), eli yleisön valinnanvapaudesta on hankala tehdä mitään tulkintoja.

Esimerkki (5) on jälleen luonteeltaan erilainen kuin edelliset esimerkit, sillä siinä on litteroituna maininnan tasolle jäävä viittaus kontekstissaan. Katkelma on litteroitu Rantalan puheesta, ja se on ensimmäisen tuotantokauden Musiikki-jaksosta. Intermediaalinen viittaus, jossa on kyse yleisön osallistumisesta ja joka on analyysin kohteena, on esimerkin kohta ”olette jo osallistuneetkin aktiivisesti yhteisöllisen median kautta”. Esimerkin muutkin kohdat luokitellaan intermediaalisiksi viittauksiksi, mutta niissä ei ole kyse yleisön osallistumisesta, vaan pikemminkin yleisön houkuttelemisesta osallistumiseen.

- (5) Osallistukaa tekin, olette jo osallistuneetkin aktiivisesti yhteisöllisen median kautta. Siellä yle.fi/docventures löytyy kaikki Facebook-linkit, shoutboxit ja Twitter-hashtagi, joka on tietenkin docventures. Kommentoikaa, keskustelkaa, heittäkää tänne studioon kysymyksiä.

Julkisuuden näkökulmasta tässä maininnassa ilmenevä yleisön valta jää samalle tasolle kuin esimerkissä (4), sillä yleisön osallistumista ei liitetä kehenkään tiettyyn henkilöön tai henkilöihin, ja ainoastaan yleisö kokonaisuutena saa julkisuutta osakseen. On kuitenkin olennaista huomata, että Rantala esittää jälleen yleisön osallistumisen positiivisena asiana. Sekä ennen analysoitavaa intermediaalista viittausta että sen jälkeen Rantala

kehottaa ponnekkaasti yleisöä osallistumaan keskusteluun, joten yleisön osallistuminen nähdään ohjelmassa selvästi tavoiteltavana asiana. Tässä kontekstissa viittaus ”olette jo osallistuneetkin aktiivisesti yhteisöllisen median kautta” siis näyttäytyy kehuna yleisölle, koska se on hoitanut tehtävänsä mallikkaasti. Vaikka yleisön valta julkisuuden näkökulmasta ei olekaan kovin vahva, on tärkeää huomata että se julkisuus, jonka yleisö tässä viittauksessa saavuttaa, on ehdottoman positiivista. Vaikuttaa muutenkin siltä, että juontajat puhuvat yleisön osallistumisesta positiiviseen sävyyn herkemmin, kun kyseessä on koko yleisön osallistuminen. Sen sijaan yksittäisten katsojien kommentteja ei yhtä helposti nosteta jalustalle, mikä luo kuvaa yleisön jäsenten keskinäisestä tasa-arvosta ja yhteisöllisyydestä.

Maininnan tasolla olevat viittaukset eivät ilmennä vahvasti yleisön vaikutusmahdollisuuksia, koska tällaisilla viittauksilla ei ole yleensä merkittävää vaikutusta ohjelman kulkuun. Yleisesti ottaen maininnat vaikuttavat ohjelman kulkuun ainoastaan siten, että ne itsessään keskeyttävät studiossa käydyn keskustelun. Ne eivät kuitenkaan vaikuta keskustelun kulkuun samalla tavalla kuin sellaiset suorat tai epäsuorat lainaukset, joiden pohjalta juontajat ja vieraat jatkavat keskusteluaan. Auditiiiviset maininnat ovat siten tässä suhteessa rinnastettavissa graafisiin viittauksiin, koska ne jäävät ohjelman kulussa helposti pelkiksi huomautuksiksi. Graafiset viittaukset keskeyttävät studiosta näkyvän kuvan, kun taas auditiiiviset maininnat keskeyttävät studiossa käydyn keskustelun. Mainintojen kohdalla tämä pelkäsi huomautukseksi jääminen johtuu luultavasti siitä, että maininnoilla ei ole samanlaista sisältöä kuin suorilla tai epäsuorilla lainauksilla. Mainintojen viestillinen sisältö on nimittäin yksinkertaistettuna se, että yleisö tai yleisön jäsen on osallistunut keskusteluun. On järkeenkäypää, miksi tällainen viesti ei herätä studiossa samanlaista keskustelua kuin sellainen suora tai epäsuora lainaus, jonka sisältö koskee esimerkiksi illan teemaa. Mainintoja koskevia kommentteja esiintyy keskustelussa lähinnä silloin, kun yleisön osallistumisen taso on saavuttanut jonkin merkittävän pisteen (kuten sen, että ohjelman Facebook-sivu on saanut suuren määrän tykkäyksiä).

Valinnanvapauden näkökulmasta yleisön valta ilmenee viittauksessa ennen kaikkea sen kontekstin kautta. Viittauksessa mainitun ”yhteisöllisen median” on tietysti mahdollista yksinäänkin tulkita tarkoittavan useaa eri mediaa, mutta parhaiten tämä määritelmä

avautuu viittauksen jälkeen tulevan virkkeen kautta. Lause ”Siellä yle.fi/docventures löytyy kaikki Facebook-linkit, shoutboxit ja Twitter-hashtagi” määrittelee, mitä Rantala tarkoittaa yhteisöllisellä medialla. Siitä käy myös ilmi, että yleisöllä on vapaus valita, minkä median kautta se osallistuu ohjelman keskusteluun. Myös valinnanvapauden tuoma valta on siis läsnä tässä viittauksessa, mutta se on tulkittavissa pääasiassa viittauksen kontekstin avulla.

Esimerkin (5) viittauksessa näkyy myös yhteisöllisyyden tuoma valta, sillä jo pelkästään ilmaus ”yhteisöllinen media” viittaa yleisön hallitsemaan ja yleisöä voimaannuttavaan joukkoviestintään. Se, että tämän yhteisöllisen median kautta tapahtuva osallistuminen on myös aktiivista, korostaa entisestään yleisön yhteisöllistä valtaa. Yleisö siis nähdään aktiivisesti toimivana kokonaisuutena, joka ajaa yhteistä asiaa. Esimerkin (6) maininnan tasolla olevassa viittauksessa yhteisöllisyyden tuoma valta on kenties vielä vahvempi, vaikka yhteisöllisyyttä ei mainitakaan suoraan.

- (6) Tulkaa mukaan kummien toimintaan. Siellä on jo kymmenentuhatta kummiä tullut tänään messiin, huikee määrä, ja kymmeniä rahalahjoituksia tehty hyvinvointivaltion puolustamiseksi.

Esimerkki (6) on litteroitu katkelma Rantalan puheesta toisen tuotantokauden Aktivismi-jaksosta. Siinä Rantala kannustaa yleisöä osallistumaan ohjelman viikon aktivismiin, joka on internet-sivusto hyvinvointivaltionkummit.fi. Hyvinvointivaltion kummit -aktivismin ideana oli adressin tapaan kerätä yhteen ihmisiä, jotka haluavat nostaa tietoisuutta hyvinvointivaltion periaatteiden vastaisesta politiikasta. Lisäksi aktivismi antoi yleisölle mahdollisuuden lahjoittaa rahaa suoraan valtiolle hyvinvointivaltion olemassaolon tukemiseksi.

Kuten esimerkissä (5) myös tässä esimerkissä Rantala sekä kannustaa yleisöä osallistumaan että kertoo, kuinka aktiivisesti yleisö on jo osallistunut. Tässäkin yleisön osallistuminen nähdään siis positiivisena ja tavoiteltavana asiana, joten viittaus tuo yleisölle positiivista julkisuutta ja siten valtaa. Yhteisöllisyyden tuoma valta on esimerkissä (6) vahva, koska siinä kerrotaan todella suuren ihmismäärän osallistuneen viikon aktivismiin. Toisin sanoen samaa asiaa ajaa niin suuri yhteisö, että sillä voi oikeasti olla jo

yhteiskunnallistakin merkitystä. Myös yleisön antamat rahalahjoitukset kertovat yhteisöllisestä vallasta, sillä ne korostavat yleisön uskoa yhteisön voimaan. Pienelläkin rahalahjoituksella voi olla suuri merkitys, jos tarpeeksi moni ihminen osallistuu lahjoitukseen. Samalla tämä intermediaalinen viittaus kuvaa yleisön vaikutusmahdollisuuksia ja sitä kautta saatua valtaa. Tosin tässä vaikutusmahdollisuudet kohdistuvat yhteiskunnallisten asioiden ajamiseen, eivätkä itse ohjelman sisältöön.

4.5 Yleisön valta audiograafisissa intermediaalisissa viittauksissa

Yleisön valtaa voidaan pitää suurimpana tapauksissa, joissa on kyse audiograafisesta intermediaalisesta viittauksesta. Audiograafisissa viittauksissa yhdistyvät edellä tarkasteltujen suorien lainausten graafiset ja auditiiviset ominaisuudet, joten myös niissä ilmenevä yleisön valta on kaksin verroin vahvempaa. Audiovisuaaliset viittaukset eivät jää katsojalta helposti huomaamatta, sillä usein nämä viittaukset esiintyvät graafisessa ja auditiivisessä moodissa täysin samaan aikaan.

Alla kuvattu audiograafinen intermediaalinen viittaus on ensimmäisen tuotantokauden Uskonto-jaksosta. Esimerkissä (7) on litteroitu katsojan kommentti Tunna Milonoffin lukemana, ja saman kommentin ruudulla näkynyt versio näkyy kuvassa 4.

- (7) Krista Paasikallio kysyy: ”Vaikka Kumaren päähenkilö onkin keksitty tyyppi, niin onko sillä oikeastaan väliä uskomisen kautta uskonnon näkökulmasta, verrataan esim. Jeesukseen? Eikö tärkeintä ole se mitä ihminen siitä saa, oli se niin sanotusti totta tai ei?”

Esimerkkiä (7) ja kuvaa 4 verratessa voidaan hyvin nähdä, kuinka Milonoff lukee äänen katsojan kommentin lähes sanatarkasti. Ainoa asia, jota hän ei sano, on kommentin alussa oleva tervehdys ”Moikkamoi”. Vaikka tervehdys ei ole sisällöllisesti tässä merkittävässä roolissa, niin ei se ole täysin merkityksetönkään. Tervehdyksen muoto viestii epävirallisuutta ja rentoutta, jotka eivät ilmene missään muualla katsojan kommentissa. Tervehdyksen pois jättäminen tekee kommentista siis kokonaisuudessaan virallisemmän ja vakavamman kuuloksen.



Kuva 4. Uskonto-jaksossa esiintyneen audiograafisen viittauksen graafinen osa

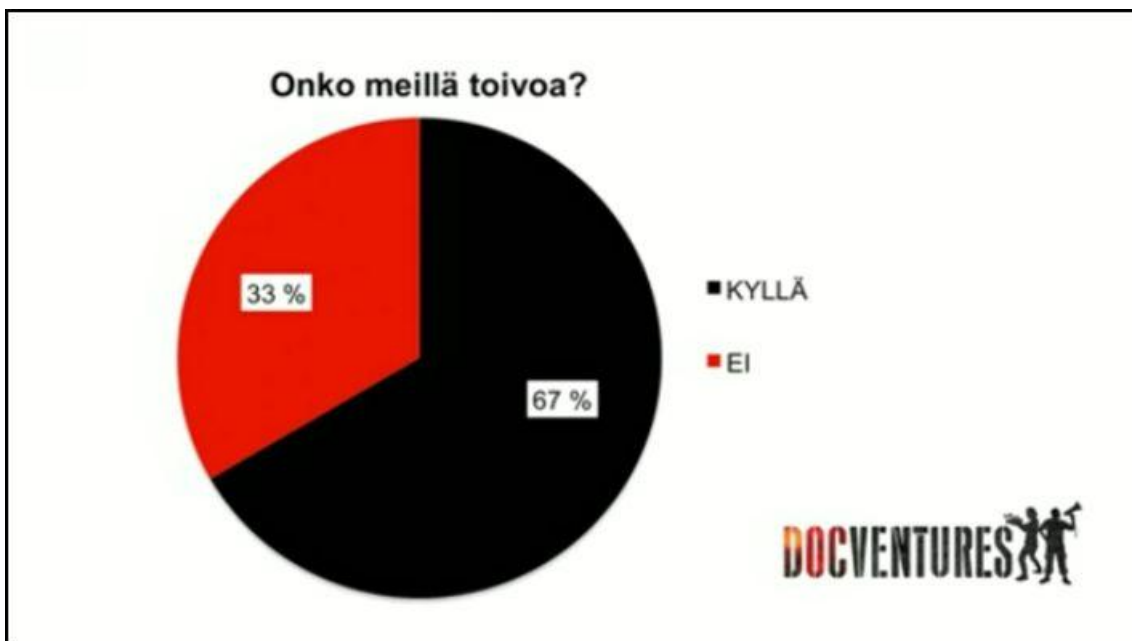
Tällainen audiograafisten viittausten tarkastelu avaa suorien lainausten analyysiin uuden näkökulman. Tämä osoittaa, että auditiivisten suorien lainausten sanatarkasta muodosta ei voida koskaan olla täysin varmoja. Ääneen lausutut suorat lainaukset on helppo tunnistaa juontajan muun puheen joukosta (sillä juontajat lukevat suorat lainaukset katsoen samalla tablettitietokoneitaan), mutta niihin pitää kuitenkin suhtautua kriittisesti. Suoran lainauksen merkitys saattaa muuttua pelkästään sen vuoksi, että lainaus ei sisällä alkuperäistä viestiä kokonaisuudessaan. Lisäksi ääneen lausuttu suora lainaus on aina altis juontajan tekemille virheille, sillä juontaja saattaa esimerkiksi vahingossa lausua jonkin sanan väärin. Siksi yleisön vaikutusvalta on tältä osin suurempi graafisissa suorissa lainauksissa, koska niissä näytetään alkuperäinen viesti täysin muuttumattomana.

Tervehdyksen pois jättämisestä huolimatta esimerkki (7) ja kuva 4 ilmentävät yleisön valtaa. Julkisuuden näkökulmasta yleisön valta korostuu erityisesti siinä, että kommentin lähettäjän henkilöllisyys paljastuu sekä auditiivisessä että graafisessa moodissa. Tapaus korostaa myös kuvaa yleisön vaikutusmahdollisuuksista, koska intermediaalinen viittaus vaikuttaa auditiivisessä moodissa studion keskusteluun ja kertautuu graafisessa

moodissa, jolloin vaikutus yleisöön on kaksinkertainen. Lisäksi viittaus tukee valinnanvapauden kautta saatua yleisön valtaa, koska viittauksen graafisen osan typografiasta voidaan tunnistaa, että kommentti on lähetetty Facebookin kautta. Audiograafisissa viittauksissa käytetyt mediat vaihtelevatkin selvästi enemmän kuin esimerkiksi graafisissa suorissa lainauksissa, joissa käytetty media on useimmiten Twitter. Medioiden vaihtelu korostaa yleisön valinnanvapautta ja sen tuomaa valtaa.

Esimerkissä (8) ja kuvassa 5 on esitettyä edelliseen esimerkkiin verrattuna hieman erilainen audiograafinen viittaus ensimmäisen tuotantokauden Ihmiskunta-jaksosta. Kyseessä on viikon aktivismin eli tässä tapauksessa gallupin tuloksen esittely, jonka hoitaa Tunna Milonoff.

- (8) Mitäs meidän viikon aktivismi näyttää tällä hetkellä? Pyöräyttäkääs se sieltä ruudulta... Onko meillä toivoa? Tällä hetkellä kuuskymmentseitsemän prosenttia sanoo, että *on* toivoa, mahtavaa! Se tarkoittaa sitä, että toivoa on, koska ihmiset niin sanoo.



Kuva 5. Ihmiskunta-jaksossa esiintyneen audiograafisen viittauksen graafinen osa

Tämä intermediaalinen viittaus on myös suora lainaus, mutta kuitenkin erilainen kuin edellinen esimerkki, koska tässä ei ole kyse yksittäisen katsojan viestistä. Sen sijaan viittauksen viesti muodostuu ison katsojajoukon mielipiteistä, eli viesti edustaa yleisön vastausta gallup-kysymykseen. Viittaus on epätyypillinen, koska suorissa lainauksissa on lähes aina kyse yhden henkilön kommentista. Tässäkin tapauksessa viittaus on kuitenkin luokiteltavissa suoraksi lainaukseksi, koska se esittää katsojien kommentit ”sana-tarkasti”. Gallupissa katsojat voivat vastata kysymykseen kyllä tai ei, ja ruudulla näkyvä ympyrädiagrammi kuvaa kommentit prosenttiyksikön tarkkuudella.

Yleisön vallan kannalta viittauksessa on tärkeintä sen viestimä yhteisöllisyys, mikä on myös epätyypillistä suorille lainauksille. Kuvassa 5 näkyvä ympyrädiagrammi kuvaa sitä, että jokainen äänestykseen osallistunut on samanarvoinen, koska äänestäjiä ei henkilöidä mitenkään. Tässä viittauksessa yleisö siis nähdään demokraattisena yhteisönä, jossa kaikilla on mahdollisuus äänestää, ja lopulta enemmistön näkemys ”voittaa”. Ympyrädiagrammi kuvaa enemmistön mielipiteen suuremmalla ympyrän osalla, joka voidaan tulkita enemmistön vallaksi. Sen lisäksi, että viittaus vahvistaa yleisön valtaa, se siis myös jakaa yleisön kahtia. Tällä tavoin se osoittaa, että samoin ajattelevalla yleisön enemmistöllä on vielä erityistä valtaa, koska enemmistö saa enemmän näkyvyyttä.

Enemmistön valta näkyvyyden kannalta näkyy myös viittauksen auditiiivisessa osassa, sillä Milonoff lausuu ainoastaan enemmistön mielipiteen. Lisäksi hän ilmaisee positiivisella ”mahtavaa”-kommentillaan, että hän on samaa mieltä yleisön enemmistön kanssa. Tämä positiivisuus yhdistyy samalla tuon yleisön osan saamaan julkisuuteen. Lisäksi Milonoffin toteamus ”Se tarkoittaa sitä, että toivoa on, koska ihmiset niin sanoo” korostaa enemmistön mielipiteen oikeellisuutta ja siten enemmistön valtaa. Vaikka yleisö nähdäänkin viittauksessa kahtia jakautuneena, viittauksen viesti on silti tulkittavissa koko yleisön valtaa korostavaksi. Viittaus kertoo, että jokaisella on mahdollisuus halutessaan saada äänensä kuuluviin ja vaikuttaa asioihin, vaikka tässä tapauksessa vaikuttaminen tapahtuukin vain kyllä- ja ei-vastausten muodossa. Tämä viittaus siis painottaa yhteisön merkitystä, koska sekä näkyvyyden että vaikutusvallan saavuttamiseksi yleisön on päästävä yhteisymmärrykseen ja toimittava yhteisen asian puolesta.

Esimerkki (9) ja kuva 6 ovat toisen tuotantokauden Korruptio-jaksosta. Niissä on esitettyä audiograafinen viittaus, joka on Tunna Milonoffin lukema suora lainaus.

- (9) Petri Lampila kysyy: ”Onko korruptiosta täysin vapaa yhteiskunta edes mahdollinen?” Mitä sanot tähän Venla?



Kuva 6. Audiograafisen viittauksen graafinen osa toisen tuotantokauden Korruptio-jaksosta

Tämän esimerkin suora lainaus on edellisiä selkeämpi tapaus, koska Milonoff lukee alkuperäisen viestin sanasta sanaan. Tästä voidaan huomata, kuinka joskus myös auditiiviset suorat lainaukset ovat täysin sanatarkkoja. Tässä tapauksessa Milonoffin tarkka lainaus saattaa johtua katsojan kommentin lyhyestä ja ytimekkästä muodosta, koska kysymyksessä ei ole oikeastaan mitään minkä voisi jättää sanomatta. Yleisön vaikutusvalta näkyy viittauksessa siis vahvana, koska katsojan kysymys toistetaan televisiossa sanasta sanaan oikein sekä visuaalisesti että auditiivisesti. Auditiivisessä moodissa yleisön vaikutusvaltaa korostaa vielä Milonoffin jatkokysymys, joka ohjaa katsojan kysymyksen ohjelman vieraalle. Näin katsojan kysymys vaikuttaa merkittävästi ohjelman

sisältöön, ja siten korostaa yleisön valtaa. Auditiiivisen ja graafisen moodin yhteisvaikutus tosin ei ole tässä viittauksessa vahvin mahdollinen, koska viittaus ei esiinny moodeissa täysin samaan aikaan, vaan viittauksen graafinen osa tulee vasta auditiiivisen osan jälkeen.

Julkisuuden tuoma valta esiintyy tässä viittauksessa siten, että kommentin lähettäjän nimi tulee molemmissa moodeissa ilmi. Lisäksi viittauksen graafisessa osassa näkyy kommentoijan Facebook-profiilikuva, eli kysymyksen lähettäjä ei ole kuka tahansa Petri Lampila, vaan juuri tuohon kuvaan yhdistettävissä oleva henkilö. Kyseessä oleva media taas selviää pelkästään viittauksen graafisessa osassa, koska Milonoff ei sano ohjelman tulleen Facebookista. Kommenttia ennen Milonoff tosin lukee toisen kommentin ja toteaa, että ”sosiaalisessa mediassa kysellään paljon”. Auditiiivisessä moodissa siis todetaan kysymyksen tulleen sosiaalisesta mediasta, ja vasta viittauksen graafinen osa tarkentaa mediaksi Facebookin. Tämä eroavaisuus havainnollistaa hyvin, että auditiiivisissä viittauksissa kommentin tarkka alkuperä jää helposti hämärän peittoon, kun taas graafisissa viittauksissa se tulee automaattisesti selville. Näyttää siis siltä, että yleisön valinnanvapauden tuoma valta tulee varmemmin esille graafisissa viittauksissa, koska kommentoijan valitsema media on aina luettavissa viittauksesta. Tässä käytetty media eli Facebook tukee jälleen yleisön valinnanvapautta samalla tavoin kuin kuvassa 4.

Esimerkissä (10) ja kuvassa 7 on esitettyä toisen tuotantokauden Totuus-jaksosta erikoinen audiograafinen viittaus, jossa yleisön jäsen pääsee kommentoimaan illan teemaa videon muodossa. Esimerkin alkuosassa Rantala pohjustaa näytettävää videota, ja lopuosa havainnollistaa videon ääniraitaa. Kuva 7 on kuvakaappaus videosta, jossa Sami Kuusela kuvaa itseään.

- (10) Rantala: ”Eli mehän pyydettiin viikon aktivismissa ihmisiä lähettämään meille parhaaseen tubetustyyliin omia näkökulmiaan totuudesta ja tän seuraavan vierailevan totuuden meille kertoo... se liittyy siis ensinnäkin todellakin ajankohtaiseen uutiseen, sosiaaliseen mediaan, ja sen kertoo meille konsultti, toimittaja ja startup-guru Sami Hupparihörhö Kuusela.”

Sami Kuusela: ”Liityin viime viikolla Facebook-ryhmään, jonka nimi on Venäjän troliarmeija – ”



Kuva 7. Totuus-jaksossa yleisö sai lähettää kommenttejaan YouTube-videoiden muodossa

Tässä audiograafisessa viittauksessa yleisön julkisuus ja vaikutusmahdollisuudet ilmenevät vahvempina kuin missään edellä esitellyssä esimerkkitapauksessa. Ensinnäkin kommentoijan henkilöllisyys selviää Rantalan puheesta, minkä lisäksi hänen kasvonsa pääsevät televisioon koko ruudun peittävän videon muodossa. Toiseksi kommentin lähettäjä pystyy vaikuttamaan merkittävästi ohjelman kulkuun, sillä hänen kommenttinsa on jonkin aikaa ainoa ohjelmassa näkyvä ja kuuluva sisältö. Lisäksi tämä viittaus eroaa muista audiograafisista suorista lainauksista siten, että tämän viittauksen auditiivinen osuus on itse kommentoijan lausuma. Näin auditiivinen osuus esiintyy ohjelmassa täysin vääristymättömänä.

Tämä audiograafinen viittaus korostaa yleisön valtaa myös valinnanvapauden näkökulmasta, sillä kommentoijan käyttämä media on *Docventuresissa* harvoin näkyvä YouTube. Viittaus osoittaa, että ohjelman tekijät yrittävät ottaa ohjelmaan mukaan myös sellaisia sosiaalisia medioita, joiden käyttö ei ole televisiossa kovin tavallista. Toisin sanoen viittaus kuvaa, kuinka tämän kyseisen jakson viikon aktivismi palvelee myös sitä yleisön osaa, joka käyttää mielellään YouTubea.

Yhteisöllisyyden tuomaa valtaa ei ilmene tässäkään suorassa lainauksessa. Päinvastoin tämä audiograafinen intermediaalinen viittaus kuvaa yleisön hajaantuneisuutta ja jäsenen keskinäistä epätasa-arvoa, koska videokommentin lähettäjä on ”konsultti, toimittaja ja startup-guru”. Viittaus siis viestii, että kuka tahansa ei voi saada videokommenttiaan lähetykseen, vaan kommentin lähettäjällä tulee olla tietty ammatillinen status. Tämä tulkinta saa tukea kahdesta muusta lähetykseen poimitusta videokommentista, joista toisessa puhuu uutispalvelu Verkkomedian päätoimittaja Janus Putkonen ja toisessa kirjailija, filosofian tohtori ja Skepsis ry:n varapuheenjohtaja Tiina Raevaara. Niin sanottujen tavallisten katsojien videokommentteja taas ei näytetä ohjelmassa ollenkaan, mikä heikentää kuvaa yleisön yhteisöllisyydestä. Lisäksi tämä heikentää kuvaa yleisön vaikutusmahdollisuuksista, sillä viittauksesta voidaan päätellä, että ohjelmaan vaikuttaminen vaatii kommentoijalta tietyn ammatillisen statuksen.

4.6 Analyysin ulkopuolelle jäänyt yleisön valta

Docventuresin Live-osuuksissa on edellä analysoitujen intermediaalisten viittausten lisäksi muitakin yleisön valtaa korostavia intermediaalisia viittauksia. Esitän nämä seuraavaksi lyhyesti, sillä niiden huomioiminen on aiheellista aineiston kokonaisvaltaisen hahmottamisen kannalta. Ensinnäkin *Docventuresin* Live-osuuksien studiokuvassa voidaan nähdä yleisön osallistumiseen ja valtaan liittyviä hetkiä. Koska Milonoffilla ja Rantalalla on käytössään tablettitietokoneet, joista he seuraavat yleisön kommentteja, ovat ruudulla näkyvät tabletit jo itsessään yleisön valtaa korostavia intermediaalisia viittauksia. Usein tabletit näkyvät ruudulla myös siten, että niissä voidaan selvästi nähdä yleisön kommentteja, vaikka nämä eivät olekaan tarpeeksi selviä luettaviksi (ks. liitteen 2 ylempi kuva). Joskus ruudulla saattaa nähdä myös juontajien pitelemiä fakseja, joista jopa erottaa faksin sisältämän tekstin. Tällaiset tapaukset ovat lähes verrattavissa luvussa 4.3 analysoituihin graafisiin viittauksiin – tosin sillä erotuksella, että juontajan kädessään pitämä faksi ei vie samalla tavalla koko ruudun kokoista tilaa.

Toinen tärkeä yleisön valtaa korostava piirre on studiossa oleva ja ruudulla usein näkyvä valkokangas, jolla näkyy katsojien kommentteja (ks. liitteen 2 alempi kuva). Tabletti-

tietokoneiden tapaan näistäkään ei kuitenkaan saa tarpeeksi hyvin selvää, jotta kommentit olisivat luettavissa. Studiossa näkyvä valkokangas on pelkästään ensimmäisellä tuotantokaudella esiintyvä lavaste, ja toisen tuotantokauden uudessa studiossa tällaista valkokangasta ei enää nähdä ollenkaan. Toisella tuotantokaudella yksi yleisön valtaa esiintuva elementti on siis poistettu ohjelmasta.

Toisinaan myös sellaisten intermediaalisten viittausten, jotka eivät kuvaa yleisön osallistumista, voidaan ajatella edustavan yleisön valtaa, koska ne tukevat käsitystä yleisön valinnanvapaudesta. Monien intermediaalisten viittausten avulla kerrotaan katsojalle, että ohjelmaan voi osallistua eri mediakanavien kautta, mikä ilmentää yleisön valinnanvapautta ja sen tuomaa valtaa. Tällaisia viittauksia esiintyy sekä graafisessa, auditiivisessä että audiograafisessa moodissa. Liitteessä 3 on kuvattu tapaus, jossa on monta tällaista viittausta graafisessa moodissa samaan aikaan.

Kehotukset osallistua viikon aktivismeihin ovat myös yleisön valtaa korostavia, koska ne pitävät sisällään ajatuksen yleisöstä aktiivisena yhteisönä. Viikon aktivismien avulla tämä yhteisö voi vaikuttaa yhdessä tärkeäksi kokemaansa asiaan ja siten kasvattaa valtaansa. Toki myös muut intermediaaliset viittaukset saattavat kuvata samantyyppistä yleisön valtaa. Esimerkiksi *Docventuresin* Facebook-sivuun viittaaminen viittaa samalla myös siihen yhteisöön, joka on muodostunut sivun ansiosta.

4.7 Yhteenveto ja johtopäätökset

Tutkimuksen määrällisestä analyysistä voidaan johtaa *Docventuresin* formaatille ominainen yleisön osallistumisen koodin paradigma (ks. luku 4.2). Yleisön osallistumista kuvataan *Docventuresissa* intermediaalisina viittauksina, jotka voivat esiintyä joko televisioruudulla graafisina elementteinä, juontajien puheessa tai molemmissa yhtä aikaa. Televisioruudulla näkyvät viittaukset voivat olla suoria lainauksia katsojien alkuperäisistä viesteistä tai mainintoja yleisön osallistumisesta, kun taas juontajien puheessa viit-

taukset voivat esiintyä näiden lisäksi myös referointina. Sekä ruudulla että puheessa samanaikaisesti esiintyvät viittaukset ilmenevät suorina lainauksina.

Yleisön osallistumisen koodin syntagma taas muodostuu, kun edellä kuvatun paradigman merkkejä yhdistellään seuraavien käytäntöjen mukaan (ks. luku 4.2). Noin kolmasosa kaikista tekijöiden hallinnoimista intermediaalisista viittauksista saa kuvata yleisön osallistumista, mikä luo yleiset rajat syntagmalle. Lisäksi yleisön osallistumisen määrää on aina nostettava tuotantokauden loppua kohden. Noin puolet yleisön osallistumisesta voi esiintyä televisioruudulla ja puolet juontajien puheessa, ja näiden yhdistelmää on käytettävä harvoin ja harkiten. Ruudulla esiintyvät viittaukset voivat poikkeuksellisesti olla maininnan tasolla, mutta pääasiassa niiden on oltava suorina lainauksia. Puheessa esiintyvien viittausten taas täytyy olla pääasiassa mainintoja yleisön osallistumisesta, mutta suorina lainauksia voi olla lähes yhtä paljon. Referointia puolestaan on käytettävä selvästi vähemmän. Ruudulla ja puheessa samanaikaisesti esiintyvien intermediaalisten viittausten on aina oltava suorina lainauksia.

Edellä kuvattu yleisön osallistumisen koodi vaikuttaa siihen, minkälaiseksi yleisön vallan representaatio muodostuu. Se, että vain noin kolmasosa *Docventuresin* tekijöiden hallinnoimista intermediaalisista viittauksista (113 viittausta ensimmäisellä ja 450 toisella kaudella) kuvaa yleisön osallistumista, ei lähtökohtaisesti tue yleisön vallan representaatiota. Silti on huomattava, että yleisön osallistuminen lisääntyy aina tuotantokauden loppua kohden, eli myös yleisön vallan representaatio vahvistuu aina tuotantokauden aikana. Lisäksi yleisön osallistumista kuvaavat intermediaaliset viittaukset ilmentävät yleisön valtaa monipuolisesti. Kaikilla yleisön osallistumista kuvaavilla viittauskategorioilla on niille ominaiset konnotaatiot yleisön vallasta, joten viittauskategorioiden osuudet vaikuttavat myös yleisön vallan kokonaiskuvaan eli representaatioon. Mitä suurempi osa yleisön osallistumisesta kuvataan tietyllä viittaustyypillä, sitä keskeisempiä tuon tietyn viittaustyypin konnotaatiot yleisön vallasta ovat yleisön vallan representaatioissa.

Eniten (46 %) yleisön osallistumista kuvataan *Docventuresissa* graafisilla suorilla lainauksilla, joita esiintyy aineistossa yhteensä 261. Graafisissa suorissa lainauksissa yleisön

valta ilmenee tyypillisesti julkisuuden ja vaikutusmahdollisuuksien kautta. Tapa, jolla katsojien kommentit nostetaan hetkittäin ainoaksi televisioruudulla näkyväksi sisällöksi, vahvistaa yleisön saamaa julkisuutta. Näihin ruudulla näkyviin intermediaalisiin viittauksiin sisältyy aina myös kommentoijan nimi ja profiilikuva, mikä nostaa kommentoijat hetkeksi julkisuuteen ja siten korostaa yleisön valtaa. Viittauksista on myös johdettavissa ajatus siitä, että kuka tahansa voi saada kommenttinsa näkyviin televisiossa. Tämä korostaa yleisön vaikutusmahdollisuuksista syntyvää valtaa. Lisäksi graafiset suorat lainaukset korostavat yleisön vaikutusmahdollisuuksia muutenkin, sillä niissä yleisön kommentit säilyvät täysin muuttumattomina. Tämä tarkoittaa, että yleisö pystyy vaikuttamaan muihin juuri haluamallaan tavalla.

Toiseksi eniten (21 %) yleisön osallistumista kuvataan auditiivisilla maininnoilla, joita löytyi aineistosta yhteensä 121. Näissä yleisön valta ilmenee ennen kaikkea yhteisöllisyytenä ja yleisön saamana positiivisena julkisuutena. Maininnoissa ei kuvata yksittäisiä yleisön jäseniä, vaan sen sijaan niissä puhutaan koko yleisöstä. Tämän vuoksi maininnoissa korostuu yleisön yhteisöllisyys, joka ilmentää yleisön valtaa. Lisäksi mainintojen yhteydessä kuvataan yleisön osallistumista positiivisena ja tavoiteltavana asiana, jolloin itse maininta näyttäytyy kehuna yleisölle. Tässä yleisön saama julkisuus on siis ehdottoman positiivista.

Kolmanneksi eniten (18 %) yleisön osallistumista kuvataan auditiivisilla suorilla lainauksilla, joita esiintyy aineistossa yhteensä 99 kertaa. Näissä yleisön valta ilmenee eniten yleisön vaikutusmahdollisuuksina, sillä auditiiviset suorat lainaukset vaikuttavat usein merkittävästi studiossa käytyyn keskusteluun. Katsojan kommentti saattaa johdattaa ohjelman keskustelun täysin uuteen suuntaan, mikä korostaa yleisön vaikutusmahdollisuuksia ja valtaa. Auditiivisissa suorissa lainauksissa kommentoijan henkilöllisyyttä ei läheskään aina paljasteta, minkä vuoksi ne eivät ilmennä yleisön julkisuutta yhtä paljon kuin graafiset suorat lainaukset. Tosin yleisön saama julkisuus korostuu auditiivisissa suorissa lainauksissa siten, että ne saavuttavat mahdollisesti suuremman yleisön kuin graafiset viittaukset. Auditiiviset suorat lainaukset tavoittavat sellaisetkin ohjelman seuraajat, jotka eivät ole koko aikaa televisioruudun ääressä.

Neljänneksi eniten (10 %) yleisön osallistumista kuvataan auditiivisilla epäsuorilla lainauksilla, joita esiintyy analysoidussa aineistossa 57. Auditiiviset epäsuorat lainaukset ilmentävät yleisön valtaa eniten yleisön vaikutusmahdollisuuksien kautta, sillä ne vaikuttavat tyypillisesti ohjelman keskusteluun samalla tavoin kuin edellä mainitut auditiiviset suorat lainaukset. Joissakin auditiivisissa epäsuorissa lainauksissa korostuu myös yleisön yhteisöllisyys, mutta sitä ei kuitenkaan voida kutsua näille viittauksille tyypilliseksi konnotaatioksi.

Viidenneksi eniten (4 %) yleisön osallistumista kuvataan audiograafisina suorina lainauksina, joita löytyi yhteensä 20. Audiograafisten suorien lainausten ilmentämä yleisön valta on vahvaa, koska niissä yhdistyvät graafisessa ja auditiivisessä moodissa esiintyvien suorien lainausten ominaisuudet. Joissain tapauksissa audiograafiset viittaukset jopa ylittävät muiden moodien viittausten ominaisuudet, sillä audiograafisessa moodissa yleisö voi saada viestinsä täysin vääristymättömänä ohjelmaan myös auditiivisesti. Audiograafiset viittaukset siis tukevat kuvaa yleisön julkisuudesta ja vaikutusmahdollisuuksista. Lisäksi ne korostavat yleisön valinnanvapautta, koska yleisön käyttämät mediat vaihtelevat niissä selvästi. Tämä viestii, että yleisö voi vapaasti valita käyttämänsä median, sillä kaikkien medioiden kautta on mahdollista saada kommenttinsa lähetykseen.

Kaikista vähiten yleisön osallistumista kuvataan graafisilla maininnoilla, sillä niiden osuus yleisön osallistumista kuvaavista intermediaalisista viittauksista on vain yksi prosentti. Graafisia mainintoja esiintyy aineistossa ainoastaan viisi kertaa. Graafisten mainintojen ilmentämästä yleisön vallasta on hankala tehdä yleistyksiä, sillä mainintojen pienessä joukossa lähes kaikkiin tapauksiin liittyi hieman erilaisia konnotaatioita. Eniten yleisön valta kuitenkin ilmeni graafisissa maininnoissa yleisön positiivisena julkisuutena ja valinnanvapautena.

Yleisön vallan representaatio muodostuu kaikista *Docventuresin* synnyttämistä yleisön valtaa tukevista konnotaatioista. Edellä kuvattujen viittauskategorioille tyypillisten konnotaatioiden lisäksi representaatioon kuuluu siis muitakin konnotaatioita, kuten laadullinen sisällönanalyysi osoitti. Viittauskategorioille tyypillisten konnotaatioiden avulla

yleisön vallan representaatiota on kuitenkin mahdollista luonnehtia tiivistetysti. Toisin sanoen on mahdollista vastata lyhyesti kysymykseen, minkälainen kuva yleisön vallasta *Docventuresissa* luodaan. Taulukossa 1 on koottuna edellä esitellyt viittauskategorioille tyypilliset konnotaatiot sekä niiden yhteenlasketut esiintyvyydet yleisön osallistumista kuvaavissa intermediaalisissa viittauksissa.

Taulukko 1. Viittauskategorioille tyypilliset konnotaatiot ja niiden esiintyvyydet yleisön osallistumista kuvaavissa intermediaalisissa viittauksissa

	julkisuus	vaikutusmahdollisuudet	valinnanvapaus	yhteisöllisyys
graafiset suorat lainaukset (261)	X	X		
auditiiviset maininnat (121)	X			X
auditiiviset suorat lainaukset (99)	X	X		
auditiiviset epäsuorat lainaukset (57)		X		
audiograafiset suorat lainaukset (20)	X	X	X	
graafiset maininnat (5)	X		X	
viittauksia yhteensä 100% (563)	90 % (506)	78 % (437)	4 % (25)	21 % (121)

Taulukko 1 havainnollistaa erilaisten yleisön valtaa tukevien konnotaatioiden määrää *Docventuresin* yleisön vallan representaatiossa. Konnotaatioiden esiintyvyydet ovat kuitenkin pelkästään suuntaa antavia, koska viittauskategorioille tyypilliset konnotaatiot eivät välttämättä ilmene kaikissa kategoriaan sisältyvissä viittauksissa. Taulukkoon 1 koottujen tietojen pohjalta voidaan kuitenkin esimerkiksi todeta, että yleisön julkisuutta korostava konnotaatio on tyypillinen 506 aineistosta löytyneelle yleisön osallistumista kuvaavalle intermediaaliselle viittaukselle. Toisin sanoen 90 prosenttia kaikista 563

yleisön osallistumista kuvaavasta intermediaalisesta viittauksesta korostaa tyypillisesti yleisön julkisuutta. Konnotaatio yleisön vaikutusmahdollisuuksista taas on tyypillinen 437 viittaukselle eli noin 78 prosentille yleisön osallistumista kuvaavista viittauksista. Yhteisöllisyyttä korostava konnotaatio on tyypillinen 121 viittaukselle eli noin 21 prosentille yleisön osallistumista kuvaavista intermediaalisista viittauksista. Konnotaatio yleisön valinnanvapaudesta sen sijaan on tyypillinen vain 25 viittaukselle, eli vain noin neljä prosenttia viittauksista korostaa valinnanvapautta.

Tiivistettynä yleisön vallan representaation voidaan siis todeta muodostuvan ennen kaikkea yleisön saamasta julkisuudesta ja yleisön vaikutusmahdollisuuksista. Nämä ilmenevät televisioruudun grafiikoissa ja juontajien puheessa esiintyvissä intermediaalisissa viittauksissa. Lisäksi juontajien puheessa esiintyvät intermediaaliset viittaukset ilmentävät tyypillisesti yleisön yhteisöllisyyttä, joka tukee selvästi yleisön vallan representaatiota. Yleisön valinnanvapaus sen sijaan ilmenee joko ruudun grafiikoissa ja juontajien puheessa samanaikaisesti tai pelkästään ruudulla. Valinnanvapaus ei kuitenkaan ole merkittävässä osassa yleisön vallan representaatiossa, koska sen esiintyvyys yleisön osallistumista kuvaavissa intermediaalisissa viittauksissa on vain neljä prosenttia.

Laadullinen sisällönanalyysi osoitti myös, että varmimman pohjan yleisön vallan representaatiolle luovat graafiset intermediaaliset viittaukset, sillä ne ovat aina vääristymättömiä. Auditiviset viittaukset puolestaan synnyttävät monipuolisempia konnotaatioita yleisön vallasta, mutta niiden luoma representaatio ei ole yhtä luotettava. Yleisesti voidaan myös todeta, että kaikkien yleisön osallistumista kuvaavien intermediaalisten viittausten kohdalla on havaittavissa jonkinasteista sensuuria, sillä ohjelmaan kohdistuva kritiikki on vähäistä tai mietoa. Tämä luo kuvan kommenttien seulonnasta, mikä ei taas tue yleisön vallan representaatiota, koska se vähentää yleisön aitoja vaikutusmahdollisuuksia.

Laadullisen sisällönanalyysin yhteydessä yleisön valtaa korostavia konnotaatioita löytyi myös sellaisista intermediaalisista viittauksista, jotka jäivät varsinaisen analyysin ulkopuolelle. Esimerkiksi *Docventuresin* studiokuvassa näkyy yleisön osallistumiseen liitty-

viä intermediaalisia viittauksia, joiden voidaan ajatella ilmentävän yleisön valtaa. Lisäksi ohjelman tekijöiden mainitsemat muut intermediaaliset viittaukset saattavat korostaa yleisön valtaa esimerkiksi yleisön valinnanvapauden näkökulmasta. Kokonaisvaltaisempi yleisön vallan representaation luonnehtiminen edellyttäisi siis kaikkien ohjelmassa esiintyvien intermediaalisten viittausten analysointia. Kaikkien viittausten tutkiminen olisi kuitenkin ollut tämän tutkimuksen puitteissa liian suuri tehtävä, koska niiden erilaisen luonteen vuoksi olisi tarvittu erillinen tutkimusmenetelmä. Analyysin rajaaminen tiettyihin yleisön osallistumista kuvaaviin intermediaalisiin viittauksiin oli perusteltua, koska kyseiset viittaukset kuvaavat selvästi yleisöä. Siten ne kuvaavat todennäköisesti eniten myös yleisön valtaa. Muiden intermediaalisten viittausten kohdalla konnotaatiot yleisön vallasta ovat hatarampia, sillä käsitys yleisöstä ei välttämättä sisälly edes viittausten denotaatioon.

5 PÄÄTÄNTÖ

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli tarkastella 2010-luvun televisiossa luotua kuvaa yleisön vallasta. Tutkimuksen aineistona käytin vuosina 2013 ja 2014 esitettyjä kotimaisen *Docventures*-televisiosarjan Live-osuuksia, joissa ohjelman juontajat, vieraat ja yleisö keskustelevat kussakin jaksossa vaihtuvasta teemasta. Valitsin tutkimukseen kolme ensimmäisen tuotantokauden Live-osuutta ja kahdeksan toisen tuotantokauden Live-osuutta, joita analysoin määrällisen ja laadullisen sisällönanalyysin keinoin. Keski-tyin tutkimaan aineistossa esiintyneitä viittauksia muihin medioihin, sillä ohjelmassa kuvataan yleisöä – ja sitä kautta yleisön valtaa – pääasiassa näiden intermediaalisten viittausten avulla. Tutkimuksen tavoitteesta ja aineistosta johdin seuraavat tutkimuskysymykset:

1. Minkälainen kuva yleisön vallasta luodaan *Docventuresissa*?
2. Miten *Docventuresissa* esiintyvä intermediaalisuus kuvaa yleisön valtaa?

Tutkimuksen taustalla oli oletus siitä, että yleisön valta ilmenee *Docventuresissa* jossain määrin, sillä sen genren ja formaatin luonteet korostavat yleisön valtaa. Tutkin *Docventuresissa* kuvattua yleisön valtaa selvittämällä ensiksi kuinka suuri osa ohjelman tekijöiden hallinnoimasta intermediaalisuudesta kuvaa yleisön osallistumista. Mitä enemmän ohjelmassa kuvataan yleisön osallistumista, sitä vahvempi kuva yleisön vallasta voi muodostua. Tutkimuksessa selvisi, että *Docventuresin* formaatissa noin kolmasosa tekijöiden hallinnoimasta intermediaalisuudesta kuvaa yleisön osallistumista. Tämä tarkoittaa, että ohjelmassa esiintyvä intermediaalisuus ei lähtökohtaisesti tue kuvaa yleisön vallasta.

Yleisön osallistumista kuvaavista intermediaalisista viittauksista löytyi silti selviä merkkejä yleisön vallasta, joka pohjautuu yleisön saamaan julkisuuteen, vaikutusmahdollisuuksiin ja yhteisöllisyyteen. Yleisön osallistumista ohjelmaan kuvataan tasapuolisesti televisioruudulla ja juontajien puheessa, joissa yleisön valta ilmenee hieman eri tavoilla. Ruudulla näkyvät intermediaaliset viittaukset luovat luotettavamman kuvan yleisön vallasta, kun taas juontajien puheessa esiintyvät viittaukset luovat siitä moni-

puolisemman kuvan. Yleisesti voidaan todeta, että *Docventuresissa* luotu kuva yleisön vallasta pohjautuu ennen kaikkea yleisön julkisuuteen ja vaikutusmahdollisuuksiin. Lisäksi myös yleisön yhteisöllisyys tukee selvästi kuvaa yleisön vallasta.

Tutkimuksen tulokset koskevat vain yksittäistä televisio-ohjelmaa eli *Docventuresia*, mutta niiden hyödyntäminen tulevissa tutkimuksissa on silti mahdollista. Tutkimusta voitaisiin jatkaa näiden tulosten pohjalta joko laajentamalla aineistoa tai keskittymällä jo tutkittuun aineistoon vielä tarkemmin. Aineistoa voitaisiin laajentaa ottamalla mukaan lisää *Docventuresin* jaksoja televisiosta tai radiosta, tai sitten tutkimuksessa saatuja tuloksia voitaisiin peilata eri televisio-ohjelmiin. Analysoidussa aineistossakin riittäisi vielä tutkittavaa, sillä laadullisen sisällönanalyysin yhteydessä myös analyysin ulkopuolelle jääneistä intermediaalisista viittauksista löytyi merkkejä yleisön vallasta. Näitä intermediaalisia viittauksia tutkimalla voitaisiin saada kokonaisvaltaisempi käsitys yleisön vallasta luodusta kuvasta.

Yleisön vallan ja intermediaalisuuden yhteyttä voitaisiin niin ikään tutkia enemmän, sillä tämän tutkimuksen perusteella nämä 2010-luvun mediakentän merkittävät ilmiöt näyttävät kytkeytyvän vahvasti toisiinsa. Tulevissa tutkimuksissa olisi syytä kuitenkin tarkentaa intermediaalisen viittauksen käsitettä, koska sen käyttäminen osoittautui hie-man hankalaksi. Varsinkin auditiivisen aineiston kohdalla on toisinaan hankala määrittellä, onko kyseessä yksi vai useampi intermediaalinen viittaus, sillä viittaukset menevät toistensa kanssa päällekkäin.

Keskityin tässä tutkimuksessa pelkästään yleisön vallasta luotuun kuvaan eli representaatioon, koska käytössäni oli tutkimusaineistona vain televisiossa näytettyä materiaalia. Tutkimus osoitti, että *Docventuresissa* luodaan selvästi kuva yleisön vallasta. Täytyy kuitenkin muistaa, ettei tämä kuva ole yleisön valtaa koskeva totuus. Yleisön vallan perusteellisempi tutkiminen vaatisi, että tutkimusaineistona olisi myös esimerkiksi määrällistä tietoa kaikista yleisön lähettämistä viesteistä, jolloin näitä lukuja voitaisiin vertailla siihen, mitä televisiossa nähdään. Silloin voitaisiin myös tehdä rohkeampia johtopäätöksiä siitä, tukevatko televisio-ohjelman tekijät yleisön valtaa vai yrittävätkö he

hillitä sitä. Mutta jos ohjelman juontajaa Riku Rantalaa (2013) on uskominen, niin ainakin *Docventuresin* tavoitteena on tuoda yleisön ääni vahvasti esille:

Olkoon tämä Docventures nyt viimeisessä jaksossaan yksi esimerkki siitä – – että tämä on ehkä jonkinlainen alkeellinen olomuoto uudesta mediasta, uudesta journalismista, osallisuudesta! Siitä että me kaikki voidaan vaikuttaa toisiimme ja välittää hyvää tietoa. (Ihmiskunta-jakso.)

Docventuresin ohjelmaformaatti on vanhojen genrejen yhdistelmä, joka ottaa televisioyleisön tarpeet huomioon hyödyntämällä intermediaalisia menetelmiä. Ohjelman keskusteluosuuksissa tämä näkyy piirteinä, joiden voidaan tulkita kuvaavan yleisön valtaa. Yleisön vallan lisääntyminen on 2010-luvun mediakentän merkittävä ilmiö, joka tämän tutkimuksen perusteella vaikuttaa selvästi televisio-ohjelmien sisältöön ja yleisöstä luotuihin merkityksiin.

LÄHTEET

Aineistolähteet:

- Aktivismi*. Docventures: Live. Tuottanut Phuong Chu Suominen & Nappu Stenros, ohjannut Tuomas Milonoff, kirjoittanut Antti Pesonen, juontajina Riku Rantala & Tuomas Milonoff. Gimmeyawallet Productions. Yle TV2, (3.9.2014).
- Ihmiskunta*. Docventures: Live. Tuottanut Jyrki Salenius, ohjannut Tuomas Milonoff, kirjoittanut Antti Pesonen, juontajina Riku Rantala & Tuomas Milonoff. Gimmeyawallet Productions. Yle TV2, (13.11.2013).
- Korruptio*. Docventures: Live. Tuottanut Phuong Chu Suominen & Nappu Stenros, ohjannut Tuomas Milonoff, kirjoittanut Antti Pesonen, juontajina Riku Rantala & Tuomas Milonoff. Gimmeyawallet Productions. Yle TV2, (17.9.2014).
- Musiikki*. Docventures: Live. Tuottanut Jyrki Salenius, ohjannut Tuomas Milonoff, kirjoittanut Antti Pesonen, juontajina Riku Rantala & Tuomas Milonoff. Gimmeyawallet Productions. Yle TV2, (9.10.2013).
- Sankaruus*. Docventures: Live. Tuottanut Phuong Chu Suominen & Nappu Stenros, ohjannut Tuomas Milonoff, kirjoittanut Antti Pesonen, juontajina Riku Rantala & Tuomas Milonoff. Gimmeyawallet Productions. Yle TV2, (22.10.2014).
- Suomalaisuus*. Docventures: Live. Tuottanut Phuong Chu Suominen & Nappu Stenros, ohjannut Tuomas Milonoff, kirjoittanut Antti Pesonen, juontajina Riku Rantala & Tuomas Milonoff. Gimmeyawallet Productions. Yle TV2, (1.10.2014).
- Tekopyhyys*. Docventures: Live. Tuottanut Phuong Chu Suominen & Nappu Stenros, ohjannut Tuomas Milonoff, kirjoittanut Antti Pesonen, juontajina Riku Rantala & Tuomas Milonoff. Gimmeyawallet Productions. Yle TV2, (8.10.2014).
- Totuus*. Docventures: Live. Tuottanut Phuong Chu Suominen & Nappu Stenros, ohjannut Tuomas Milonoff, kirjoittanut Antti Pesonen, juontajina Riku Rantala & Tuomas Milonoff. Gimmeyawallet Productions. Yle TV2, (24.9.2014).
- Uskonto*. Docventures: Live. Tuottanut Jyrki Salenius, ohjannut Tuomas Milonoff, kirjoittanut Antti Pesonen, juontajina Riku Rantala & Tuomas Milonoff. Gimmeyawallet Productions. Yle TV2, (28.8.2013).
- Vallankumous*. Docventures: Live. Tuottanut Phuong Chu Suominen & Nappu Stenros, ohjannut Tuomas Milonoff, kirjoittanut Antti Pesonen, juontajina Riku Rantala & Tuomas Milonoff. Gimmeyawallet Productions. Yle TV2, (10.9.2014).
- Vapaus*. Docventures: Live. Tuottanut Phuong Chu Suominen & Nappu Stenros, ohjannut Tuomas Milonoff, kirjoittanut Antti Pesonen, juontajina Riku Rantala & Tuomas Milonoff. Gimmeyawallet Productions. Yle TV2, (15.10.2014).

Lähdekirjallisuus:

- Aaltonen, Jouko (2003). *Käsikirjoittajan työkalut. Audiovisuaalisen käsikirjoituksen tekijän opas*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Barthes, Roland (1977). *Image–Music–Text*. London: Fontana.
- Barthes, Roland (1979). *Elements of Semiology. (Éléments de Sémiologie, translated by Annette Lavers & Colin Smith)*. 5. edition. New York: Hill and Wang.
- Bazerman, Charles (2004). Intertextuality. How Texts Rely on Other Texts. In: Charles Bazerman & Paul Prior (Eds.). *What Writing Does and How It Does It. An Introduction to Analyzing Texts and Textual Practices*. 83–96. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Bignell, Jonathan (2008). *An Introduction to Television Studies*. 2. edition. Abingdon: Routledge.
- Castells, Manuel (2009). *Communication Power*. New York: Oxford University Press.
- Chandler, Daniel (2014). *Denotation, Connotation and Myth* [online]. [Cited 19.5.2015]. Available at: <http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/S4B/>
- Chandler, Daniel & Rod Munday (2011). *Oxford Dictionary of Media and Communication*. New York: Oxford University Press.
- Danesi, Marcel (2002). *Understanding Media Semiotics*. London: Arnold.
- Finnpanel (2014). *Helmikuussa tv:tä katsottiin kaikkien aikojen ennätysmäärä* [online]. [Lainattu 17.4.2015]. Saatavilla: <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tiedote.php?id=173>
- Finnpanel (2015). *Kanavien katseluosuudet ja viikkotavoittavuus, Vuosi 2014* [online]. [Lainattu 17.4.2015]. Saatavilla: <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/vuosi/share/2014/>
- Fiske, John (1987). *Television Culture*. London: Routledge.
- Fiske, John (1990). *Introduction to Communication Studies*. 2. edition. New York: Routledge.
- Haaramo, Juha (2015). Docventures. Sähköpostiviesti Ville Orrenmaalle 13.4.2015.
- Heikkinen, Vesa, Petri Lauerma & Ulla Tiililä (2012). Intertekstuaalisuus. Teoksessa: Vesa Heikkinen, Eero Voutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.). *Genreanalyysi. Tekstilajitutkimuksen käsikirja*. Helsinki: Gaudeamus. 100–111.

- Herkman, Juha (2001). *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. Tampere: Vastapaino.
- Herkman, Juha (2012). Introduction. Intermediality as a Theory and Methodology. In: Juha Herkman, Taisto Hujanen & Paavo Oinonen (Eds.). *Intermediality and media change*. Tampere: Tampere University Press. 10–27.
- Hirsjärvi, Sirkka, Pirkko Remes & Paula Sajavaara (2009). *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Huckin, Thomas (2004). Content Analysis: What Texts Talk About. In: Charles Bazerman & Paul Prior (Eds.). *What Writing Does and How It Does It. An Introduction to Analyzing Texts and Textual Practices*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. 13–32.
- Kangaspunta, Seppo (2006). *Yhteisöllinen digi-tv. Digitaalisen television uusi yhteisöllisyys, yhteisöllisyyden tuotteistaminen ja yhteisötelevisio vaihtoehto*. Tampere: Tampere University Press.
- Keane, Michael & Albert Moran (2008). Television's New Engines. *Television & New Media* 9: 2, 155–169.
- Keen, Andrew (2008). *The Cult of the Amateur. How blogs, MySpace, YouTube and the rest of today's user-generated media are killing our culture and economy*. London: Nicholas Brealey Publishing.
- Lacey, Nick (2000). *Narrative and genre. Key concepts in media studies*. Hampshire: MacMillan Press Ltd.
- Lacey, Nick (2009). *Image and Representation. Key Concepts in Media Studies*. 2. edition. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Marshall, David (2004). *New Media Cultures*. London: Arnold.
- Marshall, Jill & Angela Werndly (2002). *The Language of Television*. London: Routledge.
- McKee, Alan (2003). *Textual Analysis. A Beginner's Guide*. London: Sage Publications.
- Mikkonen, Kai (2012). Multimodaalisuus ja laji. Teoksessa: Vesa Heikkinen, Eero Vuutilainen, Petri Lauerma, Ulla Tiililä & Mikko Lounela (toim.). *Genreanalyysi. Tekstilajitutkimuksen käsikirja*. Helsinki: Gaudeamus. 296–308.
- Millerson, Gerald & Jim Owens (2009). *Television Production*. Burlington: Elsevier.
- Moran, Albert (2006). *Understanding the Global TV Format*. Bristol: Intellect Books.

- Mäntymaa, Marjut (2014). *Docventures palkittiin jälleen* [online]. [Lainattu 27.4.2015]. Saatavilla: http://yle.fi/uutiset/docventures_palkittiin_jalleen/7397980
- Napoli, Philip M. (2011). *Audience evolution. New technologies and the transformation of media audiences*. New York: Columbia University Press.
- Nieminen, Hannu & Mervi Pantti (2004). *Media markkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen*. Helsinki: Loki-Kirjat.
- Nieminen, Iiro-Matti (2015). Docventures palkittiin jälleen parhaana asiaohjelmana [online]. [Lainattu 27.4.2015]. Saatavilla: http://yle.fi/uutiset/docventures_palkittiin_jalleen_parhaana_asiaohjelmana/7743221
- Pietikäinen, Sari & Anne Mäntynen (2009). *Kurssi kohti diskurssia*. 2. painos. Tampere: Vastapaino.
- Platon (2007/388 eKr.). *Valtio. (Politeia, kääntänyt Marja Itkonen-Kaila)*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Otava.
- Poe, Marshall T. (2011). *A History of Communications. Media and Society from the Evolution of Speech to the Internet*. New York: Cambridge University Press.
- Quintas-Froufe, Natalia & Ana González-Neira (2014). Active Audiences. Social Audience Participation in Television. *Comunicar XXII*: 43, 83–90.
- Rautio, Maria (2013). *Docventures saa jatkoa – kaikkien dokkareiden teemana on nainen* [online]. [Lainattu 27.4.2015]. Saatavilla: http://ylex.yle.fi/uutiset/pop_uutiset/docventures-saa-jatkoa-kaikkien-dokkareiden-teemana-on-nainen
- Ridell, Seija (1994). *Kaikki tiet vievät genreen. Tutkimusretkiä tiedotusopin ja kirjallisuustieteen rajamaastossa*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Rose, Gillian (2001). *Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. London: Sage Publications.
- Sandell, Lena (2014). Television katselu Suomessa 2013 [online]. [Lainattu 27.4.2015]. Saatavilla: http://www.finnpanel.fi/lataukset/tv_vuosi_2014.pdf
- Sandell, Lena (2015). Television katselu Suomessa 2014 [online]. [Lainattu 17.4.2015]. Saatavilla: http://www.finnpanel.fi/lataukset/tv_vuosi_2015.pdf
- Saussure, Ferdinand de (1986/1916). *Course in General Linguistics. (Cours de linguistique générale, translated by Roy Harris)*. Chicago: Open Court.
- Seppänen, Janne & Esa Väliverronen (2012). *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapaino.

- Solin, Anna (2006). Genre ja intertekstuaalisuus. Teoksessa: Anne Mäntynen, Susanna Shore & Anna Solin (toim.). *Genre – tekstilaji*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. 72–95.
- Tuomi, Jouni & Anneli Sarajärvi (2002). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Tuomi, Pauliina (2013). Televisio kohtaa Twitterin – uudenlaisen katselukokemuksen yhteisöllisyys. *WiderScreen* [online]. 2–3 [Lainattu 17.4.2015]. Saatavilla: <http://widerscreen.fi/numerot/2013-2-3/televisio-kohtaa-twitterin-uudenlaisen-katselukokemuksen-yhteisollisyys/>
- Wolf, Werner (2002). Musikalisering av litterär berättelse. I: Hans Lund (red.). *Intermedialitet. Ord, bild och ton i samspel*. Lund: Studentlitteratur. 203–212.
- Yle (2014). Docventures nappasi kaksi palkintoa Kultainen Venla -gaalassa [online]. [Lainattu 27.4.2015]. Saatavilla: http://yle.fi/uutiset/docventures_nappasi_kaksi_palkintoa_kultainen_venla_gaalassa/7039157
- Yle (2013). Uskonto [online]. [Lainattu 21.4.2014]. Saatavilla: <http://yle.fi/aihe/docventures/uskonto>
- Ytreberg, Espen (2009). Extended liveness and eventfulness in multi-platform reality formats. *New Media & Society* 11: 4, 467–485.

Liite 1. Erialaisten intermediaalisten viittausten lukumäärät

	1. tuotantokausi	2. tuotantokausi
Graafiset suorat lainaukset	38	223
Graafiset maininnat	5	0
Auditiiviset suorat lainaukset	17	82
Auditiiviset epäsuorat lainaukset	13	44
Auditiiviset maininnat	30	91
Audiograafiset suorat lainaukset	10	10
Ohjelman tekijöiden muut viittaukset	262	1072
YHTEENSÄ:	375	1522

Liite 2. *Docventuresin* studiokuvassa näkyviä intermediaalisia viittauksia, jotka korostavat yleisön valtaa



Liite 3. *Docventuresissa* esiintyviä graafisia intermediaalisia viittauksia, jotka eivät kuvaa yleisön osallistumista

