

NETTI-TELEVISIO VISION SYNTY JA KÄYTTÖKOKEMUKSET

Niina-Maria Katainen
Puheviestinnän pro gradu -tutkielma
Heinäkuu 2003
Viestintätieteiden laitos
Jyväskylän yliopisto

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta HUMANISTINEN	Laitos VIESTINTÄTIETEIDEN
Tekijä Niina-Maria Katainen	
Työn nimi Netti-televisio Vision synty ja käyttökokemukset	
Oppiaine puheviestintä	Työn laji pro gradu -tutkielma
Aika Heinäkuu 2003	Sivumäärä 119 + liitteet
Tiivistelmä – Abstract <p>Visio on Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen opiskelijoiden internet-televisio, joka lähettää viikoittain kolmea verkkovideota sisältävää ohjelmaa osoitteessa http://www.jyu.fi/visio. Visio syntyi vuonna 2000, jolloin se oli ensimmäisiä internet-televisioita Suomessa. Visio eroaa edelleen muista verkkovideo-alustoista siten, että se tuottaa videota suoraan internetiin internetin ominaispiirteet huomioiden.</p> <p>Nykyisin liikkuvaa kuvaa esitetään verkossa enemmän kuin aikaisemmin, ja verkkovideoiden määrän on ennustettu kasvavan. Kuitenkaan tutkimusta siitä, millaiseksi käyttäjät kokevat verkkovideoiden käytön ei ole paljoakaan. Tässä tutkimuksessa selvitetään Vision käyttäjien ja tieto- ja viestintäteknikan asiantuntijoiden kokemuksia netti-televisiion käytöstä, sen sisällöstä, tekniikasta ja toteutuksesta.</p> <p>Tässä tutkimuksessa kerrotaan myös Vision syntyhistoria vuodesta 2000 vuoteen 2002. Lisäksi tutkimuksessa esitellään internet-televisiion Vision kahden ensimmäisen vuoden käyttömäärä ja sen jakautuminen. Tutkimuksessa kuvataan myös Jyväskylän yliopistotelevisiotoiminnan historian pääpiirteet vuosina 1993–2000.</p>	
Asiasanat internet-televisio, verkkovideo, käytettävyys, käyttökokemukset	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto / Tourulan kirjasto	
Muita tietoja	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	5
2 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	10
2.1 Tutkimuskysymykset.....	10
2.2 Tutkimusmenetelmän valinta	11
2.2.1 Vision käyttötilastot	13
2.2.2 Yliopistotelevision tuottajien sähköpostikysely	13
2.2.3 Yliopistotelevision tuottajien sähköpostikyselyn analysointi.....	15
2.2.4 Käyttäjien ja asiantuntijoiden teemahaastattelut.....	15
2.2.5 Käyttäjä- ja asiantuntijahaastattelujen analysointi.....	20
3 VISION KÄYTTÖ TILASTOINA	23
3.1 Vision käyttömäärät ja käytön ajoittuminen.....	23
3.2 Mistä Visiota katsotaan ja Vision ohjelmien top 10.....	26
4 YLIOPISTOTELEVISIOTOIMINTA 1993–2002	31
4.1 Vuosi 1993: Yliopistotelevisiotoiminta alkaa	31
4.2 Club Academica, viikoittainen makasiiniohjelma	32
4.3 Vuosi 1994: Club Academicasta PULP.....	34
4.4 Vuosi 2000: PULPista Visioksi.....	37
4.4.1 Ajatus internet-televisiosta.....	37
4.4.2 Internet-television suunnittelun lähtökohdat	38
4.4.3 Idea-asteelta WWW-sivustoksi.....	40
4.4.4 M2-nauhoista RealMedia-videotiedostomuotoon	42
4.4.5 Internet-television ohjelmakonsepti	44
4.4.6 Visio-projektin toimittajat	45
4.4.7 Visio on syntynyt, eläköön Visio	47
4.5 Vision vuodet 2000–2002.....	48
5 KÄYTTÄJIEN KOKEMUKSET VISIOSTA.....	51
5.1 Haastateltavat internetin käyttäjinä	51
5.2 Vision käyttö.....	52
5.3 Vision WWW-sivusto	54
5.4 Vision käyttöliittymä ja käytettävyys	56
5.5 Vision sisältö	60

5.6 Vision kohderyhmä ja funktio.....	64
5.7 Vision vuorovaikutus.....	65
5.8 Kuinka kehittää Visiota?	67
6 ASIANTUNTIJAT ARVIOIVAT VISIOTA	71
6.1 Vision sisältö	71
6.2 Vision funktio ja käyttö	73
6.3 Vision WWW-sivusto	75
6.4 Vision käyttöliittymä ja käytettävyys	76
6.5 Vision vuorovaikutusmahdollisuudet ja sitouttaminen.....	79
6.6 Kuinka kehittää Visiota?	80
7 POHDINTA.....	83
7.1 Visioon suhtaudutaan positiivisesti	83
7.2 Vision käyttö ja käyttömotiivit.....	84
7.3 Vision käytettävyys	87
7.4 Visio internetin ja television yhdistelmänä.....	91
7.5 Visio ja liikkuva kuva verkossa.....	93
7.6 Vision sisältö	95
7.7 Visio ja vuorovaikutus.....	98
7.8 Visio toimintana	102
7.9 Visio ja tulevaisuus.....	104
8 TUTKIMUKSEN ARVIOINTI JA JATKOTUTKIMUSAIHEITA.....	108
LÄHTEET.....	117
LIITTEET	120

1 JOHDANTO

Visio on vuonna 2000 perustettu Jyväskylän yliopiston opiskelijoiden internet-televisio, joka toimii osoitteessa <http://www.jyu.fi/visio>. Visio lähettää internetin välityksellä kolmea viikoittain vaihtuvaa ohjelmaa. Vision toiminnasta ja ohjelmatuotannosta vastaavat Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen opiskelijat.

Visio syntyi vuonna 2000. Sen suunnittelunlähtökohtana oli television ja internetin ominaispiirteiden hyödyntäminen. Verkossa voidaan hyödyntää ääntä, kuvaa, tekstiä ja liikkuvaa kuvaa. Lisäksi verkko tarjoaa paluukanavan, joka mahdollistaa vuorovaikutteisuuden. Verkkosisällöt voivat olla dynaamisia, kohdennettuja ja niitä voidaan päivittää reaaliajassa. (Hintikka 2001b, 62.) Visiossa yhdistettiin television liikkuva kuva ja verkon erityispiirteet. Visio on siten esimerkki mediakonvergenssista. Konvergenssilla tarkoitetaan sitä, että media, tietotekniikka ja teleala lähestyvät toisiaan, ja niiden tehtävät ovat päällekkäisiä ja samankaltaisia (Herkman 2002; Hintikka 2001b, 56).

Konvergenssin myötä Visiossa yhdistyy kohde- ja joukkoviestimen ominaisuuksia. Viestintä on joukkoviestintää, kun sama sanoma lähetetään teknisin menetelmin rajaamattomalle yleisölle ja palautemahdollisuus on vähäinen (Wiio 1977, 107). World Wide Web on osaltaan joukkoviestin, mutta sen kautta voidaan myös lähettää suoraa palautetta, ja verkkosisällöt voivat olla joukkoryhmälleen kohdennettuja ja räätälöityjä. Kyseiset ominaisuudet on yhdistetty yleensä kohdeviestintää (Wiio 1977, 108).

Voisi ajatella, että Visio on joukko- ja kohdeviestimen yhdistelmä. Tulevaisuudessa, ja jo nyt, kohde- ja joukkoviestimien erot pienentyvät, eikä edellä mainittuja määritelmiä voi sellaisenaan yhteen mediaan enää soveltaa. Muun muassa Vision tavoin digi-tv antaa palautemahdollisuuden, vaikkakin lähetys on suunnattu rajaamattomalle yleisölle.

Visio oli vuonna 2000 ensimmäisiä sivustoja, jotka keskittyivät liikkuvan kuvaan esittämiseen. Internet onkin ollut pitkään tekstivoittainen media (Hintikka 2001b, 57). Nyt vuonna 2003 liikkuvaa kuvaa tarjotaan usealta eri sivustolta, mutta Vision kaltaista verkkotuotantoa on vieläkin yllättävän vähän. Opiskelijatelevisioista TV Borgå

(<http://www.tvborga.com>) aloitti internet-lähetysensä vuoden Vision jälkeen eli vuonna 2001. Lähetettävä materiaali on tosin samaa, mitä Porvoon opiskelijatelevisio lähettää kaapelitelevisiossa. (Tuisku 2001.)

Niin sanottua muusta mediasta lapioitua tuotantoa, eli showelware-tuotantoa, verkossa on paljon. Uutta mediaa siis käytetään journalismin esittämälustana, mutta usein medioiden ominaispiirteet ovat jätetty huomioimatta ja muuhun mediaan valmistettu materiaali on siirretty sellaisenaan verkkoon (Mäkeläinen, Villi & Mäkäläinen 2001, 62).

Esimerkkejä lapioidusta verkkovideomateriaalista ovat muun muassa televisiouutiset (esim. www.jyu.fi/yle/) ja edellä mainittu Porvoon opiskelijatelevisio. Myös joitakin Nelosen viihdeohjelmia voi katsoa verkosta (<http://elisa.net/elisatv/>). Televisiolähetysten verkkoversioiden lisäksi verkosta voi katsoa esimerkiksi musiikkivideoita (esim. Music Television, <http://www.mtv.com/music/video/>) ja elokuvatrailereita (esim. <http://movies.real.com/>), joiden tarjonnan arvellaan myös kasvavan tulevaisuudessa.

Verkossa tarjotaan myös toimittamatonta videomateriaalia, kuten henkilöiden ja paikkakuntien webcamit eli verkkokamerat, jotka lähettävät videota reaaliajassa verkkoon. Esimerkiksi Jyväskylän kompassilta lähetetään verkkokamerakuvaa 24 tuntia vuorokaudessa (<http://ns1.keskisuomalainen.fi/webcam/>). Myös Nelosen Saari-ohjelmassa hyödynnettiin verkkokameroita.

Toki myös suunniteltua ja toimitettua videomateriaalia verkossa on, tosin vähemmän. Vuonna 1998 aloittanut Ylen nettiradio Mikaeli (<http://www.yle.fi/mikaeli/>) on hyvä esimerkki toimitetusta verkkomateriaalista. Se tarjoaa tekstin, still-kuvien ja äänen lisäksi myös videota. Multimediakerrontaa ja -muotoa taas hyödynnetään Helsingin Sanomien webortaseissa (<http://www.helsinginsanomat.fi/klik/webortasit/>), jotka ilmestyivät ensimmäisen kerran vuonna 1998. Osa lehdistä, kuten Keskisuomalainen ja Seiska, tarjoavat myös verkkolehdistään video-ohjelmia.

Edelleen Visio on omalla tavallaan ainutlaatuinen julkaisufoorumi verrattuna muuhun verkkovideotarjontaan. Se pyrkii hyödyntämään kaikkia mediaelementtejä: valokuvia,

liikkuvaa kuvaa, tekstiä ja hyperlinkkejä, mutta painopiste on videotuotannossa. Vision videotuotanto tehdään verkon asettamien ehdoin. Uuden julkaisumedian, eli verkon, erityispiirteet huomioidaan jo materiaalin suunnittelu- ja toteutusvaiheessa.

Verkkotelevisioita on ollut vähän, siten niitä on myös tutkittu vähän. Suomalaista ja kansainvälistä tutkimusta siitä, millaiseksi käyttäjät kokevat internet-televisiot, eli liikkuvaa kuvaa lähettävät sivustot, ei ole. Miten tutkimusta voisi olla, kun kyseisiä medioita ei ennen Visiota ole ollut? Tämä tutkimus on ensimmäisiä aiheesta tehtyjä tutkimuksia ja pyrkii avaamaan tutkimuskenttää pieneltä osaltaan.

Verkkovideon käytöstä ei ole juurikaan aikaisempaa tutkimusta. Aiemman tutkimuksen vähäisyys johtuen tässä tutkimuksessa ei ole erillistä teoriaosuutta. Tutkimuksessa on hyödynnetty erilaisia tutkimusaloja, joiden tietoja on yhdistetty tutkimuksen tuloksiin luvussa 7. Tässä tutkimuksessa hyödynnetään muun muassa television ja internetin käyttötutkimuksia ja käytettävyys- ja vuorovaikutusteorioita.

Käyttäjien asenteita verkossa esitettävää videota kohtaan on kartoitettu esimerkiksi Kansallisen multimedia-ohjelman KAMUn Kuluttajatutkimus-osiossa. Hankkeessa kartoitettiin ennako-oletuksia ja -asenteita digitaalisen median ilmiöitä kohtaan (esimerkiksi verkkovideo), mutta mitään konkreettisia sivustoja käyttäjillä ei ollut vielä silloin arvioitavana. Myös käytettävyys-tutkijat ovat osaltaan selvittäneet videon verkkokäyttöä, mutta he paneutuvat enemmän teknisiin kuin sisällöllisiin seikkoihin. Sisällöllisestä ja käyttäjänäkökulmasta tehtyä verkkovideon käyttötutkimusta ei juuri ole.

On ennustettu, että verkossa esitettävä videostrimi lisääntyy 40 %:lla nykyisestä. AccuStream iMedia Researchin mukaan tarjolle tulee erityisesti musiikkiin, uutisiin ja elokuvaan liittyviä streaming-toteutuksia. (Viitasaari 2003.) Verkkovideon hyödyntäminen kasvaa myös muissa konteksteissa. Jo nyt joissakin yrityksissä käytetään sisäisessä ja ulkoisessakin tiedotuksessa verkkovideota. Myös verkko-oppimateriaalit sisältävät videota koko ajan enemmän. Toivottavasti tulevaisuudessa panostettaisiin määrän lisäksi myös siihen, että videoissa olisi myös merkityksellistä sisältöä.

Tutkimusta internet-medioista ja liikkuvan verkkokäytön kokemuksista tarvitaan. Käyttäjien ja asiantuntijoiden arviot ovat tärkeitä, jotta osataan tehdä tarkoituksenmukaista ja merkityksellistä sisältöä sekä uuden julkaisukanavan että käyttäjien kannalta. Tässä tutkimuksessa selvitetään sitä, miten Vision käyttäjät ja asiantuntijat käyttävät internet-tv:tä, millaiseksi he kokevat käytön ja miten he suhtautuvat verkkovideoihin ja niitä lähettävään mediaan. Lisäksi kartoitetaan sitä, miten käyttäjät ja tieto- ja viestintätekniikan asiantuntijat kehittäisivät Visiota. Vision käyttäjiä ja tieto- ja viestintätekniikan asiantuntijoita teemahaastateltiin syksyllä 2001.

Tutkimuksen tulokset hyödyttävät ennen kaikkea Vision tekijöitä. Niiden avulla voidaan kehittää Visiota. Vaikka käyttäjät ja asiantuntijat arvioivat nimenomaan Visiota, voivat vastaukset antaa osviittaa myös muiden verkkovideomateriaalin tuottajille. Luvussa 5 saa vastauksia muun muassa siihen, millaista videomateriaalia käyttäjät haluavat verkosta nähdä, ja mikä voisi saada heidät käymään sivustolla alkuinnostuksenkin jälkeen. Luvussa 6 taas esitellään tieto- ja viestintätekniikan asiantuntijoiden arviot Visiosta.

Verkko mahdollistaa sen, että Visiota voi käyttää kuka tahansa, mistä tahansa, millä päätelaitteilla, internet-yhteyksillä ja selaimilla tahansa. Samasta syystä on vaikea arvioida sitä, ketä sivuston käyttäjät ovat. Visiota, eikä muitakaan medioita, voida kohdentaa ilman, että tiedetään käyttäjistä. Tämä tutkimus vastaa luvussa 4 siihen, ketä Vision käyttäjät ovat, mistä he ovat, ja milloin he Visiota käyttävät. Tuloksia voidaan hyödyntää Vision jatkokehityksessä ja sisällön kohdentamisessa. Käytön määrästä ja jakautumisesta kertovat Vision palvelimen lokeihin perustuvat määrälliset tilastot. Lokilla tarkoitetaan tiedostoa, johon järjestelmä kirjaa automaattisesti tiedot käytön aikana sattuneista tapahtumista (Järvinen 1999, 326).

Visiota ennen Jyväskylän yliopistossa toimi yliopisto-televisio PULP, joka aloitti toimintansa 1993 nimellä Club Academica. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on myös kirjata Jyväskylän yliopistotelevisiotoiminnan historia vuosilta 1993–2002. Yliopistotelevision toiminnasta kertovat yliopistotelevision entiset tuottajat. Yliopistotelevisiotuottajien kertomukset kerättiin sähköpostikyselyllä elokuussa 2002. Heidän vastauksiensa perusteella kirjattiin Jyväskylän yliopistotelevisiotoiminnan pääpiirteet. Luku 3 kuvaa yliopistotelevision historian, joka on myös osa Jyväskylän yliopiston sekä viestintätieteiden laitoksen historiaa.

Tutkimuksessa myös selvitetään vuonna 2000 syntyneen internet-television Vision vaiheet. Vision suunnittelusta ja toteuttamisesta vastasi kanssani toisena tuottajana toiminut Ilpo Kiiskinen. Vision historian ja suunnittelulähtökohtien dokumentointi perustuu omiin muistiinpanoihini suunnittelu- ja toteutustyön ajoilta sekä WWW-ryhmän ja toisena tuottajana toimineen Ilpo Kiiskisen kanssa käytyihin keskusteluihin. Tämä tutkimus on siten myös suurelta osalta oman työn arviointia ja dokumentointia.

Tämän tutkimuksen tutkimusaineisto on monitahoinen ja koostuu useasta aineistosta, koska tutkimuksen tavoitteena on antaa monipuolinen kuva siitä, miten yliopistotelevision toiminta alkoi, miten se siirtyi internetiin, millaiseksi internet-telvisio Vision käyttö ja toteutus koetaan ja kuinka sitä voidaan kehittää tulevaisuudessa.

2 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

2.1 Tutkimuskysymykset

Tutkimuksen ensimmäisenä tavoitteena on selvittää, kuinka paljon Visiota on käytetty sen kaksivuotisen toiminnan aikana. Käytön määrän lisäksi selvitetään, mihin aikaan ja mistä Visiota käytetään. Käytön määrän ja jakautumisen selvittäminen voi auttaa netti-televisiokonseptin jatkokehittämistä.

Ensimmäinen tutkimuskysymys:

Miten paljon Visiota on käytetty 10.11.2000–10.11.2002 välisenä aikana?

Tutkimuksen toisena tavoitteena on kuvata yliopistotelevisiotoiminnan historia Club Academican synnystä Vision toimintaan asti. Historian kuvauksen tarkoituksena on antaa tietoa siitä, miten yliopistotelevisiotoiminta alkoi, kuinka se on kehittynyt kymmenvuotisen historian aikana ja millaista sen toiminta on ollut eri aikoina. Tietenkin tavoitteena on myös yliopistotelevision historian tallentaminen kirjalliseen muotoon.

Toinen tutkimuskysymys on:

Millaista yliopistotelevisiotoiminta on ollut yliopistotelevision tuottajien mielestä Jyväskylän yliopistossa vuodesta 1993 vuoteen 2002?

Vision suunnitteluvaiheessa tuottajilla Ilpo Kiiskisellä ja Niina Kataisella sekä WWW-ryhmällä oli ennako-oletuksia siitä, miten Visiota käytetään. Nämä ennako-odotukset ohjasivat Vision suunnittelu- ja toteutustyötä. Tässä tutkimuksessa selvitetään Vision käyttäjien kokemuksia Vision käytöstä, sen konseptista, sisällöstä ja sivustosta. Tutkimuksessa pyritään selvittämään, millä tavalla ja miksi Visiota käytetään. Lisäksi kartoitetaan, kuinka Visiota voidaan kehittää tulevaisuudessa. Vision käyttäjiksi määriteltiin sellaiset henkilöt, jotka ovat käyttäneet Visiota useammin kuin 2–3 kertaa.

Kolmas tutkimuskysymys on:

Millaiseksi Vision käyttäjät kokevat Vision käytön?

Kolmas kysymys jakautuu alakysymyksiin:

- miten Vision käyttäjät käyttävät Visiota?
- miksi Vision käyttäjät käyttävät Visiota?
- millaiseksi Vision käyttäjät kokevat Vision konseptin ja sen käytön?
- miten Vision käyttäjät kehittäisivät Visiota?

Käyttäjäkokemusten lisäksi tutkimuksessa kartoitetaan, miten tieto- ja viestintäteknikan asiantuntijat arvioivat Vision konseptia, sisältöä, tekniikkaa ja tulevaisuutta. Asiantuntijoita haastateltiin siksi, että heiltä saataisiin ideoita Vision kehittämiseen. Lisäksi asiantuntijoiden uskottiin arvioivan Visiota oman erikoisalansa näkökulmasta, ja siten tuovan uusia näkökulmia tutkittavasta aiheesta käyttäjäkokemusten rinnalle. Oletettiin myös, että heidän vastauksensa voisivat selittää ja täydentää käyttäjien haastattelutuloksia.

Neljäs tutkimuskysymys:

Miten tieto- ja viestintäteknikan asiantuntijat arvioivat Visiota?

Tutkimuksen tavoitteena on siis kuvailla Vision käyttömääriä ja yliopistotelevision historiaa. Lisäksi tavoitteena kartoittaa sitä, miten Vision käyttäjät ja tieto- ja viestintäteknikan asiantuntijat arvioivat Visiota ja sen käyttöä.

2.2 Tutkimusmenetelmän valinta

Laadullinen tutkimus keskittyy siihen, kuinka tutkittavat kokevat ympäröivän todellisuuden ja mitä se heille merkitsee. Kiinnostuksen kohteena ovat tutkittavien henkilökohtaiset ja subjektiiviset kokemukset, merkitykset ja käsitykset tutkittavasta ilmiöstä. (Neuman 1994, 318.)

Laadullisessa tutkimuksessa yleistämisen sijaan pyritään ymmärtämään tapahtumaa tai paikallista ilmiötä. Kvalitatiivisen tutkimuksen tavoitteena on kontekstuaalisuus, tulkinta ja tutkittavien näkökulman ymmärtäminen. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 58–59.) Tämän tutkimuksen tutkimuskysymykset ovat laadullisia, kuten on valittu tutkimusmenetelmäkin. Laadulliseen tutkimusotteeseen päädyttiin, koska tutkimus kohdistuu siihen millaisia ajatuksia, kokemuksia ja käsityksiä tutkittavilla on Visiosta. Laadullinen tutkimus mahdollistaa tutkijan saavan sellaisen kuvan tutkittavasta ilmiöstä, mikä tutkittaville asiasta on (Patton 1994, 13).

Triangulaatio tarkoittaa erilaisten aineistojen, tutkimusmenetelmien ja teorioiden käyttöä samassa tutkimuksessa (Eskola & Suoranta 1998, 69; Neuman 1994, 140; Patton 2002, 555–556). Tässä tutkimuksessa on kysymyksessä aineistotriangulaatio, joka tarkoittaa Dentzin (1978) mukaan sitä, että tutkimuksessa yhdistellään useanlaisia aineistoja (Eskolan & Suorannan 1998, 69 mukaan).

Tässä tutkimuksessa käytetään erilaisin tutkimusmenetelmin saatua aineistoa, koska niiden avulla voidaan saada tutkittavasta ilmiöstä, Visiosta, monipuolinen ja rikas kuva. Useat aineistot, tutkimusmenetelmät tai tutkijat mahdollistavat ilmiöön liittyvien erilaisten näkökulmien selvittämisen, ja voivat lisätä tutkimuksen luotettavuutta (Eskola & Suoranta 1998, 69; Neuman 1994, 140; Patton 2002, 555–556).

Tutkimuksen yhtenä tavoitteena, historian kuvaamisen lisäksi, on saada monipuolinen kuva siitä, millaiseksi Vision käyttö koetaan ja miten sitä käytetään. Siksi tässä tutkimuksessa yhdistellään kvalitatiivisia aineistoja (käyttäjien ja asiantuntijoiden teemahaastattelut) ja kvantitatiivisia tilastoja, joista saadaan tietoa eri näkökulmista. Vision käyttötilastot eivät ole yksittäinen tutkimusmenetelmä, vaan ne täydentävät teemahaastattelujen tuloksia.

Vision palvelimen lkiin perustuvat tilastot ovat kvantitatiivista aineistoa, ja tässä tutkimuksessa voitaneen puhua kvantitatiivisen aineiston, tilastojen, täydentävästä käytöstä. Täydentävällä eli komplementaarisella käytöllä tarkoitetaan sitä, että kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen menetelmä suunnitellaan kattamaan tutkimuksen eri alueita ja ne antavat tutkimukselle erilaisia näkökohtia samaan aiheeseen (Hirsjärvi & Hurme 2001, 32). Tilastojen tavoitteena ei ole varmentaa

päätuloksia, vaan niiden tarkoituksena on antaa erilaista näkökulmaa tutkimuskohteesta ja kuvailla Vision käytön määrää ja jakautumista.

2.2.1 Vision käyttötilastot

Tutkimuksen teemahaastattelujen tarkoituksena on selvittää, miten ja miksi Visiota käytetään ja millaiseksi sen käyttö koetaan. Lisäksi päädyttiin selvittämään tilastolliset tiedot Vision käytöstä, joiden avulla saadaan kvantitatiivista aineistoa Vision käytön määrästä ja siitä mistä Visiota käytetään. Tilastolliset tiedot eivät ole yksittäinen tutkimusmenetelmä, vaan ne täydentävät tutkimuksen teemahaastatteluja.

Vision käyttötilastot perustuvat Vision serverin, eli palvelimen, lokitiedostoihin, joiden avulla saadaan yksityiskohtaista tietoa jokaisesta Vision ohjelman latauskerrasta. Lokilla tarkoitetaan tiedostoa, johon järjestelmä kirjaa automaattisesti tiedot käytön aikaisista tapahtumista (Järvinen 1999, 326). Tässä tapauksessa kyseessä on tietoliikenneohjelman yhteysloki, joka kertoo kuinka monta kertaa Vision videotiedostoja, eli Vision ohjelmia, on ladattu.

Lokitiedostot analysoi atk-keskuksen atk-suunnittelija Jussi Talaskivi, joka rakensi verkkoon lokisivuston (<http://mad-hatter.cc.jyu.fi/analog/>) heinäkuussa 2002. Sivun tiedot koostuvat Vision palvelimen mad-hatterin lokitiedoista 10.11.2000 alkaen. Lokitiedot päivittyvät joka vuorokausi 04.00.

Lokitiedostojen tilastoista selviää, montako kertaa Vision ohjelmia on ladattu kahden vuoden aikana ja mistä internet-yhteyksistä ja maista ohjelmia on ladattu. Lisäksi tilastot osoittavat, miten käyntikerrat jakautuvat viikonpäiville, tunneille ja kuukausille. Tilastot myös kertovat, montako kertaa yksittäisiä ohjelmia on ladattu Vision sivustolta.

2.2.2 Yliopistotelevision tuottajien sähköpostikysely

Yliopistotelevision toiminnan historian kuvailu on tutkimuksen yksi tavoite. Jyväskylän yliopistotelevision toiminnasta ei ole olemassa aikaisempia kirjallisia dokumentteja. Aineisto kerättiin sähköpostikyselyllä yliopistotelevision entisiltä tuottajilta.

Kysely mielletään kvantitatiiviseksi menetelmäksi (Neuman 1994, 222), mutta tässä tutkimuksessa kyselyn avulla pyrittiin keräämään laadullisia kuvauksia yliopistotelevision toiminnasta. Kyselyn avulla voidaan selvittää vastaajien henkilökohtaisia mielipiteitä, uskomuksia, mielipiteitä, käyttäytymistä ja odotuksia (Neuman 1994, 222).

Tässä tutkimuksessa käytetään useita aineistoja, mikä vie aikaa enemmän kuin yhden menetelmän käyttö. Sähköpostikyselyyn päädyttiinkin siksi, että se on nopea tapa kerätä materiaalia. Tutkimuksen tavoitteena oli kuvailla kyselyjen avulla yliopistotelevision historia pääpiirteissään, eikä mennä syvemmälle analyysissä ja historiankirjoituksessa. Tämän vuoksi tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselyä, eikä esimerkiksi haastattelua.

Yleensä kyselyissä kerätään tietoa laajalta vastaajajoukolta spesifisin kysymyksin (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2002, 182). Tässä tutkimuksessa vastaajajoukko ei ollut sattumanvarainen, vaan se oli määritelty sekä laajuudeltaan pieni. Sähköpostikysely lähetettiin seitsemälle tuottajalle. Sähköpostikysely on tutkimuksen liitteenä (liite 1). Sähköpostitse lähetetty kyselylomake koostui seitsemästä avoimesta kysymyksestä, joilla kartoitettiin millaista yliopistotelevisiotoiminta oli ollut kyseisen tuottajan aikana.

Kyselyissä voidaan käyttää avoimia, strukturoituja kysymyksiä tai asteikkoja, esimerkiksi monivalintakysymykset (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2002, 185–186; Neuman 1994, 233–234). Tässä tutkimuksessa käytetty sähköpostikysely oli luonteeltaan kvalitatiivinen. Kysymykset olivat avoimia, ja kysely lähetettiin tarkasti määritellylle vastaajajoukolle.

Sähköpostikyselyn kysymykset olivat avoimia, koska tarkoituksena oli koota tuottajien kuvauksia yliopistotelevisiotoiminnasta, eikä sen keräämiseen olisi soveltuneet strukturoidut kysymykset. Avoimet kysymykset mahdollistavat sen, että vastaajat voivat vapaasti kertoa mitä he ajattelevat ja tuntevat asioista. Lisäksi avoimet kysymykset mahdollistavat useat vastausvaihtoehdot, ja vastaajat voivat tarkentaa sekä selventää vastauksiaan. Avoimet kysymykset myös tuottavat yksityiskohdiltaan rikkaita vastauksia. (Neuman 1994, 233–234.)

Sähköpostikysely lähetettiin heinäkuussa niille tuottajille, jotka olivat tutkijan tiedossa. Kyselyjen ajankohta osoittautui huonoksi, koska heinäkuussa oli suurimmalla osalla tuottajista

kesäloma. Kysely lähetettiin uudelleen elokuussa 2002. Kyselyyn vastasivat kaikki tuottajat, joille kysely lähetettiin. Yhden tuottajan yhteystietoja ei saatu selvitettyä, minkä takia hänelle ei lähetetty sähköpostikyselyä.

2.2.3 Yliopistotelevision tuottajien sähköpostikyselyn analysointi

Yliopistotelevision tuottajilta pyrittiin saamaan laadullisia kuvauksia siitä, millaista yliopistotelevision toiminta oli ollut heidän aikanaan. Sähköpostikyselyä ei analysoitu syvällisesti, koska kyselyn tarkoituksena oli selvittää ainoastaan yliopistotelevisiotoiminnan historian päälinjat. Kyselyjen aineistoista pyrittiin löytämään kyseistä ajanjaksoa eniten leimaavat pääpiirteet.

Kyselyn aineistoa ei kyseenalaistettu. Tuottajien vastauksiin ja muistikuviiin luotettiin, ja niistä koottiin päälinjat jotka kuvastivat kyseisen ajan yliopistotelevisiotoimintaa tuottajien mielestä. Yliopistotelevision toiminnasta ei ole kirjallisia dokumentteja eikä muutenkaan materiaalia, johon tuottajien vastauksia ja muistikuvia olisi voinut verrata. Yliopistotelevision historiaa käsittelevä osuus siis perustuu entisten tuottajien subjektiivisiin kertomuksiin.

Yliopistotelevision vanhat ohjelmat ovat tallessa, mutta niitä ei tarkasteltu tätä tutkimusta varten, sillä ajankäytöllisesti se ei ollut mahdollista. Vuoden 1997–2002 ajan olen itse ollut mukana yliopistotelevision toiminnassa. Kyseisten vuosien toiminnan kuvauksissa olen käyttänyt apuna omia muistikuviani kyseiseltä ajalta.

2.2.4 Käyttäjien ja asiantuntijoiden teemahaastattelut

Tutkimuksen käyttäjä- ja asiantuntija-aineistot kerättiin teemahaastatteluilla loka–joulukuussa 2001. Tutkimusta varten haastateltiin Vision käyttäjiä ja tieto- ja viestintäteknologian asiantuntijoita. Ennen varsinaisia haastatteluja tehtiin esihaastattelu, jonka avulla testattiin haastatteluteemoja ja niiden toimivuutta. On suositeltavaa, että ennen varsinaisia haastatteluja tehdään testihaastatteluja, koska ne parantavat haastattelujen laatua ja valmistavat haastattelijaa haastattelutilanteeseen (Kvale 1996, 147).

Tutkimusmenetelmäksi valittiin teemahaastattelu, koska se sopii menetelmäksi kun pyritään selvittämään mitä tutkittavat ajattelevat, tuntevat ja uskovat tutkittavasta aiheesta ja ilmiöstä. Haastattelun avulla voidaan selvittää myös tutkittavien motiiveja, joita on vaikea selvittää esimerkiksi havainnoimalla. (Berger 2000, 113; Kvale 1996, 105; Patton 2002, 340–341.) Tämän tutkimuksen yhtenä mielenkiinnon kohteena on selvittää, millaiseksi Vision käyttäjät kokevat Vision käytön, miksi he Visiota käyttävät ja miten asiantuntijat Visiota arvioivat. Teemahaastattelu vastaa tämän tutkimuksen tutkimusongelmiin.

Teemahaastattelujen tavoitteena on koota käyttäjien ja tieto- ja viestintätekniikan asiantuntijoiden laadullisia kuvauksia Vision käytöstä ja käyttökokemuksista. Kvalen (1996, 124) mukaan haastattelemalla saadaan kuuluville tutkittavien oma ääni ja saavutetaan laadullisia kuvauksia ilmiöstä. Teemahaastattelu valittiin tutkimusmenetelmäksi, koska internet-tv:n käytöstä ei ole aikaisempaa tutkimusta ja siten sen käyttötapoja ja -syytä on hankala ennustaa. Haastattelun käyttö onkin perusteltua silloin, kun kyseessä on vähän tutkittu ja tuntematon alue (Hirsjärvi & Hurme 2001, 34).

Käyttäjäkokemuksien ennustamisen hankaluus vaikutti myös siihen, että strukturoidun haastattelun sijasta menetelmäksi valittiin puolistrukturoitu teemahaastattelu. Tutkittaville haluttiin antaa mahdollisuus kertoa Vision käytöstä mahdollisimman vapaasti. Lisäksi haluttiin varmistaa myös se, että haastattelun kulkua voisi säädellä haastateltavien vastausten ja tarinoiden mukaan.

Teemahaastattelu on joustava ja mukautuva menetelmä, joka mahdollistaa aineistonkeruun säätelyn (Kvale 1996, 124). Tutkijalla on haastattelun aikana mahdollisuus pyytää perusteluja esitetyille mielipiteille, täsmentää kysymyksiä sekä selventää, syventää ja tarkentaa tutkittavien vastauksia (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara, 2002, 192).

Haastattelu on keskustelumainen vuorovaikutustilanne, jossa sekä haastattelija että haastateltava ovat aktiivisessa roolissa (Holstein & Gubrium 1997, 113–114). Haastateltavalla on mahdollisuus kertoa itseään koskevista asioista mahdollisimman vapaasti, ja myös hän voi täsmentää vastauksiaan tai tutkijan kysymyksiä. Tutkijalta taas vaaditaan aktiivista kuuntelemista, jotta hän voi tarvittaessa täsmentää kysymyksiään, säädellä haastattelun kulkua

ja huomioida myös haastateltavan nonverbaaliset vihjeet. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 103: Kvale 1996, 132–135.)

Tässä tutkimuksessa ei ollut tarkasti enakkoon määriteltyjä kysymyksiä, vaan haastattelut etenivät tutkimuskysymyksiensä pohjalta muodostettujen teemojen mukaan mikä on tyypillistä teemahaastattelulle Hirsjärven ja Hurmeen (2001, 103) mukaan. Haastattelutilanteessa tutkijalla oli apuna haastattelurunko haastattelun teema-alueista. Haastattelurungon avulla varmistettiin se, että jokainen teema käytiin jokaisen haastateltavan kanssa.

Teemahaastattelun hyödyllinen ominaisuus on, että vaikkei ennalta tehtyjä ja tarkkoja kysymyksiä ole, niin teemat kuitenkin varmistavat, että jokaisen haastateltavan kanssa käsitellään samat aihealueet. Lisäksi teemat varmistavat sen, että tutkimushaastattelu kohdistuu tutkimusongelmien kannalta keskeisiin asioihin. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 67; Patton 2002, 342–343.) Haastattelutilanteessa teema-alueita ja kysymyksiä voivat tarkentaa niin haastattelijä kuin haastateltavakin. Teemat voivat osaltaan auttaa niin vastaamista kuin vastausten ymmärtämistä. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 67.)

Tässä tutkimuksessa teemoja tarkennettiin ja täsmennettiin haastattelujen kuluessa. Esimerkiksi vuorovaikutus-teemaa täsmennettiin kahden haastateltavan kanssa, koska he eivät ymmärtäneet mitä vuorovaikutuksella tarkoitetaan tässä yhteydessä. Haastattelukysymykset tulisi suunnitella siten, että käytettävät käsitteet olisivat mahdollisimman samankaltaisia tutkittavien käsitteiden kanssa. Haastatteluissa tulisi välttää jargonia ja epäselviä ilmaisuja. Kysymyksiä tulisi olla mahdollisimman selkeitä ja ymmärrettäviä. (Kvale 1996, 148; Patton 2002, 361–363.)

Jo haastatteluvaiheessa saattaa tutkittavien haastatteluista nousta esiin uusia teemoja, joita voi ottaa esiin seuraavissa haastatteluissa. Lisäksi aineistosta usein löytyvät lähtökohtateemat, mutta myös uusia ja ennalta-arvaamattomia teemoja nousee esiin. Teemat voivat auttaa myös aineiston analysointivaiheessa, koska aineistoa voidaan teemoitella haastatteluteemojen mukaisesti, kuten tässäkin tutkimuksessa tehtiin. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 173.) Teemahaastattelujen tuloksia voidaan kuitenkin analysoida myös muilla tavoin, esimerkiksi kvantitatiivisesti (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2002, 195).

Käyttäjähaastattelut

Käyttäjähaastattelut koottiin puolistrukturoidulla teemahaastattelulla kuudelta Vision käyttäjältä loka-joulukuussa 2001. Tässä tutkimuksessa haastateltavaksi etsittiin ja valittiin sellaisia henkilöitä, jotka ovat käyttäneet Visiota satunnaisesti useammin kuin yhden kerran. Tähän päädyttiin, koska haluttiin tietää käyttökokemuksista, -tavoista ja -systä, joita ei olisi saatu tietää muilta kun Vision oikeilta käyttäjiltä.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineisto koostuu yleensä pienistä määristä tapauksia, ja se on harkinnanvarainen näyte kohdejoukosta eikä tilastollinen otos. Tutkittavan joukon poiminnan ei kuitenkaan tule olla sattumanvaraista, mikäli kyseessä ei ole ennalta tuntematon kohde. (Eskola & Suoranta 1998, 18.)

Käyttäjien tavoittamiseen käytettiin Jyväskylän yliopisto-opiskelijoille suunnattua sähköpostia, joka lähetettiin syyskuussa 2001. Sähköpostissa kuvailtiin lyhyesti tutkimuksen tarkoitus ja pyydettiin vapaa-ehtoisia ilmoittautumaan haastatteluun.

Kaksi haastateltavaa ilmoittautui kyseisen sähköpostin perusteella. Yksi haastateltavista lähetti palautetta Vision WWW-sivujen kautta, jonka jälkeen hänelle lähetettiin sähköpostitse haastattelupyyntö. Yhden haastateltavan yhteystiedot saatiin Vision toimittajalta. Kaksi haastateltavista oli vastannut Vision testausvaiheessa syksyllä 2000 lähetettyyn sähköpostikyselyyn, jonka perusteella heihin otettiin yhteyttä. Vision käyttäjien tavoittaminen oli vaikeaa, mutta jokainen haastatteluun pyydetty suostui mielellään haastatteluun.

Haastatelluista käyttäjistä (N=6) miehiä oli neljä ja naisia kaksi. Haastateltavat olivat iältään 22–36-vuotiaita, joista viisi opiskelee Jyväskylän yliopistossa ja yksi Teknillisessä korkeakoulussa. Haastateltavat opiskelivat pääaineinaan matematiikkaa, pohjoismaista filologiaa, kasvatustiedettä, tietotekniikkaa ja puheviestintää.

Haastattelujen kestot vaihtelivat 35 minuutista 95 minuuttiin. Keskimääräinen haastattelun pituus oli 50 minuuttia. Haastattelut tallennettiin nauhoittamalla. Kukaan haastateltavista ei

vastustanut haastattelujen nauhoittamista. Ennen haastattelua haastateltaville kerrottiin haastattelun tarkoitus, ja korostettiin luottamuksellisuutta.

Lisäksi haastateltavia kannustettiin ennen haastattelua ja sen aikana kertomaan avoimesti niin positiivisia kuin negatiivisia mielipiteitä kysyttävistä teemoista. Haastateltavia kannustettiin tähän, koska kaikki haastateltavat tiesivät haastattelijan olevan Vision tuottaja. Kannustuksella pyrittiin lisäämään tutkimuksen luotettavuutta ja ehkäisemään sitä, että haastateltavat antaisivat sosiaalisesti hyväksyttäviä vastauksia ja jättäisivät negatiiviset mielipiteensä kertomatta.

Haastattelun teemat muodostettiin tutkimuskysymyksien perusteella. Haastattelurungon pääteemat olivat: a) Vision käyttö, b) Visio netti-tv:nä, c) Vision funktio, d) Vision sisältö, e) Vision vuorovaikutus ja f) Vision tulevaisuus. Lisäksi haastattelun aluksi kysyttiin haastateltavilta taustatiedot sekä yleisesti internetin käytöstä ja määrästä.

Teemahaastattelurunko oli haastatteluissa mukana muistilistana, mutta haastatteluissa teemojen järjestys vaihteli haastattelutilannetta ja haastateltavan vastauksia mukaillen. Kaikista teemoista kysyttiin kaikilta vastaajilta tai haastateltavat puhuivat teemoista oma-aloitteisesti. Haastattelun lopuksi kysyttiin oliko vastaajalla jotain muuta sanottavaa netti-tv Visioon liittyen, mikä ei ole tullut haastattelun aikana esiin. Kaksi vastaajista tiivistä sanottavansa ja neljällä ei ollut lisättävää.

Kaksi haastateltavaa oli katsonut kaikki Vision ohjelmat ennen haastattelua, ja yksi oli käynyt tutustumassa Vision sivustoon muun muassa lukemalla Vision info-sivun, vaikka valmistautumista ei edellytetty mikä myös kerrottiin haastateltaville haastattelua sopiessa. Kahdella haastateltavalla oli mukanaan muistilista, johon he olivat jo etukäteen kirjoittaneet mielipiteitään Visiosta, sen ohjelmista ja sivustosta. Haastattelut olivat tunnelmaltaan leppoisia keskustelutilaisuuksia.

Asiantuntijahaastattelut

Tieto- ja viestintäteknologian asiantuntijoita haastateltiin marras-joulukuussa 2001. Asiantuntija-aineisto kerättiin myös puolistrukturoidulla teemahaastattelulla.

Asiantuntijahaastatteluun osallistui kolme miespuolista henkilöä. Heistä jokainen on Jyväskylän yliopistossa töissä tieto- ja viestintäteknologiaan liittyvissä tehtävissä. Jokaisen asiantuntijan tiedettiin tuntevan Vision ja kokeilleen sen käyttöä ainakin muutaman kerran. Henkilöille soitettiin ja selostettiin lyhyesti tutkimuksen tarkoitus sekä pyydettiin osallistumaan tutkimukseen. Jokainen suostui haastatteluun.

Haastattelujen paikkana oli työhuone, koti ja työpaikkakahvila. Haastattelujen kesto vaihteli 27 minuutista 55 minuuttiin. Keskimääräinen asiantuntijahaastattelun kesto oli 40 minuuttia. Haastateltaville korostettiin tutkimuksen luottamuksellisuutta ennen haastatteluja, ja heiltä pyydettiin lupa nauhoittaa haastattelu johon kaikki suostuivat.

Asiantuntijahaastatteluissa teemahaastattelurungon pääteemat olivat samankaltaisia kuin käyttäjähaastatteluiden teemat. Asiantuntijahaastattelun pääteemat olivat a) yleisarvio Visiosta, b) Vision WWW-sivut, c) Vision sisältö, d) Vision käytettävyys, e) Vision vuorovaikutus ja f) Vision tulevaisuus. Haastatteluissa keskusteltiin kaikista teemoista, mutta jokainen haastateltava kertoi eniten oman erikoisalaansa liittyvistä teemoista, kuten esimerkiksi tekniikka tai multimediasovellukset.

Haastattelurungon avulla tarkastettiin, että jokaisesta teemasta oli keskusteltu ja sen avulla myös pidettiin huolta ajankäytöstä, sillä kahta haastateltavaa haastateltiin työpäivän aikana. Haastattelurunko auttaa haastattelujen ajankäyttöä, varsinkin silloin jos aikaa on rajoitettu määrä (Patton 2002, 343). Haastatteluissa oli miellyttävä ilmapiiri.

2.2.5 Käyttäjä- ja asiantuntijahaastattelujen analysointi

Haastattelut tallennettiin nauhoittamalla ne sanelukoneen muistikortille, josta tiedostot siirrettiin tietokoneelle litterointia varten. Jokainen haastattelu litteroitiin tekstiksi sanatarkasti käyttäen tekstinkäsittelyohjelmaa. Litterointi suoritettiin huhti–toukokuussa 2002.

Litteroinnin jälkeen haastattelut luettiin kokonaisuudessaan useita kertoja läpi. Haastattelujen lukemisesta pidettiin tauko, kun niistä oli syntynyt kokonaiskuva. Tauon jälkeen haastattelut

luettiin uudelleen useaan kertaan ennen luokittelun aloittamista. Lukemisen aikana merkittiin ylös havaintoja ja tulkintoja, joita aineistosta syntyi.

Jo haastattelutilanteessa merkittiin ylös havaintoja tietyistä teemoista, jotka toistui haastateltavien vastauksissa. Muun muassa sivuston käytettävyys esiintyi useasti. Tutkijan havaintoihin, aineiston ja tutkimusmenetelmän teemojen perusteella muodostettiin karkeita tulosteemoja, joiden ohjaamana aineisto luettiin vielä muutamaan kertaan läpi. Lukemisen aikana syntyneitä tulosteemoja tarkennettiin niihin liittyvillä kysymyksillä, ja pyrittiin siten löytämään niitä tekijöitä joista tulosteema muodostuu tai jotka vaikuttavat tulosteemaan.

Tuloksien teemoittelua ja aineiston lukemista jatkettiin tuloksien pääteemojen ja alakysymysten ohjaamana. Tehtyjen tulosteemakysymysten avulla pyrittiin löytämään ja kokoamaan kaikki tulosteemaan liittyvät maininnat haastatteluista

Esimerkki tuloksien pääteemasta ja sitä tarkentavista kysymyksistä:

Tuloksien pääteema: Sivuston käytettävyys

- mitkä tekijät ovat aiheuttaneet ongelmia sivuston käytössä?
- mitkä tekijät ovat vaikeuttaneet videoiden katsomista?
- mitkä asiat helpottavat Vision käyttöä?
- miten haastateltavien mielestä käyttöä voitaisiin helpottaa?

Tarkennettuihin kysymyksiin etsittiin vastauksia haastatteluista siten, että haastattelut käytiin yksitellen läpi ja vastaukset luokiteltiin sen kysymyksen alle, mistä haastattelijan tulkinnan mukaan oli kyse. Jokaisen haastateltavan vastaus sijoitettiin kopioi-liitä -tekniikalla jonkin teeman alakysymyksen alle. Mikäli samassa haastattelussa oli useita samaan tulosteemakysymykseen liittyviä mainintoja, ne sijoitettiin kysymyksen alle peräjälkeen. Jokaisen vastaukseen liitettiin mukaan tunnistetiedot kenen haastattelusta oli kyse. Tämän jälkeen teemoiteltu aineisto koottiin yhteen.

Teemoiteltu aineisto luettiin uudelleen kun kaikki haastattelut oli käyty läpi, ja vastaukset oli sijoitettu teemakysymysten alle. Vastauksista etsittiin toistuvuutta ja vastauksia luokiteltiin alaluokkiin haastattelujen vastausten perusteella. Tämän jälkeen muodostettiin tuloksien pääteemat. Käyttäjä- ja asiantuntijahaastattelut käsiteltiin erikseen samaa analysointimenetelmää käyttäen.

3 VISION KÄYTTÖ TILASTOINA

Tässä luvussa esitellään Vision lokitiedostosta puretut ja analysoidut tilastot 10.11.2000–10.11.2002 väliseltä ajalta. Jokaisen Vision ladatun ohjelman lataustiedot kirjautuvat Vision lokiin, joka on osoitteessa <http://mad-hatter.cc.jyu.fi/analog/>. Vision lokiin on kerätty tietoja Vision ohjelmien latauskerroista 10.11.2000 lähtien, ja tilastot päivittyvät joka vuorokausi kello 04:00.

Vision tilastojen luvut kertyvät ohjelmien latauskerroista. Ohjelman latauskerta tarkoittaa sitä toimintoa kun yksittäisen ohjelman käynnistää linkki-painiketta painetaan, ja videoklippii alkaa latautua. Siis tilastoihin tallentuu yksi latauskerta, kun esimerkiksi ykköskanavan ohjelma käynnistetään videotiedoston käynnistävästä linkistä ja videotiedosto alkaa latautua. Toinen latauskerta tallentuu kun painetaan kakkoskanavan, tai vaikkapa arkiston yksittäisen ohjelman käynnistää linkkiä. Latauskerrat eivät siis ole Vision sivujen, vaan yksittäisten ohjelmien latauskertoja.

Kahden vuoden ajalta kertyneet lokitietojen tilastot antavat tietoa siitä, miten paljon Vision ohjelmia on ladattu kahden vuoden aikana. Lisäksi tilastot selvittävät, mihin kuukauden- ja vuorokauden aikaan käyttö kohdistuu ja mistä Vision käyttäjät ovat.

3.1 Vision käyttömäärät ja käytön ajoittuminen

Kahden vuoden aikana Vision ohjelmia on ladattu mad-hatter -palvelimelta 40 894 kertaa. Vision sivuilta ladataan ohjelmia kuukaudessa keskimäärin 1700 kertaa. Päivittäin Vision ohjelmia katsotaan keskimäärin 55 kertaa.

Vision kaikkien aikojen vilkkain kuukausi ohjelmien latauksien näkökulmasta on maaliskuu 2002, jolloin Vision ohjelmia on katsottu 3873 kertaa. Vision julkistamisjuhlien aikoihin, joulukuussa 2000, käyttäjät ovat ladanneet ohjelmia toiseksi eniten, yhteensä 2930 kertaa. Kolmanneksi suosituin ohjelmien latauskuukausi on ollut lokakuu 2002 2894 ladatulla ohjelmalla. Vision ohjelmien kuukausittaiset latauskerrat ovat nähtävissä taulukossa 1.

TAULUKKO 1. Vision ohjelmien latauskertojen jakaantuminen kuukausittain 10.11.2000–10.11.2002 välisenä aikana. Tummalla on korostettu kuukaudet, jolloin ohjelmia ladattu eniten ja vähiten. Prosentit on pyöristetty desimaalin tarkkuudella.

Vision latauskerrat vuosi 2000		Vision latauskerrat vuosi 2001		Vision latauskerrat vuosi 2002	
kuukausi	latauskerrat	kuukausi	latauskerrat	kuukausi	latauskerrat
marraskuu	1825 (4 %)	tammikuu	2599 (6 %)	tammikuu	1232 (1 %)
joulukuu	2930 (7 %)	helmikuu	2115 (5 %)	helmikuu	1779 (4 %)
Yhteensä	4755 (12 %)	maaliskuu	2272 (6 %)	maaliskuu	3873 (9 %)
		huhtikuu	1709 (4 %)	huhtikuu	1246 (3 %)
		toukokuu	2085 (5 %)	toukokuu	1618 (4 %)
		kesäkuu	502 (1 %)	kesäkuu	568 (1 %)
		heinäkuu	265 (<1 %)	heinäkuu	613 (1 %)
		elokuu	522 (1 %)	elokuu	545 (1 %)
		syyskuu	841 (2 %)	syyskuu	1518 (4 %)
		lokakuu	1989 (5 %)	lokakuu	2894 (7 %)
		marraskuu	2714 (7 %)	marraskuu	1050* (3 %)
		joulukuu	1590 (4 %)		
		Yhteensä	19 203 (47 %)	Yhteensä	16 936 (41 %)

*latauskerrat 10.11.2002 mennessä.

Kesäkuukausina (kesä-, heinä- ja elokuu) Visiota käytetään vähiten. Vähiten ohjelmia on aloitettu katsomaan heinäkuussa 2001, jolloin ohjelmia on ladattu ainoastaan 265 kertaa. Kevät- ja syyskaudet eivät eroa toisistaan ohjelmien latausmäärien suhteen. Kesän latauskertojen vähenemistä voi selittää se, että tällöin Visio on kesälomalla. Uusia ohjelmia ei ilmesty.

Mielenkiintoista on pohtia sitä, miksi juuri maaliskuu 2002 on katsotuin kuukausi. Tällöin ei ole ollut mitään erityistä mainoskampanjaa Visiosta eikä myöskään erityisiä tapahtumia, jotka

voisivat selittää latauskertojen määrää. Vision katsotuimmat ohjelmatkaan eivät ajoitu kyseiselle kuukaudelle. Eikä maaliskuussa ole ollut teknisiä ongelmia, joiden takia ohjelmia ei olisi pystynyt katsomaan ensimmäisellä latauskerralla. Joulukuun 2000 latauskerrat selittyvät helpommin, koska Visio julkistettiin silloin mistä uutisoitiin laajasti.

Taulukosta 2 selviää, miten Vision käyttö jakautuu viikonpäiville. Suurin osa Vision ohjelmista on katsottu torstaisin ja perjantaisin. Viidennes Vision ohjelmista ladataan torstaisin, jolloin Vision ohjelmia on käytetty 8381 kertaa. Vähiten Visiossa käydään sunnuntaina ja maanantaina. Ladattujen ohjelmien määrä vähenee 4000:lla verrattuna viikon latauskertoihin. Mielenkiintoista on se, että lauantaina on enemmän latauskertoja kuin tiistaina.

TAULUKKO 2. Vision ohjelmien latauskertojen jakaantuminen viikonpäiville 10.11.2000–10.11.2002 välisenä aikana. Mustalla korostettuna päivät, jolloin ohjelmia on ladattu eniten ja vähiten.

latauspäivä	latauskerrat	latauspäivä	latauskerrat
ma	2568 (6 %)	pe	7809 (19 %)
ti	6388 (15 %)	la	6664 (16 %)
ke	6742 (16 %)	su	2342 (5 %)
to	8381 (20 %)	Yhteensä	40894

Oletuksena on ollut, että Vision käyttäjät olisivat opiskelijoita, jotka katsovat Visiota opiskelupaikastaan. Maanantaisin ladataan vähemmän juttuja kuin loppuviikolla. Voisiko tilastojen latauskerroilla olla yhteyttä siihen, että suurin osa luennoista keskittyy keskelle viikkoa?

Lauantaina Visiota katsotaan yllättävän paljon. Onko käyttäjillä silloin enemmän aikaa käytettävänä kuin maanantaina? Vai katsotaanko Visiota lauantaisin siksi, koska silloin voi katsoa kerralla kaikki viikolla päivittyneet ohjelmat?

Eniten Vision ohjelmia katsotaan kello 15.00–16.00 välisenä aikana, jolloin Vision ohjelmia on ladattu 3647 kertaa. Taulukosta 3 huomataan, että Vision ohjelmia käyttö keskittyy 10–19 väliselle ajalle. Kello 16.00 jälkeen ladattujen ohjelmien määrä vähenee tasaisesti aina klo 23

saakka. Hiljaisinta Visiossa on 06–07.00 välisenä aikana, jolloin on aloitettu katsomaan Vision ohjelmia ainoastaan 73 kertaa.

TAULUKKO 3. Vision ohjelmien latauskertojen jakaantuminen tunneittain 10.11.2000–10.11.2002 välisenä aikana. Tummalla on korostettu tunnit, jolloin on eniten ja vähiten latauskertoja.

kello	latauskerrat	kello	latauskerrat
00–01	680 (1,7 %)	12–13	3192 (8 %)
01–02	525 (1,3 %)	13–14	3567 (9 %)
02.–03	188 (0,5 %)	14–15	3381 (8 %)
03–04	148 (0,4 %)	15–16	3647 (9 %)
04–05	161 (0,4 %)	16–17	3150 (8 %)
05–06	80 (0,2 %)	17–18	2654 (6 %)
06–07	73 (0,18 %)	18–19	2389 (6 %)
07–08	277 (0,7 %)	19–20	1936 (5 %)
08–09	991 (2 %)	20–21	1630 (4 %)
09–10	1859 (5 %)	21–22	1742 (4 %)
10–11	2641 (6 %)	22–23	1802 (5 %)
11–12	2938 (7 %)	23–24	1243 (3 %)
		Yhteensä	40894

Katsotuin aika sijoittuu 11–17 välisille tunneille, minkä voisi olettaa johtuvan siitä että opiskelijat tai työssäkävvät ovat kyseisinä hetkinä työ- tai opiskelupaikoillaan hyvien internet-yhteyksien äärellä. Käyvätkö käyttäjät Visiossa esimerkiksi luentojen tai työtaukojen aikana? Voi olla, toisaalta Vision käyttäjämäärät pysyvät melko tasaisina aina klo 23 saakka. Iltakäyttäjienkin siis on. Voidaan olettaa, että myös käyttäjillä löytyy intoa katsoa Visiota myös kotoa käsin.

3.2 Mistä Visiota katsotaan ja Vision ohjelmien top 10

Yli puolet ohjelmista on ladattu päätekoneelle, joka on Jyväskylän yliopiston sisäisessä verkossa. Muiden internet-yhteyksien osuus on pieni mikä selviää taulukosta 4. Toisaalta vajaa viidennes Vision käyttäjistä käyttää Visiota tunnistamattomasta internet-yhteydestä.

TAULUKKO 4. Internet-yhteydet, joista on ladattu Vision ohjelmia 10.11.2000–10.11.2002 väliseltä ajalta.

verkkoyhteys	latauskerrat	verkkoyhteys	latauskerrat
Jyväskylän yliopisto, jyu.fi	21428 (52 %)	Elisa ASDL, omakaista.fi	419 (1 %)
Jyväsviestintä netti.com	2120 (5 %)	Jyväskylän kaupunki, jkl.fi	380 (0,9 %)
Sonera, inet.fi	1667 (4 %)	Saunalahti, saunalahti.fi	345 (0,8 %)
Helsinki Televisio, htv.fi	509 (1 %)	SOON, tpo.fi	332 (0,8 %)
MTV3, mtv3.fi	480 (1 %)	Oulun kaupunki ja yo, oulu.fi	296 (0,7 %)
Jyväskylän ammattikorkeakoulu, jypoly.fi	465 (1 %)	Tampereen teknillinen korkeakoulu, tut.fi	289 (0,7 %)
Teknillinen korkeakoulu, hut.fi	459 (1 %)	British Telecommunications, btopenworld.com	224 (0,5 %)
Jippii, nic.fi	429 (1 %)	Sonera, sonera.fi	168 (0,4 %)
		tunnistamattomat*	9339 (22 %)

*Vision ohjelmia on ladattu 9339 kertaa sellaisesta verkkoyhteydestä, jonka IP-numerokoodia ei ole pystytty tunnistamaan. Tunnistamattomia yhteyksiä on 676 eri verkkoyhteydestä.

Taulukko 4 kertoo, että vaikka suurin osa Vision käyttäjistä on Jyväskylän alueelta. Tosin käyttäjiä on myös muista kaupungeista ja korkeakouluista. Visio ei siten ole ainoastaan Jyväskylän yliopiston opiskelijoiden media, vaan käyttäjäkunta on laajempi.

Lisäksi taulukon perusteella voidaan sanoa, että pääsääntöisesti Visiota käytetään laajakaistayhteyksillä jolloin tiedonsiirtonopeus on hyvä ja kuva päivittyy nopeasti. Laajakaistayhteyksien määrä oli oletettavaa. Taulukko todistaa sen, että modeemikäyttäjiiä Visiolla ei ole. On oletettavaa, että kaikkia muitakin liikkuvaa kuvaa esittäviä sivustoja käytetään pääsääntöisesti nopeilla internet-yhteyksillä. Yhteysnopeudet kasvavat jatkuvasti, mikä ansiosta mahdollinen käyttäjäkunta laajentunee tulevaisuudessa. Tekniikka ei enää estä

katsomista, ja videoiden laatu paranee sen myötä kun internet-yhteyksien tiedonsiirtonopeudet kasvavat.

Suurin osa taulukon 4 internet-yhteyksistä on laajakaistayhteyksiä, esimerkiksi korkeakoulujen internet-yhteydet. Voidaan olettaa, että korkeakouluista Visiota käytetään nopean yhteyden lisäksi myös koska Vision ohjelmisto käsittelee opiskelijoille läheisiä aiheita. Toisaalta on huomionarvoista, että kymmenen internet-yhteyden joukossa on kaksi teknillisen alan korkeakoulua. Näiden koulujen opiskelijat ovat löytäneet Vision kenties siksi, että he ovat kiinnostuneita uusista teknisistä sovelluksista, ja seuraavat Visiota osaltaan teknisen kiinnostuksen takia.

Vision ohjelmia katsotaan Jyväskylän alueelta, ja noin 75 % ladatuista ohjelmista on ladattu Suomesta. Taulukossa 5 näkyvät maakohtaiset ohjelmien latauskerrat. Yllättävää on, että Visiossa on vierailtu näinkin useasta maasta. Muiden maiden yhteydenottoja ei kuitenkaan ole määrällisesti paljon. Yhteydenottomäärät muualta jäävät alle prosentin, mutta Vision lokiin on kirjautunut parisenkymmentä eri maata. Eniten ohjelmia on ladattu Sveitsistä, Iso-Britanniasta ja Saksasta.

Osa kansainvälisistä katsojista voi olla suomalaisia vaihto-opiskelijoita tai tekijöiden ulkomailla asuvia ystäviä. Varmasti myös tekniikasta kiinnostuneet ulkomaiset surffarit ovat voineet eksyä Vision sivuille.

TAULUKKO 5. Maakohtaiset Vision ohjelmien latauskerrat.

maa	latauskerrat	maa	latauskerrat
Suomi	30363 (75 %)	Meksiko	34 (> 0,05 %)
Tuntematon osoite	5597 (13 %)	Alankomaat	34 (> 0,05 %)
.com	3246 (7 %)	Viro	32 (> 0,05 %)
.net	964 (2 %)	Japani	30 (> 0,05 %)
Sveitsi	140 (> 0,05 %)	Norja	29 (> 0,05 %)
Iso-Britannia	83 (> 0,05 %)	Ranska	28 (> 0,05 %)
Saksa	83 (> 0,05 %)	Ruotsi	24 (> 0,05 %)
Yhdysvallat	45 (> 0,05 %)	Saudi-Arabia	23 (> 0,05 %)

Alle 20 latauskertaa oli seuraavista maista: Kanada, Puola, Espanja, Taiwan, Tanska, Australia, Belgia, Italia, Unkari, Slovenia, Irlanti, Tshekki, Kreikka, Jamaika ja Kroatia.

Noin 13 % ohjelmista on ladattu internet-yhteydestä, jonka IP-osoite on tuntematon. Kymmenesosa ohjelmista on katsottu net- ja com-loppuisista internet-yhteyksistä. On tietysti muistettava, että osa maista myy verkkotilaa. Tämän takia ei voi olla varma, että Vision ohjelma on ladattu esimerkiksi juuri Jamaikalta.

Taulukkoon 6 on kerätty Vision kymmenen eniten ladattua ohjelmaa. Jokaista Vision neljää eniten ladattua ohjelmaa on ladattu yli 1000 kertaa. Suurta eroa ei kuitenkaan ole muihin ohjelmiin. Jokaista kymmenen eniten katsotuimman joukossa olevaa ohjelmaa on ladattu yli 700 kertaa. Kymmenen kärjen jälkeen ohjelmien latauskerrat vähenevät tasaisesti.

TAULUKKO 6. Vision kymmenen ladattua ohjelmaa 10.11.2000–10.11.2002 väliseltä ajalta.

kanava/ohjelma	julkaisupvm	tekijät	latauskerrat
1. Viikon banaani: Jukka Ammond	11.12.2000	Mikko Kajander Sari Laine	1286 (3 %)
2. Totta & Tarua: Leikki	27.4.2000	Janne Ikonen Olli Sulopuisto	1276 (3 %)
3. Kultti: Jääshow Tangocafe	13.12.2000	Jyrki Pirkkalainen Kaisa Uusitalo	1060 (2,5 %)
5. Totta & Tarua: Alvarin wc	10.5.2001	Janne Ikonen Olli Sulopuisto	951 (2 %)
6. Ilmiö: Parisuhdepeliä	6.5.2002	Reetta Arvila Minttu Vilander Essi Peltokangas	943 (2 %)
7. Kultti: Tatuointitaidetta	14.3.2001	Heta Kero Susanna Perälampi	938 (2 %)
8. Kultti: Nukkumatti	14.2.2001	Jenni Poranen Veera Jääskeläinen	867 (2 %)
9. Viikon banaani: Aino Suhola	27.11.2000	Mikko Kajander Sari Laine	810 (2 %)
10. Kultti: Rokkia ja lindihoppia	25.4.2001	Jenni Räinen Maria Saarela	774 (2 %)

Eniten latauskertoja, 1286 kertaa, on 11.12.2000 ilmestyneellä Viikon banaani -ohjelmalla, jossa haastateltiin Jukka Ammondia joulusta ja sen merkityksestä. Vain kymmenen latauskertaa vähemmän (1276) on 27.4.2001 esitetyllä Totta & Tarua -kanavan Leikki-ohjelmalla, jossa testataan erilaisia partnerin etsintään tarkoitettuja iskureplikkejä. Kyseinen ohjelma oli Vision etusivulla pari kuukautta vuoden 2001 kesätauon aikana, mikä voi selvittää sen käyttäjämääriä.

Mielenkiintoista ja positiivista on se, että kärjessä on hyvin monenlaisista aiheista tehtyjä ohjelmia. Voi olla, että Ammondin ja Suholan haastatteluja sekä Tango Cafe -ohjelmaa on käytetty, koska haastateltavana on ollut julkisuuden henkilöitä. Budo-ohjelma ja Rokkia ja lindihoppia -ohjelma ovat linkitetty aiheisiin liittyvien järjestöjen WWW-sivuille, mikä voi selittää niiden käyttökertoja. Yllättävän asiapitoiset ohjelmat ovat Vision kymmenen kärjessä.

4 YLIOPISTOTELEVISIOTOIMINTA 1993–2002

Tässä luvussa kuvaillaan yliopistotelevision toiminta vuodesta 1993 kevääseen 2002. Luvun kuvaukset pohjautuvat Jyväskylän yliopiston yliopistotelevisiotuottajien antamiin vastauksiin sekä omiin kokemuksiini vuosilta 1997–2002, jolloin olen toiminut yliopistotelevision toimittajana tai tuottajana. Yliopistotelevision toiminnasta kerrotaan tuottajakausien mukaan. Taulukossa 7 luetellaan yliopistotelevision tuottajat vuosilta 1993–2002.

TAULUKKO 1. Jyväskylän yliopiston yliopistotelevision tuottajat vuosina 1993–2002.

Lukukaudet	Tuottaja
1993 kevät, Club Academica	Sari Huovinen
1993 syksy, Club Academica	Tomi Peurakoski
1994 syksy, PULP	Tomi Tuomaala
1995 kevät, PULP	Risto Mattila
1995 syksy, PULP	Tomi Tuomaala
1996 kevät–1997 kevät, PULP	Kati Mikkonen
1997 syksy–1998 kevät, PULP	Topi Salo
1998 syksy, PULP	Topi Salo ja Janne Mällinen
1999 kevät, PULP	Topi Salo ja Niina Katainen
1999 syksy, PULP	Niina Katainen ja Ilpo Kiiskinen
2000 kevät, PULP	Ilpo Kiiskinen
2000 syksy, Visio	Niina Katainen ja Ilpo Kiiskinen
2001 kevät, Visio	Niina Katainen
2001 syksy, Visio	Niina Katainen, Esa Lilja ja Heta Kero
2002 kevät, Visio	Niina Katainen, Esa Lilja ja Heta Kero
2002 syksy, Visio	Esa Lilja ja Heta Kero

4.1 Vuosi 1993: Yliopistotelevisiotoiminta alkaa

Yliopistotelevision toiminta alkoi Jyväskylän yliopistossa vuoden 1993 alussa. Entiset tuottajat eivät osaa sanoa tai muista, mistä idea sai alkunsa tai kuka idean äiti/isä oli. Yliopistotelevision

toiminnan kimmokkeena toimi Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen journalistiikan kolmannen vuoden opiskelijoiden into ja kiinnostus tehdä televisiotyötä.

Vuonna 1993 käytännön journalistiikan tv-, lehti-, ja radiotyön kurssit sijoituivat toisen vuoden opintosuunnitelmaan, eikä kolmantena opiskeluvuotena käytännön toimitustyötä enää ollut opintosuunnitelmissa. Journalistiikan kolmannen vuoden opiskelijoilla sen sijaan oli ”*hurja tarve ja halu jatkaa käytännön televisiotyötä*” (Huovinen 2002). Innostuneet opiskelijat halusivat foorumin, missä televisiotyötä voisi harjoitella ja missä tuotoksia myös voisi esittää julkisesti.

Opiskelijat kertoivat asiasta silloiselle journalistiikan tv-työn lehtori Kikka Pohjaväreelle. Opiskelijoiden ja Kikka Pohjaväreen yhteistyöllä syntyi idea Jyväskylän yliopistotelevisiosta. Ideaa kannusti ja tuki myös puheviestinnän professori Aino Sallinen, nykyinen rehtorimme. Yliopiston viestintäyksikkö lähti tukemaan toimintaa alusta saakka, ja on vastannut YO-tv:n sekä Vision vähäisistä kuluista koko toiminnan ajan. (Timonen 2002.)

Kikka Pohjaväreen mielestä toiminnan tuli olla opiskelijalähtöistä, ja ensimmäisenä yliopistotelevision tuottajana vuoden 1993 alussa aloitti journalistiikan opiskelija Sari Huovinen. Hänen apunaan toimi Jacques Coelho, joka oli palkattu yliopistoon AV-henkilöksi.

4.2 Club Academica, viikoittainen makasiiniohjelma

”Sen (vappuspesaaali keväällä 1993) tekeminen oli niin hauskaa, että muistan sen vieläkin elävästi!” (Huovinen 2002)

Yliopistotelevisiotoiminta alkoi vuonna 1993 organisoidusti Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen televisiostudiossa, joka oli varattu keskiviikkoisin klo 8–12 YO-tv:n käyttöön. Jacques Coelho opetti yliopistotelevision väelle lavastuksen ja valaistuksen perusteet, ja oli mukana jokaisessa lähetyksessä. Lisäksi korvaamatonta teknistä apua opiskelijoille tarjosivat viestintätieteiden laitoksen AV-henkilöt Seppo Pesonen ja Pertti Snellman. Pertti Snellman ja Seppo Pesonen ovat auttaneet yliopistotelevision toimittajia aina kun apua on tarvittu koko yliopistotelevision toiminnan ajan.

Ensimmäinen yliopistotelevision ohjelmamuoto oli 15 minuutin makasiiniohjelma, jota tehtiin viikoittain. Makasiiniohjelma nimitettiin äänestyksen tuloksena Club Academicaksi. Nimivalintaan saattoi vaikuttaa se, että kyseisenä aikana lähetettiin aikuisviihdeohjelma Club Erotica.

Club Academicaa lähetettiin suorana lähetyksenä joka keskiviikko yliopiston sisäisessä verkossa, ja viikon aikana ohjelmaa näytettiin uusintana. Yliopiston sisäisen televisioverkon ohjelmia pystyi katsomaan yliopiston tiloissa sijaitsevista televisioista ja ylioppilaskylä Kortepohjan opiskelija-asunnoista. Lisäksi makasiiniohjelmaa esitettiin Jyväskylän kaapelitelevisiossa. Club Academican ohjelma-aiheitaideoi 20–30 henkinen tiimi viikkopalaverissaan.

Club Academican ensimmäinen lähetys oli 21.1.1993. Ensimmäisen kevään aikana lähetyksiä oli yhteensä 13, jotka olivat 15 minuutin makasiiniohjelmia, lukuun ottamatta 45 minuutin kestoista vappu-spesiaalia, joka oli suorana lähetetty estradishow. Makasiiniohjelman aiheet olivat paikallisia, ja ohjelmia tehtiin yliopistoon liittyvistä ilmiöistä. Usein ohjelmamuotona oli studiokeskustelu tai -haastattelu, ja toimituksellinen linja oli vakavahenkisen ja asiallinen.

Vuoden 1993 ajan YO-tv -toiminta oli kunnianhimoista ja vakavahenkistä. Jacques Coelho huolehti, että valaistus ja lavastus olivat millilleen oikein. Ohjelmat olivat studiovetoisia, ja niiden aiheet vaihtelivat rehtorin haastattelusta Otaniemen teekkareilta saatuihin insertteihin, joskin materiaali oli suurimmaksi osan Jyväskylän opiskelijoiden tekemää. Academican väki vieraili keväällä 1993 Otaniemessä tutustuen heidän opiskelijatelevisiotoimintaa.

Vakavasta toimituslinjasta kokeilevampaan suuntaan

”Se oli hauskaa aikaa!” (Peurakoski 2002)

Vuoden 1993 syksyllä tuottajaksi vaihtui Tomi Peurakoski. Tiukasti organisoidun ja linjoitetun vuoden jälkeen toiminta muuttui. Ohjelmien teko siirtyi studiosta ”kentälle”, ja toimittajat innostuivat kokeilemaan erilaisia ohjelmaformaatteja. Yhtenä syynä toiminnan muutoksen ja linjan vaihtoon oli se, että osa opiskelijoista koki alun toiminnan liiankin vakavahenkiseksi.

Lähetyksiä voitiin seurata edelleen sekä yliopiston sisäisessä televisioverkossa että Jyväskylän paikallistelevisiosta. Toiminnassa oli mukana kymmeniä henkiä, mutta vuonna 1994 tekijämäärä pieneni. Loppujen lopuksi vuonna 1994 mukana oli vajaa 10 henkeä. Tuottajana toiminut Peurakoski joutui anomaan toimittajilta uusia ohjelmia, ja puuttuvia ohjelmia paikattiin uusinnoilla.

4.3 Vuosi 1994: Club Academicasta PULP

”Täynnänsä keksimisen ja yhdessä tekemisen riemua. Surrealista. Kummaa.”
(Tuomaala 2002)

Tomi Tuomaala aloitti yliopistotelevisiotuottajana syksyllä 1994, jolloin YO-tv oli *”jokseenkin kuihtunut tapaus”* (Tuomaala 2002). Ensimmäiseen Tuomaalan aikaiseen YO-tv:n kokoukseen saapui kuitenkin kolmisenkymmentä innokasta opiskelijaa, joista muodostui kymmenen hengen ydinjoukko.

Makasiiniohjelmaformaattia jatkettiin, mutta nimeksi vaihtui PULP. Nimenvaihdos oli ajanhengen mukainen. Samoihin aikoihin radioasemat soittivat englantilaisen rock-yhtye PULPin kappaleita, ja Quentin Tarantinon elokuva Pulp fiction ilmestyi.

Nykyisin Pulp-sanalla tarkoitetaan mitä tahansa roskaelokuvaa tai -kirjallisuutta. Alun perin termi tarkoitti lukemistolehdissä 1900–1950 julkaistua kirjallisuutta. Sanalla on myös tarkoitettu kirjallisuutta, joka sisältää paljon väkivaltaa, perustuu fiktion tai on sisällöltään arveluttavaa ja valtakulttuurista poikkeavaa. (Nummelin 2000, 7.)

PULP valittiin yliopistotelevision nimeksi, koska *”se on hauska ilma kuplaääni”*. Se myös kuvasi uusitun ohjelmiston linjaa. Tavoitteena oli koota erilaisista osioista kiinnostavaa ohjelmaa. Tuomaalan aikana YO-tv:n perusfilosofiana oli *”tuottaa erilaisista osista koottuja lähetyksiä, joiden yhteinen nimittäjä oli lähinnä jonkinlainen yltiöpäinen energia ja lievä henkinen vinouma”* (Tuomaala 2002).

PULP ei nimensä mukaisesti kuitenkaan sisältänyt pelkkää fiktiota. Yliopistoaiheista ja studiokeskusteluista ei luovuttu, vaan niiden rinnalle tuotettiin paljon kulttuuriohjelmia: rock-

keikkoja, artistien haastatteluita, teatteriesityksiä ja musiikkivideoita. Ohjelmien aiheet olivat ajankohtaisia ja kanta-aottavia. Lisäksi viihdeohjelmat saivat jalansijaa. Tällöin syntyi muun muassa yliopistotelevision piirissä tunnettu SA SAA SA -ryhmä, jonka nimi muodostui sen jäsenien Topi Salon, Riku Saarenluoman ja Manne Salomaan sukunimistä. Ryhmä tuotti absurdeja ja huumoripitoisia ohjelmia.

Makasiiniohjelma PULP lähetettiin vuonna 1994 ja 1995 yliopiston sisäisessä televisioverkossa kolmesti joka toinen torstai. Lisäksi 15–20 minuuttisia lähetyksiä pystyi seuraamaan Jyväskylän paikallisteleviosta. ”*Oli muuten TV-Jyväskylän paras ohjelma.*” (Tuomaala 2002).

Tuomaalan tuottaja-aikana yliopistotelevision ohjelmisto laajeni aiheiltaan, ja ohjelmat olivat kokeilevia. Tuomaalan seuraajana aloitti keväällä 1995 Kati Mikkonen, jonka tuottajakautena makasiiniohjelma kesto kasvoi puoleen tuntiin. Mikkosen aikaiseen tekijätiimiin kuului 10–15 henkilöä. Aikataulullisesti tekijöitä oli vaikea saada kokoon samaan aikaan ja samaan paikkaan, minkä takia luovuttiin suorista lähetyksistä. Valmiiksi koostettuja nauhoituksia lähetettiin joka toinen torstai sisäisessä televisioverkossa ja maanantai-iltaisina PULPia seurattiin paikallisteleviosta.

Ohjelmien aiheet keskittyivät opiskelijaelämään ja yliopistoon. Etenkin erilaisien tapahtumien uutisointi sai lähetyksia. PULP tarjosi myös kulttuuri- ja musiikkiaiheisia ohjelmia, Tomi Tuomaalan tekemiä musiikkivideoita ja SA SAA SA -ryhmän animaatio/lyhyttarinoita, jotka olivat lähetyksien vakiomateriaalia. Makasiiniohjelman lisäksi tuotettiin edustajistopaneeli syksyllä 1996, ja joulukuussa 1996 esitettiin PULPin joulukalenteria.

PULPin vaikeat vuodet 1997–2000

”Se oli kuin olisi vetänyt tervaista rekeä pitkin sorakenttää, mutta hyvällä mielellä kuitenkin.” (Salo 2002)

Topi Salo ja Janne Mällinen olivat tuottajina vuosina 1997–1998. Makasiiniohjelmaa tehtiin edelleen nimellä PULP, ja sen aiheet vaihtelivat ajankohtaisista tapahtumista vähemmän ajankohtaisiin Tourujoen sorsiiin, jotka edustivat laiskasti toimitettua ohjelmaa. Joka vuosi

yliopistotelevisiolaiset tai viestintätieteiden laitoksen viestintätekniiikan videokurssilaiset tekivät liiallista työtä välttämällä videon, jossa sorsat uivat pitkin Tourujokea Vivaldin soivissa taustalla.

PULPin toiminta vuosina 1997–98 oli tuottajien mukaan sekavaa ja hallitsematonta. Salon sanoin ”ei niin kunnianhimoista”. Tekijämäärä vaihteli kolmesta kahteenkymmeneen. Toimittajat tekivät ohjelmia entiseen tapaan haluamistaan aiheista, mutta yhteistä linjaa ei ollut eikä myöskään koulutusta tekniikkaan ja toimittamiseen. Ohjelmien tekninen ja sisällöllinen laatu vaihteli suuresti. Suunnitelmallisuuden puuttuminen vaikutti myös tekijöiden motivaatioon. Palautetta tuottajat pyrkivät antamaan ohjelmista, mutta se jäi heidän mukaansa puolitehen.

Keväällä 1998 Salon tuottajapariksi vaihtui Niina Katainen. PULPin toiminta oli keväällä kankeaa. Varsinkin loppukevällä ohjelmia joutui pyytämällä pyytämään toimittajilta. Loppukeväästä ohjelmien koostoisissa saattoi olla ainoastaan pari ohjelmaa PULPilaisilta, ja loput puolen tunnin makasiiniohjelmasta sisälsi esimerkiksi Turun taiteen ja viestinnän laitokselta saatua materiaalia tai Tomi Tuomaalan musiikkivideoita. PULP ilmestyi ongelmista huolimatta kaksi kertaa kuussa torstaisin, jolloin sitä ajettiin ulos muutamaan kertaan. Paikallistelevisiossa PULP ei enää Mikkosen ajan jälkeen ilmestynyt.

Syksyllä 1999 Niina Kataisen sai tuottajaparikseen Ilpo Kiiskisen. PULPin toimintaa jatkettiin, väkisinkin. Toimintaa yritettiin saada systemaattisemmaksi ja organisoidummaksi kuin edellisenä vuotena. Tekijöitä oli vain vajaat 10 henkeä. Tosin tekijät olivat kiinteästi toiminnassa mukana, ja parhaimmillaan samalta toimittajalta ilmestyi kaksikin ohjelmaa samassa lähetyksessä.

Syksyllä 1999 PULPia lähetettiin joka toinen torstai kello 10 ja 13 Jyväskylän yliopiston sisäisen televisioverkossa. Tekijätiimi oli kutistunut kouralliseen, ja aika ajoin oli vaikeuksia saada lähetettävää 15–20 minuutin lähetystä kasaan. Katsojakuntakaan tuskin oli tekijäkuntaa suurempi. Ongelmana oli se, että esimerkiksi yliopiston tiloissa sijaitsevilla televisioruuduissa ei ollut äänet päällä, pyynnöistä huolimatta, mikä osaltaan vaikeutti PULPin ohjelmien seuraamista. Tosin television äänettömyys oli ongelma jo vuonna 1993 (Huovinen 2002).

Tekijöiden puute kuitenkin aiheutti sen, ettei makasiiniohjelmaa enää lähetetty säännöllisesti keväällä 1999, ensimmäistä kertaa YO-tv:n historiassa. Tuottajana toimi Ilpo Kiiskinen, koska itse olin opiskelemaan Cardiffin yliopistossa vaihto-opiskelijana. PULPin säännöllinen lähetys loppui, koska toimittajia ei ollut eikä ketään kuka olisi uusia toimittajia rekrytoinut ja kouluttanut. Lisäksi loppukeväällä 1999 Tourulan radio- ja televisioeditit sekä -studiot olivat remontissa.

Makasiiniohjelman sijaan keväällä 1999 tehtiin kaksi isompaa ohjelmaprojektia. Keväällä PULPin väki tuotti Jyväskylän yliopiston ylioppilaslehden Jylkkärin juhlapaneelikeskustelun kolmikameratekniikalla, ja lisäksi tehtiin musiikki-aiheinen puolen tunnin studiokeskustelu (juontaja ja 3 vierasta) niin, että etukäteen tehdyillä inserteillä rytmitettiin keskustelua.

4.4 Vuosi 2000: PULPista Visioksi

Keväällä 2000 yliopistotelevisiotoiminta kulki säästöliekillä. Säännöllistä ohjelmatuotantoakaan ei enää ollut. PULP oli saavuttanut pisteen, jolloin oli aika miettiä miten toimintaa jatkettaisiin syksyllä 2000. PULPin toiminta oli ainutlaatuista yliopistomaailmassa, ja tarjosi opiskelijoille loistavan mahdollisuuden harjoitella televisio-ohjelmien toimittamista minkä takia silloiset yliopistotelevisiotuottajat Ilpo Kiiskinen ja Niina Katainen eivät halunneet toiminnan loppuvan.

Samoihin aikoihin, keväällä ja kesällä 2000, Tourulan viestintätieteiden laitoksen televisio- ja radioeditit remontoitiin siihen kuntoon, että ne saatiin käyttöön syksyllä. Äänityöstudiot olivat jo digitoitu, kun televisiostudioiden digitoiminen alkoi keväällä 1999, ja kesällä 2000 remonti oli saatu siihen pisteeseen että studiot olivat käyttökunnossa (Snellman 2003). Tietokoneet ja digitaalisen editoinnin mahdollistava Adobe Premiere -ohjelma korvasivat vanhat editointikoneet.

4.4.1 Ajatus internet-televisiosta

Viestintätieteiden laitoksen radio- ja televisiostudioiden digitaalitekniikka mahdollistivat digitaalisen videotuotannon ja sen saattamisen verkossa esitettävään muotoon. Lisäksi yliopiston sisäinen internet-verkko oli valmis, ja videokuvan katselemiseen tietokoneissa

tarvittavat yhteysnopeudet. Selvää myös oli, että yliopistotelevisio kaipasi imagon kohennusta. Nämä kaikki syyt johtivat siihen, että tuottajille Ilpo Kiiskiselle ja Niina Kataiselle syntyi ajatus internetissä toimivasta yliopistotelevisiosta. Tuottajat keskustelivat verkossa toimivasta yliopistotelevisiosta kevään ja kesän 2000 aikana.

Tuottajat pohdiskelivat syntyneitä ideoita netti-tv:stä, ja kehittivät ajatuksen verkkosivustosta jonka kautta lähetettäisiin kahta-kolmea viikoittain vaihtuvaa ohjelmaa. Videokuvaa oli jo lähetetty verkossa, mutta usein lähetetty liikkuva kuva oli televisiolle tehtyä materiaalia, joka ainoastaan käännettiin digitaaliseen muotoon, esimerkiksi Yleisradion tv-uutiset, joiden koelähetykset verkossa alkoivat vuonna 2000.

Syntyneet ideat internetissä toimivasta yliopistotelevisiosta esiteltiin elokuussa 2000 Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen johtaja Maarit Valolle. Elokuun 2000 kävivät konsultoivia keskusteluja viestintätieteiden laitoksen henkilökunnan kanssa. Lisäksi idea esiteltiin yliopiston viestintäyksikölle. Kävi ilmi, että Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksella ja viestintäyksikössä oli samoihin aikoihin herännyt ajatus verkkotelevisiosta. Jokainen taho lupasi tukea verkkotelevision kehittelyä ja toteuttamista. Liitteenä 2 on lokakuussa 2000 kirjoitettu muistio Visio-projektista, jota jaettiin yhteistyökumppaneille (esim. atk-keskus, viestintäyksikkö). Muistossa esitellään Vision lähtökohdat ja tavoitteita, jotka suunnittelun aikana vielä muuttuivat.

Viestintäyksikkö lupasi rahoittaa Visio-projektin toimintaa, kuten se oli rahoittanut yliopistotelevision toimintaa. Vision syksyn 2000 budjetti oli yhteensä 4.000 markkaa, joka oli tarkoitettu, ja käytettiin, tuottajien syyslukukauden palkkoihin sekä Vision julkistamisjuhliin.

4.4.2 Internet-television suunnittelun lähtökohdat

Niina Katainen ja Ilpo Kiiskinen aloittivat internet-television suunnittelutyön elokuussa 2000. Oletuksena oli, että internet voisi parantaa yliopistotelevision saatavuutta ja netti-tv voisi kiinnostaa enemmän sekä tekijöitä että katsojia. Lisäksi ajateltiin, että internet tarjoaisi myös muita etuja, esimerkiksi usean mediaelementin käytön ja linkitysmahdollisuuden. Toisaalta

suunnittelussa olisi myös huomioitava verkon rajoittavat tekijät, muun muassa videokuvan koko ja laatu.

Tuottajat uskoivat internetin parantavan yliopistotelevision saatavuutta, koska se mahdollistaa riippumattomuuden ajasta ja maantieteellisestä paikasta. Katsojat tai pikemminkin verkko-television käyttäjät voisivat katsoa ohjelmia oman valintansa mukaan mihin vuorokauden aikaan mistä maanosasta tahansa. Enää ei siis tarvitsisi kulkea yliopiston televisioruudun ääreen nähdäkseen yliopistotelevision lähetyksiä. Sivustosta pyrittiin rakentamaan teknisesti sellainen, etteivät päätelaitteiden vaatimukset olisi liian vaativat. Pyrkimyksenä oli, että jokaisella olisi mahdollisuus katsella yliopistotelevision ohjelmia omalta kotikoneeltaan.

Internet mahdollisti, ja mahdollistaa, useiden mediaelementtien hyödyntämisen. Suunnitteluvaiheessa yhtenä periaatteena olikin, että Visiossa pyritään hyödyntämään verkon monimediaista luonnetta yhdistämällä tekstiä, kuvia, ääntä ja liikkuvaa kuvaa. Verkko myös mahdollistaa linkityksen muihin sivustoihin. Lisäksi palautteen antaminen on helppoa verkossa, ja tätä mahdollisuutta haluttiin hyödyntää myös Visiossa.

PULPin vanhoja ohjelmia säilytettiin Tourulan alakerrassa, mistä tuskin kukaan niitä löysi. Hyville ohjelmille siis kävi kuten pöytälaatikkokirjoittajien teksteille. Ne jäivät pölyttymään. Onneksi internet mahdollisti myös arkistoinnin. Vision sivustolle haluttiinkin arkisto-osio, jotta ohjelmat olisivat katseltavissa myös lähetysviikon jälkeen.

Tuottajat päätyivät siihen, että verkossa esitettävät video-ohjelmat voisivat olla kestoiltaan kolmesta viiteen minuuttiin. Tuottajat eivät uskoneet, että verkkokäyttäjät katsoisivat pitkiä video-ohjelmia, varsinkin kun käytettävä kuvakoko olisi tulitikkurasian kokoinen. Oletus lyhyestä kestoista perustui siihen, että internetissä käyttäjät ovat nopeita liikkeissään, eikä yhdellä sivustolla viivytä pitkiä aikoja (Nielsen 2000, 217). Lisäksi pyrittiin huomioimaan modeemikäyttäjät. Viiden minuutin ylittävät ohjelman vaatisivat latausaikaa enemmän kuin lyhyet ohjelmat.

Elo-syyskuun 2000 aikana tuottajat tutustuivat muihin WWW-sivustoihin, joilla lähetettiin liikkuvaa kuvaa. Tuottajat huomasivat, ettei televisiota varten kuvattu materiaali toiminut hyvin

verkossa. Esimerkiksi laajakuvista ei juuri erottunut mitään, koska kuvakoko oli pieni. Paljon liikettä sisältävät kohtaukset pikselöityivät eli menivät suttuiseksi, koska kuva ei päivittynyt tarpeeksi nopeaksi. Olisi siis kuvattava paikoillaan pysyviä kohteita, ja pidettävä kameran liikkeet maltillisina ja hitaina.

Ohjelmien kuvausvaiheessa tulisi siis huomioida nämä seikat. Internetissä esitettävän liikkuvan tulisi olla läheltä kuvattua, vähästä liikkeestä koostuvaa ja väriltään selkeää. Lisäksi kuvauspaikan ja -kohteen olisi oltava hyvin valaistu. Huonosti valaistu kuva näytti vieläkin epäselvemmältä ja tummemmalta tietokonenäytöllä kuin televisioruudussa.

4.4.3 Idea-asteelta WWW-sivustoksi

Visio-projekti aloitettiin syyskuussa 2000, jolloin Niina Katainen ja Ilpo Kiiskinen kokosivat WWW-ryhmän. Vision WWW-ryhmän muodostivat puheviestinnän opiskelijat Katja Ahola, Minna Koljonen ja Marko Siitonen. Ryhmä suunnitteli, toteutti ja rakensi Vision verkkosivuston yhdessä tuottajien kanssa. Verkkosivuston suunnittelutyö alkoi syyskuussa 2000, ja sivut valmistuivat lokakuussa 2000. Liitteet 3–8 esittelevät Vision WWW-sivuston eri osiot.

Tavoitteena oli luoda verkkosivusto, jotka herättäisivät huomiota, erottuisivat muiden verkkosivujen joukosta ja toisivat selkeästi esille sivun tarkoituksen. Käyttöliittymän ja sivuston graafisen ilmeen toivottiin pysäyttävän käyttäjiä omaperäisyydellään ja helpottavan netti-tv Vision käyttöä. Lisäksi sivuston rakenne pyrittiin pitämään selkeänä ja loogisena.

Verkkosivujen suunnittelussa haluttiin yhdistää television ja internetin ominaisuuksia. Internet mahdollisti useiden mediaelementtien käytön, ja itse ohjelmasivun rakentamisessa pyrittiin siihen että eri mediaelementit tukisivat toisiaan. Visio-projektissa loppujen lopuksi päädyttiin ratkaisuun, jossa jokaisesta ohjelmasta on ohjelman sisältöä kuvaava esittelyteksti sekä ohjelmasta otettu still-kuva (liite 4).

Jokaiseen ohjelmaan päätettiin liittää myös linkkejä, jotka syventävät aihetta, tarjoavat lisätietoa tai uusia näkökulmia jutun aiheeseen. Lisäksi haluttiin hyödyntää verkon tarjoamaa

palautteenantomahdollisuutta. WWW-ryhmä rakensi palautelomakkeen (liite 7), jota kautta käyttäjät pystyvät antamaan palautetta ja ohjelmaideoita. Jokaisen ohjelman alle koodattiin suora linkki palautelomakkeeseen, johon pääsi myös muilta sivuston osioilta.

Vision ohjelmasivujen käyttöliittymäksi valittiin vanhanaikaista televisiota muistuttava käyttöliittymä. Tyyliinsä televisionäkymä ja WWW-sivusto myötäilivät 1950–1960-luvun tyyliä. Tällä pyrittiin herättämään konnotaatioita television ensiaskelista Suomessa ja viestittämään sitä, että Visio oli aloittanut internet-televisioiden aikakauden. Verkkosivuissa pyrittiin korostamaan televisionomaisia piirteitä myös siksi, että käyttäjät ymmärtäisivät, mikä on sivujen tarkoitus ja miten niitä käytetään.

Sivuston graafinen ilme pyrittiin luomaan mahdollisimman yksinkertaiseksi ja naivistiseksi. Sivuston pääväriksi valittiin pinkki, jonka uskottiin erottuvan ja luovan iloisen erilaista ilmettä sivustolle. Sivusto koetettiin pitää yksinkertaisena ja vähistä elementeistä koostuvana. Väriä ja omaperäistä ilmettä pyrittiin luomaan 1950-luvun aikakauslehdistä skannatuilla kuvilla, jotka väritettiin kuvankäsittelyohjelmassa pastellisävyillä Vision ilmeeseen sopiviksi.

Kuvien hahmot esittelevät Visiota muun muassa sanoilla ”Helt fantastik!” ja ”Ilmiömaistä!” (liite 3), ja niiden avulla myös kiinnitetään käyttäjän huomio navigointimahdollisuuksiin (esimerkiksi naihahmon sormi osoittaa klikattavaa televisioruutua etusivulla). Info-sivujen (liite 6) tietopakettia taas kannustavat lukemaan Ansaksi ja Taunoksi ristitty pariskunta tokaisuin ”Kiinnostaa” ja ”Luetaan lisää!”.

Visiolle suunniteltiin myös logo, joka sopisi yhteen yksinkertaisen ja naivistisen ulkoasun kanssa. Katja Aholan suunnittelemassa logossa teksti Visio muodostaa tyylitellyn kasvojen sivuprofiilin, ja toimii siis tekstinä sekä kuvana. Myös logon värimaailma mukaili sivustojen väritystä. Värivalinnoilla sivuston graafisesta ilmeestä pyrittiin tekemään yhtenäisen.

Etusivulle (liite 2) rakennettiin linkit arkisto-, info- ja palaute-sivuille. Sivuston kaikki sivut noudattelivat aloitussivun ulkoasua, jotta sivusto olisi yhtenäinen. Sama pohja logoineen, väreineen ja 1950-luvun kuvineen toistuu kaikissa Vision sivuston sivuissa. Poikkeuksena on ohjelman avaus- ja ohjelmasivut (liitteet 4 ja 5), jotka ovat vanhan television muotoisia. Vision

WWW-sivujen osoitteeksi pyrittiin saamaan mahdollisimman helposti muistettava, looginen ja yksinkertainen osoite, ja saatiinkin. Vision osoite on www.jyu.fi/visio. Vision arkisto-sivut (liite 8) valmistuivat vasta vuonna 2001 keväällä.

4.4.4 M2-nauhoista RealMedia-videotiedostomuotoon

Analogisessa yliopistotelevisiossa käytettiin SVHS-kameroita ja SVHS- ja VHS-nauhoja. Lähetykset koostettiin televisio-ohjaamossa M2-nauhoille. Nyt siirryttiin digitaaliseen kuvaukseen DV-kameroiden kautta. Sivujen rakentamisvaiheessa oli mietittävä, missä videotiedostomuodossa liikkuvaa kuvaa julkaistaisiin internetissä. Digitaalinen videokuva oli käännettävä johonkin verkon hyväksymään videotiedostomuotoon.

Käytettävästä tiedostomuodosta keskusteltiin WWW-ryhmän, Jyväskylän yliopiston atk-keskuksen ja viestintätieteiden sekä multimedian laitoksen henkilökunnan kanssa. Käyttäjävälisintä olisi ollut tarjota esitettävät ohjelmat kahdessa videotiedostomuodossa. Vuonna 2000 tämä olisi kuitenkin aiheuttanut lisätyötä toimittajakunnalle. Tuottajat päättivät, että ainakin projektin alussa tyydyttäisiin yhteen videotiedostomuotoon, mutta jatkossa voitaisiin tarjota videokuva kahdessa videotiedostomuodossa.

Keskustelujen jälkeen ohjelmien esittämiseen valittiin RealMedian tarjoama videotiedostomuoto. Vaihtoehtoina mietittiin Applen QuickTimea ja Windows Mediaa. RealMedia käyttöönottoa tuki se, että vuonna 2000 se oli ainoita ilmaisia videotiedostomuotoja. Applen QuickTime oli vielä silloin maksullinen. Windows Median ongelmana oli taas se, että sitä olisivat pystyneet käyttämään ainoastaan Microsoft Windowsin käyttäjät. Siten Gnu/Unix- ja Macintosh-koneiden käyttäjät olisivat karsiutuneet pois Vision käyttäjäkunnasta. Jyväskylän yliopiston atk-keskus ei myöskään tukenut Windows Median käyttöönottoa.

RealMediaa voidaan käyttää kaikissa käyttöjärjestelmissä, ja sen videotiedostojen katselamiseen tarvittava RealPlayer-ohjelman saa ilmaiseksi verkosta. RealMedian streaming- eli suoratoisto-tekniikka myös mahdollisti jo vuonna 2000 sen, että videotiedosto latautuu

koneelle katselun kuluessa, eikä tiedostoa tarvitse ladata ennen katselua päätekoneelle kokonaisuudessaan. Videota siis näytetään sitä mukaan kun se latautuu.

RealMedian hyvä ominaisuus on myös se, että se voi sisältää eri yhteysnopeuksille tallennettuja tiedostoja, joista se valitsee käytettävän internet-yhteyden kaistanleveyden mukaisen tiedoston. Ohjelmaa esittävä mediapalvelin voi myös vaihdella tiedostoversioita esityksen ajanakin, jos verkkoyhteydessä tapahtuu muutoksia. (Keränen, Lamberg & Penttinen 2001, 99.) Vision ohjelmissa RealPlayerin surestream- eli moninopeustoistomahdollisuus otettiin käyttöön alusta alkaen. Vision ohjelmia tallennetaan 56 kaapelimodeemi-, Dual ISDN- ja Corporate lan - internet-yhteyksille.

RealPlayer upotettiin Vision televisiosivuun, ja sen omat kontrolli- ja valintapainikkeet häivytettiin. Ratkaisu lisäsi Vision televisiomaisuutta, mutta rajoitti käyttäjien säätelymahdollisuuksia. Alkuvaiheessa Vision ohjelmien lähetystä testattiin kahdella kuvakoolla 240x180 pikseliä ja 320x240 pikseliä. Lopulliseksi kuvakooksi valikoitui 240x180 pikseliä, koska isompi kuvakoko kasvatti videotiedoston kokoa ja hidasti sen latautumista.

RealMedia oli edullinen ja niin sanotusti neutraali valinta, koska se ei ole ison kaupallisen yhtiön tarjoama ohjelma. Se ei kuitenkaan ollut helppokäyttöisin vaihtoehto, sillä jos tietokoneessa ei ole valmiiksi asennettuna RealPlayeria, se täytyy käydä itse lataamassa koneelle Realin verkkosivustolta. Esimerkiksi Windows Player on valmiina kaikissa Windows-käyttöjärjestelmissä.

Tuottajat uskoivat, ettei RealMedia osoittautuisi ongelmalliseksi formaatiksi, sillä ohjelman ilmaisversio oli ladattavissa verkosta eikä sen lataamisen ajateltu olevan liian vaikeaa. Toisaalta ajateltiin, että ainoat käyttäjälle koituvat tekniset ongelmat voisivat johtua RealPlayerin puutteesta, sillä teknisesti Vision katseleminen ei vaatinut muuta kuin kehyksiä tukevan selaimen eli Internet Explorerin tai Netscape Navigatorin version 4, tai uudemman, sekä äänikortin. Jälkimmäinen oletus osui oikeaan, mikä tulee esille luvussa 5 ja 6.

Vision info-sivulle liitettiin ohjeet siitä, mitä Vision ohjelmien katselemiseen vaadittiin. Info-sivulla oli myös linkki RealPlayerin lataussivulle. Jo Vision alkuvaiheessa kävi kuitenkin ilmi,

etteivät käyttäjät aina tienneet, mitä Vision ohjelmien katselemiseen vaadittiin. Siksi Vision etusivulle lisättiin maininta, että ohjelmien katselemiseen tarvitaan RealPlayer.

4.4.5 Internet-television ohjelmakonsepti

Vision tekniset ratkaisut olivat päätetty, ja sivustot valmistuivat hyvää vauhtia. Oli siis aika miettiä Vision sisältöä. Millainen konsepti nettitelkkarille luotaisiin ja millaista ohjelmaa lähetettäisiin?

Niina Katainen ja Ilpo Kiiskinen päätyivät siihen, että Visiolle luotaisiin kolme ohjelmaa, jotka profiloituisivat tietyntyyppisiin aihealueisiin. Jokainen ohjelma olisi kestoaltaan noin kolme minuuttia. Viisi minuuttia olisi ohjelmien maksimipituus. Ohjelmat lähetettäisiin omina päivinään siten, että viikoittain ilmestyisi yksi uusi ohjelma jokaisella kanavalla. Tuottajat päättivät, että ohjelmien lähetyspäivät olisivat maanantai, keskiviikko ja perjantai.

Ajatuksena oli, että tiheä päivittäminen voisi sitouttaa käyttäjiä käymään Vision sivustolla useammin. Verkossa materiaalin tiheä päivittyminen tärkeää siksi, että kukapa kävisi sivuilla, joiden sisältö pysyy aina samana. Vision ohjelmien oli siis vaihdettava tarpeeksi usein. Lisäksi ajateltiin, että Vision käytöstä voisi muodostua rutiini, jos päivitys tapahtuisi tiettyinä päivinä.

Tietenkään pelkkä ohjelmien tiheä päivittäminen ei takaa käyttäjiä, vaan Vision olisi tarjottava laadukasta ja kiinnostavaa ohjelmaa jotta kävijät kiinnostuisivat ja tulisivat uudelleen. Onhan sanottu, että World Wide Webissä sisällön merkitys jopa korostuu muihin medioihin verrattuna (Nielsen 2000, 11). Vision sisällön suhteen tuottajat tekivät linjanvedon, että tarjonnan olisi oltava monipuolista ja sen tulisi kiinnostaa niin opiskelijoita kuin muitakin käyttäjiä. Pelkästään opiskelijaelämään rajoittuvia ohjelmia ei haluttu tehdä, vaan pyrittiin siihen, että kolme ohjelmatyyppeä, kanavaa, tarjoaisivat eri aiheista yleisesti kiinnostavia ohjelmia.

Pyrkimyksenä oli kuitenkin ottaa uusia ja erilaisia näkökulmia aiheisiin, sillä siihen Vision toimittajilla oli mahdollisuus ja siihen heitä haluttiin myös rohkaista. Miksi tarjota samanlaista ohjelmaa kuin kaikki valtamediat? Tuottajat kokivat, että yksi Vision tehtävistä di tuottaa opiskelijoille media missä he voisivat kokeilla erilaisia lähestymistapoja sekä sisällöllisiä ja

teknisiä ratkaisuja. Tällaisten kokeiluiden arveltiin myös kiinnostavan käyttäjiä ja olevan yksi Vision kantavista lähtökohdista. Kokeileminen ei kuitenkaan tarkoittaisi huonoa laatua, vaan päinvastoin. Kokeilla saisi ja pitäisi, mutta teknisesti ohjelman tulisi olla hyvin tehtyä.

Kolmen kanavan teemoja mietittäessä lähtökohtana oli, että teemat olisivat laajoja, toisistaan erottuvia ja takaisivat vaihtelevan ohjelmasisällön. Tuottajat ja toimittaja-ryhmä pohtivat ohjelmien teemoja yhdessä. Loppujen lopuksi päädyttiin seuraavaan ohjelma-ajatukseen: maanantaisin ilmestyisi Viikon banaani, keskiviikkoisin Kultti ja perjantaisin Outo asia.

Maanantainen Viikon banaani oli henkilöhaastattelu jostakusta kiinnostavasta ihmisestä. Ideana oli, että haastateltavilla annettiin heidän valitsemansa hedelmä, jonka syönnin ohella he kertoivat elämästään tai heille läheisestä aiheesta. Viikon banaaniin pystyivät myös käyttäjät vaikuttamaan, sillä heillä oli mahdollisuus ehdottaa seuraavia haastateltavia. Keskiviikkoisin ilmestyvä Kultti-ohjelma keskittyi kiintoiisiin ilmiöihin kulttuurin ja tieteen kentillä. Kultti pyrittiin profiloimaan asiaohjelman suuntaan kun taas perjantaisin ilmestyvän Oudon Asian oli tarkoitus olla viikon viihdepläjäys. Oudossa Asiassa tarkasteltiin kummastuttavia asioita, ilmiöitä ja ihmisiä

4.4.6 Visio-projektin toimittajat

Toimittajien rekrytointi Visio-projektiin aloitettiin syyskuussa 2000, jolloin Niina Katainen ja Ilpo Kiiskinen lähettivät kaikille viestintätieteiden laitoksen opiskelijoille sähköpostin projektista ja sen sisällöstä. Visio-projektin alussa oli päätetty, että projekti alkaa viestintätieteiden laitoksen opiskelijoiden voimin. Alkuperäisenä ideana oli, että Visio rinnalle synnytetäisiin seuraavana keväänä kaikille opiskelijoille avoin PULPin seuraaja. Vielä tähän päivään mennessä näin ei ole käynyt. Ehkä syynä on se, ettei aktiivista toiminnan aloittajaa ole löytynyt. Visio on jo itsessään työllistänyt niin sen tuottajat kuin toimittajatkin.

Visio-projektin rekrytointisähköposti (liite 9) lähetettiin 21.9.2000. Siinä haettiin 12 toimittajaa. Toimittajilta vaadittiin sitoutumista Vision toimintaan koko syyskauden ajaksi sekä osallistumista kuuden tunnin koulutusjaksoon. Rahallista korvausta ei Vision toimittamisesta pystytty tarjoamaan, mutta opiskelijoilla oli mahdollisuus saada aktiivisesta toiminnasta

opintoviikkosuoritus oman pääaineensa opintoihin. Toimittajien lukumäärä oli laskettu siten, että heistä muodostui kuusi kahden hengen toimittajaparia, joista jokainen tekisi kolme ohjelmaa Visioon kahden viikon välein.

Visio-projektiin ilmoittautui mukaan opiskelijoita kaikista viestintätieteiden laitoksen pääaineista. Muutama ilmoittautuneista perui, ja heidät korvattiin entisillä PULPlaisella. Loppujen lopuksi Visio-projekti aloitti toimintansa seuraavanlaisen toimittajaryhmän kanssa: Mikko Kajander, Hanna Korhonen, Sari Laine, Karin Leemet, Eveliina Nera, Mikko Meriläinen, Antti Mikkonen, Jyrki Pirkkalainen, Noora Pohjonen, Karita Taura, Kaisa Uusitalo ja Kati Valtonen.

Mielenkiintoista on se, että jostain syystä ainoastaan yksi puheviestijä ilmoittautui Visio-projektiin mukaan. Ainakin PULPin loppuvaiheessa ja Visioon alun jälkeen suurin osa yliopistotelevision tekijöistä on ollut juuri puheviestijöitä. Visiossa on myös ollut edellisiin vuosiin verrattuna ilahduttava määrä journalistiikan opiskelijoita mukana.

Ennen ohjelmien tekoa toimittajille järjestettiin Kataisen ja Kiiskisen suunnittelema ja toteuttama koulutusjakso viikolla 42. Koulutusjakso koostui kolmesta kahden tunnin sessiosta, joissa toimittajaryhmän jäsenet perehdyttiin digitaaliseen videokuvaamiseen, äänittämiseen ja editointiin. Lisäksi koulutusjakson aikana mietittiin toimittajaryhmän kanssa, millaisia vaatimuksia internet asettaa videokuvalle ja miten internetiin tehtävien ohjelmien sisältö ja toteutus eroavat televisio-ohjelmien tekemisestä.

Koulutusjakson aikana myös perehdyttiin toimitustyön perusteisiin. Digitaalisen editoinnin kahden tunnin koulutusjakson vastasi viestintätieteiden laitoksen AV-henkilö Pertti Snellman. Kahdesta muusta koulutuskerrasta vastasivat tuottajat Ilpo Kiiskinen ja Niina Katainen. Koulutusjakson jälkeen jokainen toimittajapari valitsi mitä ”kanavaa” alkaisivat toimittaa, ja ensimmäiset harjoitusohjelmat tehtiin viikolla 42. Harjoitusohjelmien jälkeen järjestettiin palaute- ja katselmustilaisuus, missä annettiin palautetta tehdyistä jutuista.

Palautetilaisuuksien tarkoituksena oli oppia muiden tekemisistä ohjelmista ja kehittyä, mutta palautetilaisuuksilla oli toinenkin merkitys. Tuottajat pyrkivät palautetilaisuuksissa motivoimaan

ja kannustamaan toimittajia sekä luomaan yhteistä me-henkeä. Me-hengen luominen koettiin tärkeäksi, sillä tuottajat arvelivat, että ehkä juuri sen puuttuminen ja palautteen vähäisyys olivat osaltaan vaikuttaneet PULPin toimittajamäärän vähenemiseen. Yhteisöllisyyden kokemisen ja palautteen saamisen toivottiin sitouttavan toimittajia Vision toimintaan. Palkkioksi palautetilaisuuksissa tarjottiin karkit jokaiselle toimittajalle, joka oli tehnyt valmiin ohjelman. Tämä pieni, mutta kenties merkityksellinen traditio, on jatkunut näihin päiviin asti.

Tuottajat arvelivat, että toiminnan organisoimattomuus oli koitunut PULPin kohtaloksi. Tämän takia Vision toiminta pyrittiin organisoimaan tehokkaammin ja tiukemmin heti alusta lähtien. Toimittajien työtä organisoitiin asettamalla tarkat ohjelmien deadlinet ja asettamalla työtavaksi parityöskentelyn.

PULPin aikana yhtä ohjelmaa saattoi tehdä 3–4 hengen ryhmä. Tuottajat päätyivät organisoimaan Vision toimittajat pareiksi, jolloin toinen olisi kuvaaja ja toinen toimittaja. Molemmat siis pääsisivät aina tekemään jotain ohjelmien tekovaiheessa. Toimittajat organisoitiin pareiksi myös siksi, että toimittajilla olisi aina pari, ettei ohjelmien tekeminen peruuntuisi kuvaajan puuttumiseen. Lisäksi ajateltiin, että kahdestaan suunnittelu- ja toteutusvaihe olisi helpompaa. Ainakin editoinnin kohdalla vanha sanonta *mitä enemmän kokkeja, sitä sakeampi soppa* oli osuva.

4.4.7 Visio on syntynyt, eläköön Visio

Vision WWW-ryhmä sai työnsä valmiiksi vuoden 2000 lokakuun alussa, ja lokakuun puolivälissä lähetettiin ensimmäiset toimittajien tekemät harjoitusohjelmat. Kolmen kuukauden uurastuksen jälkeen projekti oli synnyttänyt internet-television pioneeriversion, jota leikkisästi kutsuttiin digitaalitelevision karvalakkimalliksi.

Visio oli valmis näkemään päivän valon, ja yliopiston sisäinen julkistamistilaisuus pidettiin Tourulan televisiostudioissa 23.11.2000. Näyttävämpi julkistamistilaisuus pidettiin 8.12.2000 Jyväskylän yliopiston uusitun WWW-sivuston julkistamistilaisuudessa.

Ensimmäisen syksyn aikana Visio lähetti 12 ohjelmaa. Viikon banaanissa hedelmiä pääsivät nauttimaan syksyn aikana muuan muassa kirjailija/toimittaja Aino Suhola ja latinaksi elvistelevä professori Jukka Ammond. Sarjakuvataiteilijan maailmankuvaa kartoitettiin Kultissa, ja toimittajat kävivät myös haastattelemassa jäätanssishow'n taiteilijoita. Oudon Asian toimittajat taas vierailivat muun muassa Jyväskylän yliopiston kirjaston kellarissa ja ihmettelivät musiikkiterapiatuolia.

Visio-projekti saavutti tavoitteensa. Se testasi liikkuvaa kuvaa ja osoitti, että liikkuvan kuva lähettäminen oli teknisesti ja sisällöllisesti mahdollista. Projekti oli osoittautunut onnistuneeksi, ja siten vuoden 2001 alussa Visiota päätettiin jatkaa ja vakiinnuttaa sen asema Jyväskylän yliopiston opiskelijatelevisiona.

4.5 Vision vuodet 2000–2002

Niina Katainen ja Ilpo Kiiskinen vastasivat Vision toiminnasta syksyn 2000 ajan. Keväällä 2001 tuottajana toimi Niina Katainen, jolloin Vision toimittajakunta vaihtui. Kenties syksyn tiukka toimitustahti, kaksi ohjelmaa kuussa/toimittajapari, väsytti entiset toimittajat. Oli siis jälleen aika rekrytoida uudet toimittajat. Intoa tekemiseen riitti, sillä uusia toimittajia Visioon liittyi 18. Enemmänkin tulijoita olisi ollut.

Keväällä 2001 toiminta oli organisoitu siten, että jokainen yhdeksästä toimittajaparista teki yhteen ohjelmakanavaan kolme ohjelmaa kolmen viikon välein. Jokaisella ohjelmakanavalla oli kolme toimittajaparia, jotka vastasivat sen kanavan ohjelmista. Palautetilaisuuksia pidettiin noin kerran kuussa, joissa keskusteltiin ohjelmista ja annettiin seuraavat ohjelmapäivät.

Ohjelmistoa uusittiin keväällä siten, että maanantainen Viikon banaani muuttui Himo-ohjelmaksi, jossa henkilöt kertoivat jostain intohimostaan, esimerkiksi jostain heille tärkeästä asiasta, ilmiöstä tai harrastuksesta. Perjantain Outo asia taas muuttui Totta & Tarua -ohjelmaksi.

Syksyllä 2001 Niina Katainen jatkoi tuottajana, ja sai avukseen Heta Keron ja Esa Liljan joita koulutettiin syksyn aikana uusiksi tuottajiksi. Jälleen oli hankittava muutamia uusia tekijöitä,

vaikka ilahduttavan suuri määrä vanhoista tekijöistä jatkoikin. Syksyllä Visioon saapui runsaasti uusia opiskelijoita, ja toimittajamäärä kasvoi neljäänkymmeneen.

Siinä missä PULPilla oli vaikeuksia löytää tekijöitä, niin Visiossa alkoi tekijöitä olla miltei liikaakin. Koska toimittajia oli niin paljon, jokaiselle toimittajaparille jäi tehtäväksi yksi ohjelma syyslukukaudella. Nyt toimittajat saivat itse valita, mille kanavalle ohjelmansa tekisivät. Maanantain ohjelmaa muutettiin taas. Himon paikkasi Ilmiö-ohjelma, jonka tarkoituksena oli esitellä aikamme ajankohtaisia, trendikkäitä, puhuttelevia, pinnalla olevia ilmiöitä.

Palautetilaisuuksia pidettiin säännöllisesti, noin kaksi kertaa kuussa. Lisäksi toimittajien yhteistyötä ja tutustumista toisiinsa päätettiin edistää järjestämällä myös sosiaalista toimintaa. Ideointikokouksia pidettiin pubeissa, ja syksyn aluksi ja lopuksi järjestettiin aloitus- ja pikkujoulukinkerit. Vision alkuaikana yhteistä vapaa-ajan toimintaa ei ollut.

Keväällä 2002 Vision toimintaa muutettiin siten, että toimittajien annettiin valita vapaammin ohjelmapäiviään ja -aiheitaan. Vapaa-ajan yhteistä toimintaa Visiolla oli enemmän kuin aiemmin. Visiolaiset kävivät yhdessä pelaamassa värikuulasotaa, kokouksia oli usein ja vihdoin visiolaisille hankittiin viestintäyksikön avustuksella omat pinkit t-paidat

Tuottajilla oli oletus, että vapaavalinnaisuus voisi lisätä tekijöiden intoa. Oletus oli väärä. Ensimmäistä kertaa Vision historian aikana kävi niin, ettei ohjelmia lähetetty kahteen viikkoon, koska toimittajat peruivat sähköpostilla ohjelmiaan päivää ennen niiden suunniteltua julkaisua. Ohjelmien peruutuksia ei pystytty siten paikkaamaan. Palautetilaisuuksissa kävi keväällä ainoastaan ydinjoukko, joka oli aloittanut Visiossa keväällä 2001. Vapaampi linja ei toiminut, eikä sitouttanut toimittajia Vision toimintaan.

Toimittajien kanssa pidettiin kriittinen keskustelutilaisuus siitä, miksi ohjelmia peruttiin ja miksi kokouksiin osallistui ainoastaan ydinjoukko. Tuottajat päätyivät siihen, että jälleen di aika napakoittaa Vision toimintaa. Havaittavissa oli, että tiukemmin organisoitu toimintamalli oli ainoa, joka toimi.

Tuottajat päättivät, että syksyllä 2002 palattaisiin Vision alkutoiminnan periaatteisiin. Toimittajien tulisi sitoutua koko lukukaudeksi Vision toimintaan, jos he siinä haluaisivat olla mukana. Jokaisen olisi tehtävä ainakin kaksi ohjelmaa lukukaudessa. Toimittajien määrän ei tulisi kasvaa yli kolmenkymmenen, jotta se pysyisi tuottajien hallinnassa. Palautteen tulisi olla säännöllistä, ja toimittajien tuli esitellä ohjelmien aiheet tuottajille ennen ohjelmien tekoa. Myös mahdollisista peruutuksista tuli ilmoittaa kaksi viikkoa ennen ohjelman julkaisupäivää.

5 KÄYTTÄJIEN KOKEMUKSET VISIOSTA

Vision käyttökokemuksia kartoitettiin kuudelta haastateltavalta, joista jokainen oli käyttänyt Visiota vähintään satunnaisesti. Käyttäjahaastatteluissa kysyttiin mielipiteitä ja kokemuksia Vision sivustosta, sen sisällöstä ja käytettävyydestä. Lisäksi keskusteltiin siitä, miten Visiota voitaisiin kehittää.

5.1 Haastateltavat internetin käyttäjinä

Jokaisella haastateltavalla oli oma tietokone, ja kolmella heistä oli kotona myös internet-yhteys. Internetin ja tietokoneen käyttäjinä haastateltavat olivat kokeneita. He käyttivät internetiä päivittäin keskimäärin neljä tuntia päivässä. Käytönmäärä on huomattavan suuri sillä Nielsen/Netratingsin käyttötilastojen (maaliskuu 2003) mukaan internetissä viihdytään kuukaudessa keskimäärin 11 tuntia.

Internetiä käytettiin työ- ja opiskelutehtäviin. Ensisijaisesti vastaajat kertoivat käyttävänsä verkkoa työhön tai opiskeluun liittyvään tiedonhakuun. Sähköpostia käytettiin myös paljon niin töissä kuin vapaa-ajalla. Suurin osa internetin käyttöajasta kuitenkin kului tehtäväkeskeiseen käyttöön, vaikkakin internetiä käytettiin myös muihin tehtäviin, esimerkiksi surffailuun. Jokaista haastateltavaa voidaan kuvata internetin teho- ja hyötykäyttäjäksi.

”Päivittäin tulee ainakin sähköpostit luettua, kiireisimpinä ei tule, mutta pääsääntöisesti tulee, ja välillä eksyy surffailemaan sinne tänne, ihan oikeitakin juttuja, mutta välillä menee vähän huti kanssa.” (4)¹

Haastateltavat hoitavat myös sosiaalisia suhteita internetin välityksellä, esimerkiksi pitämällä yhteyttä ystäviin sähköpostin kautta. Myös uutissivustoilla vierailtiin. Irkkaaminen, eli reaaliaikaisiin keskustelukanaviin osallistuminen, oli haastateltaville tuttua, mutta siihen ei käytetty paljon aikaa, kuten ei myöskään tietokonepelaamiseen. Ainakaan haastateltavat eivät kertoneet viihdekäytöstä.

¹ Sitaatit ovat haastateltavien kommentteja. Sitaatit ovat aineistoa erityisen kuvaavia esimerkkejä. Numerot 1-6 edustavat haastateltavia satunnaisessa järjestyksessä.

Haastateltavien internetin käyttöprofiili on tehtäväkeskeinen, tai kuten yksi vastaajista itseään kuvasi: *”Minä oon sellainen aika kuiva ja vakavahenkinen verkon käyttäjä”* (1). Haastateltavat myös mainitsivat, että koska tietokonetta ja internetiä käytettiin paljon työ- tai opiskeluaikana, niin koti- ja vapaa-aikakäyttö oli vähäisempää.

”Tos päivän aikana saa ittensä aika täyteen sitä (tietokoneen käyttöä), että tahtoo lähteä aina ulos lenkille, tekee jotain muuta.” (2)

5.2 Vision käyttö

Jyväskylän yliopiston ja yliopiston viestintätieteiden laitoksen WWW-sivuilla on linkit Visioon. Suurin osa haastateltavista menee Visioon yliopiston pääsivujen kautta. Jyväskylän yliopiston pääsivuilla sijaitsevaa linkkiä käytetään, koska se on omassa tai yliopiston tietokoneessa asetettuna aloitussivuksi.

”Sillon alussa mä menin osoitteen kautta, mutta sitten mä unohin sen vaikka se on ihan yksinkertainen, niin sitten mä en mennyt, kun mä huomasin että se linkki on etusivulla, Jyväskylän yliopiston kotisivuilla, niin siitä kautta mä oon nykyään mennyt.” (3)

Osa haastateltavista taas käyttää Vision osoitetta <http://www.jyu.fi/visio>. Osoitteen käytön koetaan olevan helpompaa kuin linkkien kautta sivustolla meneminen. Osoite on tallennettu oman tietokoneen muistiin, eikä osoitteen kirjoittaminenkaan vie runsaasti aikaa.

”Kyllä sen niin äkkiä kirjottaa, www.jyu.fi/visio, kun sen muistaa niin se on helpompi sitä kautta.” (2)

Osa haastateltavista on seurannut Visiota sen alkua ajoista marraskuusta 2000 lähtien, osa haastateltavista on taas käyttänyt Visiota ensimmäisen kerran syksyllä 2001. Kaksi haastateltavista oli saanut tietoa Visiosta kavereiltaan, ja mennyt heidän kehotuksestaan sivustolle. Yksi haastateltavista oli tutustunut Visioon Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen WWW-sivujen linkin kautta. Kolme vastaajaa oli saanut Visiosta mainossähköpostia Vision tuottajilta, jonka perusteella oli etsiydytty Visioon.

Visioon menttiin ensimmäisellä kerralla uutuudenviehätyksestä ja uteliaisuudesta. Haastateltavia on kiinnostanut se, että Visio oli ensimmäisiä netti-televisioita. He halusivat nähdä, mitä netti-televisio oikein tarjoaa. Haastateltavat olivat kiinnostuneita netti-televisio-ideasta ja siitä, miten se on toteutettu.

”Mä sain se sähköpostiviestin, sen mainoksen, että tällainen on tulossa tai koekäytössä ja kyllä mua viehätti se ajatus siitä televisiosta netissä. Että sitä mä oottelin.” (4)

Ne haastateltavista, joilla on kotona kiinteä internet-yhteys, katsovat Visiota iltaisin omalta kotikoneelta. Muut haastateltavista katsovat Visiota päiväaikaan työ- tai opiskelupaikaltaan. Visiossa käydään satunnaisesti. Haastateltavat arvioivat käyneensä Visiossa noin kymmenisen kertaa, keskimäärin kerran kuukaudessa. Kaksi vastaajaa oli katsonut Vision arkistosta kaikki Vision ohjelmat.

Alussa Vision käyttö oli ollut säännöllisempää. Vision käytön vähenemiseen on vaikuttanut muun muassa töiden alkaminen, uusien ohjelmien puute kesäaikaan ja se vähemmän kiinnostavat ohjelmat. Alkuinnostuksen hiipuminen on myös vähentänyt vierailujen määrää Visiossa.

”Sillon aluks tuli käyty melkein kerran viikossa. Sit se jotenkin jäi. Siinä ehkä tuli muuta semmonen huonompi juttu, niin kiinnostus laski ja sit kävi ehkä kerran kuukaudessa. Ja kesäaikana jäi kokonaan. Tais kyllä käydä nii, et siellei ollu uusia juttujakaan.” (2)

Visio-käytön määrään vaikuttaa se, miten helposti haastateltava pääsee tietokoneelle ja internetiin. Mikäli konetta ja internet-yhteyttä ei ole helposti saatavilla, Visio-käynti vähenee. Lisäksi Visio-käyttöä on vähentänyt tietokoneen puutteellinen laitteisto.

”Mä oon yrittänyt tuolla koettanut silleen istua, mutta siellä ei oo ne kuulokkeet oikein toiminut, eikä niitä viiti oikein äänettä kattoo. Sitten tota on turhautunut, et eipä viiti, sit muilta koneilta oon kattonut, mutta niissä ei oo ollu RealPlayerin kasi-versiota laitettuna, eikä oo voinut kattoo ja sitten mikroverkkokoneihin ei voi asentaa mitään ja sitten vaivaa et ois saanu sen laitettua. Oikeestaan tän syksyn (syksy 2001) aikana en oo, eikun kerran oon onnistunut kattoo, mutta se vähän latistaa sitä.” (4)

Vision sivustolle mentäessä klikataan Avaa netti-TV -linkkiä, jonka jälkeen valitaan Vision ohjelmista kiinnostavimmat. Osa haastateltavista on käynyt kaikilla Vision sivuston osioilla. Arkisto on haastateltavilla tutuin Vision sivustoista netti-televisioin jälkeen. Palautesivun olemassaolo on huomattu, mutta sitä ei ole käytetty. Vision ohjelmien esittelytekstien alla sijaitsevia lisätieto-linkkejä on käytetty silloin tällöin.

”Mä oon lähinnä käyttänyt sitä Visioo eli mennyt siihen ja kattonut jos on ollu joku mielenkiintoinen juttu kun siinä on aina niitä linkkejä niille muille nettisivuille ja sitten se videoklippit, niin oikeestaan oon vaan sitä käyttänyt.” (3)

Harva haastateltavista katsoo jokaisella käyntikerralla kaikki kolme ohjelmaa. Ohjelmien keskeyttämiskynnys on myös matala. Käyttäjät saattavat alkaa katsoa kaikkia Vision ohjelmia, mutta aiheeltaan ja toteutukseltaan tylsiä ohjelmia ei katsota loppuun saakka.

”En välttämättä kaikkia kato, vaan aiheen ja välttämättä en edes avaa sitä itse videoklippit. Jotkut on sellaisia että ne on, mä ohitan ne, katon vaan otsikon, ja sitten jotkut, saatan aloittaa lataamisen, ja sitten katon, että ei tätä jaksa, että jos siellä on joku puhuva pää tai joku.” (3)

Katsottavat ohjelmat valitaan aiheen, otsikon ja esittelytekstin perusteella. Jokainen haastateltavista pyrki lukemaan ainakin ohjelmien otsikot, ja suurin osa luki myös ohjelmien esittelytekstit.

”Välttämättä ei aina tuu katottua ohjelmaa kokonaan, ja sitten jos on joku kiinnostava aihe, niin sitten kyllä tulee katottua. Riippuu siitä aiheesta.” (1)

5.3 Vision WWW-sivusto

Vision verkkosivuston rakennetta pidetään yksinkertaisena ja selkeänä. Sivuja kuvattiin tyylipuhtaiksi ja yksinkertaisiksi html-sivuiksi, missä on helppo navigoida eksymättä. Pääsivuston rakenne on yhtenäinen ja pysyy samana, lukuun ottamatta televisioruutua (liite 4).

”Sitten siinä on hyvä asia on se, että se ite sivusto, jos ei nyt lasketa sitä hassua tv-räppänä, joka siihen poksahdaa, niin siinä on sellainen selkeä pysyvä rakenne, siinä ei pääse hukkaan, siinä on sellainen joku josta pidetään kiinni, se yläpalkki, se on se tuttu maisema, tavallaan samassa paikassa, tavallaan pysyvästi siellä näkyvissä.” (1)

WWW-sivuston visuaalista ulkoasua keuhataan. Sitä pidetään hienona, hauskana ja toimivana. Vision visuaalisuus viehättää, ja se myös erottaa Vision muista sivustoista, mikä oli tekijöiden tavoite. Tosin yksi haastateltava ei pidä lainkaan Vision pinkistä väristä, joka on *”luotaantyöntävä, mutta koska tää on tällainen vähä erilainen juttu, niin sopii siihen”* (2).

Vision ulkoasun 1950-luvun hengestä pidetään. Ulkoasun on koettu kuvaavan sitä, että netti-televisio on katsomishetkellä jotain uutta, kuten perinteinen televisio oli 1950-luvulla Yhdysvalloissa. Sivustoa kuvataan myös hauskan imeläksi ja hyvällä maulla tehdyksi.

Kiitosta Vision sivusto saa siitä, että ulkoasua on mietitty ohjelman katseluun saakka. Vision ohjelma ei aukea RealPlayerin omaan ikkunaan, vaan se on upotettu televisioruudun sisälle. Se on houkuttelevampi kuin RealPlayerin oma ikkuna, joka on aika *”karseen näköinen”* (3). Toisaalta taas ohjelman upottaminen televisioruutuun ja RealPlayerin ikkunan häivyttäminen häiritsee, sillä se sulkee RealPlayerin valintavalikot. Käyttäjän käytössä on ainoastaan video-ohjainvalikot.

Vision ulkoasuun kaivattaisiin kuitenkin jotain uutta, jotain muutosta. Sivusto on pysynyt parin vuoden ajan samannäköisenä. Animaatioita ei kaivata, mutta esimerkiksi visuaalisuutta voisi kohentaa vaikkapa tekemällä kanalogot etusivulle tai lisäämällä etusivun ohjelmien kohdalle muita visuaalisia elementtejä.

”Etusivu alkais elää eri tavalla, jos siihen tois suoraan ne ohjelmat tai jonkun kuvan niistä.” (5)

Mielipiteitä arkisto-sivusta

Arkisto-sivu on ollut Vision ohjelmien jälkeen käytetyin sivuosio. Käyttäjien mielestä on *”edelleenkin erittäin positiivista”* (2), että arkisto on olemassa. Sieltä löytyvät sellaiset ohjelmat, jotka ovat jääneet katsomatta syystä tai toisesta. Arkistoon johtavaa linkkiä ei välttämättä kuitenkaan huomata. Haastateltavat kertovatkin, että arkistoon voisi olla näkyvämpi linkki, esimerkiksi jokaisen kanavan alla.

”Hyviä juttujahan ne on, ei niitä kannata tollain laittaa piiloon. Kerta ne on tehty niin.” (4)

Arkiston hakutoiminnoista käytetään Listaa kaikki ohjelmat -toimintoa, koska se koetaan yksinkertaisimmaksi tavaksi hakea arkistosta Vision ohjelmia. Jokaista hakutapaa ei tarvitsisi selittää erikseen, koska se saa Vision arkiston hakukoneen näyttämään *”turhankin monimutkaiselta” (6)*.

Arkisto on toiminut hyvin, mutta yksi haastateltavista oli huomannut, että arkistosta puuttui joitakin ohjelmia. Lisäksi arkistossa oli kolme ohjelmaa, joiden linkki ei toiminut. Haastateltavat myös kiinnittävät huomiota enemmän niihin arkisto-ohjelmiin, joissa oli esittelytekstin ohella myös still-kuva. Still-kuvan koetaan antavan vihjeitä ohjelman sisällöstä ja vetävän huomion itseensä. Olisi hyvä, jos kaikissa arkistoitavissa ohjelmissa olisi still-kuva mukana.

”Ne kiinnittää aina huomiota, missä on se on se valokuva, en sitten tiedä onko sitä mahdollista sitten laittaa kaikkiin. Sehän on sitten paljon vaivaa, mutta ne kerää niin kuin huomion, ehdottomasti. Että jos ei ollenkaan tiedä ohjelman sisällöstä.” (5)

5.4 Vision käyttöliittymä ja käytettävyys

Televisoruudusta käyttöliittymänä pidetään. Television ja kanavapainikkeiden idea on *”loistava” (5)*. Televisiometaforan sanotaan tukevan Vision käyttöä, mutta toisaalta se voi myös turhaan ruokkia mielikuvia esimerkiksi siitä, millaista ohjelmaa milläkin kanavalla Visiossa esitetään.

Yhden haastateltavan mielestä olisi parempi pysytellä sellaisissa käyttöliittymissä, jotka ovat käytettävälle medialle ominaisia. Medialle ominaiset käyttöliittymät tehostaisivat käyttöä, ja käyttäjien tulisi sopeutua medialle ominaisiin käyttökulttuureihin. Vision televisiometafora ei ole siksi välttämättä toimivin käyttöliittymäratkaisu.

”Sitten tulee näitä ontuvia reaali maailman metaforia, jotka sitten mahdollistaa käyttäjälle sen, että ne voi edelleenkin, niiden ei tarvii lainkaan vaivata päätään

sillä, että teenksä mä nyt asioita fiksusti, vaan ne voi tehdä asioita samalla lailla, ja käyttää sitä pensseliä, siihen on pistetty vähän painoa, että sillä voi naulata.” (1)

Televisiometafora on aiheuttanut ensimmäisillä kerroilla ongelmia, vaikkakaan televisiokäyttöliittymä ”ei vois kyllä helpommaksi mennä, että kun on kolme nappia, paina yhtä” (2). Ensimmäisillä käyttökerroilla on odotettu, että ohjelma lähtisi pyörimään heti kun kanavapainiketta tai ohjelman nimeä on painettu. Ensimmäisellä kerralla ei ole ajateltu, että oikeanpuoliset kanavapainikkeet toimivat navigointivälineenä.

”Kyllä mä joskus alussa mietin sitä kun siinä on ne niin kuin television nappulat, et meni hetken aikaa ennen kuin tajusin ykkönen tarkoittaa ykköstä ja kakkonen kakkosta, vaikka se olis hyvin loogista, mutta että mietin sitä, pähkäilin vähän aikaa, ja sitten painoin jostain, ja ihmettelin, että miks tää ei lähde pyörimään tää juttu.” (3)

Ensimmäisen käyttökerran jälkeen kanavapainikkeet eivät ole hämänneet, mutta ohjelman käynnistys-linkkiä on etsitty. Ongelmana on se, että käynnistys-linkki ei näy sivulla, mikäli ohjelmassa on pitkä teksti. Jos taas ohjelman teksti on lyhyehkö, linkki mahtuu näkymään sivulla ilman, että sivua täytyy vierittää alaspäin.

Käyttäjät ovat useasti joutuneet etsimään käynnistys-linkkiä ja sivua on täytynyt vierittää vierityspalkeista alaspäin. Arveltiin, etteivät ensikertalaiset ja kokemattomat internetin käyttäjät välttämättä edes huomaa vierittää sivua alaspäin, eivätkä siten löydä käynnistys-linkkiä.

”Kesti aikansa tajuta, että mistähän tää lähtee käymään, kun siinä on se palkki keskellä, ja sitten näkyy taustatietoo, sit se varsinainen juttu, sitä täytyy hinata sitä palkkia joskus alas ja se lähtee vasta sieltä. Että jos sitä ei oo hoksannu, niin siinä voi aikansa ihmetellä, että onks tää still-kuva, vai mikä tää on tää juttu, mutta sen kun hoksas niin ei se sitten haitannu.” (2)

Televisioruudun alaspäin vierittämisestä ja linkin hakemisesta tulisi päästä eroon, sillä se vaikeuttaa Vision käyttöä. Yksi vaihtoehto voisi olla se, että ohjelman käynnistävä linkki olisi ohjelmaruudun ylempänä, esimerkiksi ohjelman otsikko toimisi tekstilinkkinä. Tai sitten käynnistyslinkki voisi olla symboli-painike kuin tekstilinkki.

Symbolipainike saatettaisiin tunnistaa helpommin ohjelman käynnistäväksi linkiksi kuin nykyinen tekstilinkki. Tekstilinkki voi myös sekoittaa lisätieto-linkkien kanssa. Vision etusivun yläkulmassa sijaitsevia mustalla tekstillä kirjoitettuja linkkejä moitittiin myös epäselviksi, koska ne eivät aktivoitu totutuin tavoin (esim. alleviivaus, käden kuva) ja siten niitä ei tunnisteta linkeiksi heti.

”No, sillo aluksi ne veppisivut oli vähän sellaset, että missä tässön esimerkiks linkit. Siin tuli semmonen kymmenen sekunnin, et haro hiirellä ihan turhaan sillä sivulla. Että siihen vois kiinnittää huomiota. ” (2)

Vision televisioruutu avautuu omaksi ikkunakseen, mistä kaikki eivät pidä. Vision käyttöä voisi yksinkertaistaa luopumalla televisioruudusta, ja vähentämällä siten klikkauksien määrää. Ohjelmat voitaisiin linkittää vaikkapa suoraan etusivulle, jolloin televisioruutua ei tarvittaisi lainkaan.

Liikkuvan kuvan laatu on väillä häirinnyt käyttäjiä, Videokuvan kerrottiin menevän ”mössöksi” (2), mikäli kuvaa yrittää suurentaa. Kuvan laadusta ei syytetä Visiota vaan käytettävää tekniikkaa ja mediaa.

”Muuten tuntuu kyllä, että on toiminut, jos vaan sen ladattua sen systeemin (RealPlayer), ja äänen voimakkuutta pääsee säätämään, ja tietystihän se kuva liikkuu vähän hitaanlaisesti, eihän se oo sama kuin teeveessä, mutta toisaalta sen tietää, että se on netti ja siihen suhtautuu kuin nettiin.” (5)

Vision käyttö koetaan kuitenkin helpoksi. Vision käyttöä eniten on vaikeuttanut puuttuva RealPlayer ja yliopiston palvelimen serverikatkokset, jolloin Visioon ei ole saatu yhteyttä. Käyttöliittymä on ensimmäisen kerran jälkeen ollut käyttäjille selkeä.

Vision tekninen käytettävyys

Haastateltavat tietävät, että Vision katselemiseen tarvitaan RealPlayer. Realin käyttöä pidetään järkevänä valintana. RealMediasta pidetään, koska se ei ole ”ison riistoyhtiön väkisin pakottama” (4). RealPlayerin puuttuminen on vaikeuttanut Vision katsomista muutamina kertoina. Sen lataamisen todetaan kuitenkin olevan helppoa. Vision katseluun ei uskota

vaikuttavan se, etteivät ihmiset uskaltaisi tai osaisi ladata RealPlayeria. Eri asia on viitsitäänkö nähdä se vaiva, että plug-in haetaan ja ladataan omalle päätekoneelle.

Yksi haastateltavista mainitsee, ettei hän pidä RealPlayerista lainkaan, koska se haluaa ladata itsensä tietokoneen alapalkkiin ja kasvattaa ohjelmistojen määrää. Haastateltavalla on negatiivinen suhtautuminen Realiin, ja se myös on vaikuttanut Vision katseluun.

”Se (RealMedia) on mikä siinä oikein ärsytti, ja minkä takia Vision selaileminen jäi, kun laitoin käyttiksen uudestaan, ja en sitten viittinyt ees asentaa koko RealPlayeria. Niin sen takia osaksi se jäi, että se ei ollu niin hyvä, että Vision takia ois pitänyt Reali asentaa uudestaan.” (2)

Osa haastateltavista ei ole ollut tyytyväisiä RealMedian videokuvan laatuun. Yhtenä vaihtoehtona mainittiin, että käännettäessä videokuvaa rm.-tiedostoon, käytettäisiin RealMedian surestream-mahdollisuutta, jota itse asiassa Visiossa on koko ajan käytettykin. Surestream-tekniikka mahdollistaa sen, että videokuva pakataan muutamalla eri pakkauskoolla josta RealPlayer automaattisesti tunnistaa kulloisellekin internet-yhteydelle sopivimman tiedostomuodon. Isojakin pakkauskojoja voisi Vision ohjelmissa käyttää. Arveltiin, että suurin osa Vision käyttäjistä katsoo Visiota esimerkiksi opiskelupaikasta, missä on hyvä ja nopea internet-yhteys.

”Osissa jutuissa oli käytetty aika paljon 80 bitin striimiä, ja se oli mun mielestä aika vähän. Siinä alko jo se äänikin kärsiä ja ennen kaikkea se kuva Eli jos ois mahdollisuus valita tai automaattisesti tunnistaa, sen yhteyden mukaan, kuinka nopeesti sä pystyt bufferoimaan sitä dataa sinne, niin se antas useampaa eri kokosta striimiä siitä päätellen. Esimerkiksi 150 vaikka johonkin 450 asti, jos Atk-keskuksella on siihen resursseja. Tekniikkahan ei oo pääasia, mutta monesti kun hienon jutun tekee, niin se olis ihan hieno, ett sen näkis siinä alkuperäsessä muodossa. (6)

Jos Visiossa on käytössä ainoastaan yksi videotiedosto, sen kannattaa olla sellainen, jonka voi ladata jokainen käyttäjä. Tämän takia haastateltavat pitävät RealPlayeria hyvänä valintana. Hyvää palvelua kuitenkin olisi se, että videokuvaa tarjottaisiin kahdessa eri videotiedostomuodossa. Käyttäjä voisi itse valita kumpaa tiedostoa käyttää. Kaksi videotiedostoa olisi riittävästi, koska ”jos on kolme niin sitten alkaa olla niin paljon työtä siellä tekijöillä ja sillä ei enää saavuteta mitään etuja” (2).

Vaihtoehtoisiksi videotiedostomuodoiksi mainittiin Applen QuickTime ja Windows Media. QuickTimen kuvan laatua keuhuttiin, mutta Windows Media olisi helpoin vaihtoehto. Se saattaisi helpottaa Vision käyttöä, koska se ”*taida olla vakiona uusissa Windows-käyttöjärjestelmissä. Jos se olis tarjottu vaihtoehtona, missä formaatissa haluta kattoo, niin ehkä se (Vision käyttö) ei kaatuis sitten siihen RealPlayeriin*” (6).

5.5 Vision sisältö

Visiota käytetään, koska se tarjoaa sellaista ohjelmaa mitä käyttäjät haluavat katsoa. Vision tekniikka ja sen kehitys kiinnostavat muutamaa käyttäjää, mutta muut käyttävät Visiota sen sisällön takia.

Ohjelmien paikallisuus on yksi käyttäjien mielenkiintoa lisäävä tekijä. Visiota katsellaan, jos on kiinnostunut siitä mitä Jyväskylässä ja Jyväskylän yliopistossa tapahtuu. Visio sanotaan olevan hyvä jatke Jyväskylän ylioppilaslehdelle. Vision kautta seurataan Jyväskylän tapahtumia ja yliopisto-elämää.

”Kyllä se on semmoinen, nyt etenkin kun mä oon tuolla Kuopiossa, että kun ne on sellaisia paikallisia juttuja aika paljon yliopistosta ja näitten opiskelijoitten arjesta ja noin eteenpäin, niin pysyy vähän kartalla sitten vaikka onkin tuolla työelämässä vähän kauempana, niin pysyy pikkasen mukana siinä, vaikka ne ei liitykään siihen, mitä mä opiskelen Jyväskylän yliopistossa, mutta kuitenkin ettei karkaa ihan toiseen maailmaan.” (3)

Yhdelle haastateltavalle Visio on toiminut myös sosiaalisen elämän korvikkeena, silloin kun hän asui yksin. Lisäksi Visiota katsottiin, koska kotona ei ollut perinteistä televisiota. Visio ja internetin uutispalvelut olivat toimineet ns. vanhan median korvaajina.

”Mulla itelläni ei ollut telkkaria tällön kun asu Kortepohjassa ja kattoo näitä, elikkäs se tavallaan oli telkkarin korvike jossain määrin. Ja mulle ei tullu myöskään sanomalehtiä, koska se yhteys oli niin nopee, luki kaikki lehdet verkossa ja kattoo enemmän esimerkiksi Usasta suoraan joitakin lähetyksiä ja sitten just nettiVision myös.” (5)

Vaikkakin Vision sisältö keskittyy Jyväskylän seudulle ja opiskelijaelämään, niin sen ei koeta olevan liian kohdennettua. Vision ohjelma-aiheet ovat kiinnostavia ja monipuolisia

haastateltavien mielestä, ja niiden uskotaan palvelevan erilaisia kohderyhmiä. Jokaisella löytyy jotakin. Haastateltavista ainoastaan yksi on sitä mieltä, että ohjelmia voisi kohdentaa enemmän opiskelijaelämään ja kampukseen liittyviin aiheisiin. Muut haastateltavat toivovat, että tarjonta pysyy monipuolisena, kuten se on ollut tähänkin saakka.

Paikallisia aiheita halutaan, muttei ainoastaan yliopistoa ja sen opiskelijoita koskevia ohjelmia. Ohjelmat voivat profiloitua *”Jyväskylän alueelle kyllä, tää on niinku paikallinen juttu, mutta ei niinku pelkästään yliopiston seminaarimäen alueelle, ei, vaan tonne kävelykadulle tekee haastattelujuttuja”* (2).

Erilaiset aiheet ja ohjelmat Vision käyttöä

Ennen kaikkea Visiossa kiehtoo se, että ohjelmat ovat erilaisia ja kokeilevia. Erilainen toimitustyyli viehättää, ja erilainen tyyli *”on tärkeää, ja sen takia niitä kattookin”* (2). Visiosta haetaan sellaista ohjelmatarjontaa, jota ei muualta saa.

”Siis mahdollisimman outoja, ei mitään sellaista ihan perustelevisio-tyyppistä mitä sä voit nähdä Yleltä, vaan just tollasia just suht, esimerkiksi, mikä ne tulenpyörittäjät ja sun muut, jotain tommosta ihan laidasta laitaan. Hakee justiin semmosta, josta ihmiset aikaisemmin kuullu tai ei oo tietoa.” (6)

Ohjelmia toivotaan oudoista aiheista, ilmiöistä ja ihmisistä. Aiheiden ei tarvitse olla isoja, vaan ohjelmissa tulee käsitellä *”sellaisia asioita ehkä mitä esimerkiksi valtamediat ei käsittele, jotain pieniä merkityksettömiä tai näennäisesti merkityksettömiä, just tyyliin joku roskakuskin elämä”* (4). Ohjelmia toivotaan tavallista, kaikille tutuista aiheista, mutta siten että niitä katsotaan yllättävästä ja uudesta näkökulmasta. Visiolaisilta toivotaan avointa ja *”freesiä mieltä”* (2) ja uusia näkökulmia käsiteltäviin aiheisiin ja ohjelmien tekoon.

”Se on just, että kun nää ihmiset jotka tekee niin hehän ovat opiskelijoita, niin, ja hakevat sitä uutta jollain tavalla, niin ei kannata urautua sellaiseen johonkin semmoiseen tehdään vaikka miljoonia tunteja eri puolella maailmaa. Niin miks ihmeessä tehdä sellaista, vaan pitää lähteä hakemaan erilaisia tapoja, uusia näkökulmia asioihin. Ainakin tunnus, että siitä ois hyötyä myös niille opiskelijoille sitten myöhemmin kun ne menee ehkä töihin niin ne pystyy ehkä viemään sielläkin niitä uusia näkökulmia eteenpäin, eikä aina vaan sitä samaa.”(3)

Vision ohjelmat ovat laadukkaita

Vision ohjelmat ovat laadukkaita, ja niitä pidetään hyvin tehtyinä. Välillä on ollut ohjelmia, joista näkee että ne ovat tehty kiireessä. Vision ohjelmien laatua ylipäätään pidetään hyvänä, varsinkin kun tiedetään, etteivät tekijät saa Vision toimittamisesta minkäänlaista korvausta. Vision ohjelmin laatu on ylittänyt käyttäjien odotukset.

”Siellä ollaan oppimassa myös, eikä se oletakkaan, että sen pitää olla mitään siis ammattimaista osaamista, joka siis todella hyvää on, koska mä olin erittäin yllättynyt, kuinka korkeatasoista se oli, kun ajattelee, te ootte vasta opiskelijoita, eikä työkokemusta, aika harvalla varmaan on television saralta.” (6)

Vision ohjelmien tason on huomattu vaihtelevan. Välillä esimerkiksi äänet kuuluvat liian kovaa, ja välillä taas äänet eivät kuulu lainkaan. Laadun vaihteluun suhtaudutaan kuitenkin ymmärtäväisesti. Huomautettiin myös, että mikäli laatu häiritsee, niin ”*voi painaa stop-nappulaa, vaihtaa kanavaa*” (5).

”Joskus se (laadun vaihtelu) näkyy, mutta kun se toisaalta tietää, että nyt tässä ei oo kyseessä monivuotiset ammattilaiset vaan tekevät tätä oppiakseen, ja ne on mun mielestä hyvin anteeksannettavia. Mut ei siinä mitään sellaisia, ei sellaista lähelläkään, sellaista yläasteiässä kieliposkessa tehtyä kotivideoita, vaan kyllä ne on ihan tosissaan tehty ja täytyy kyllä, että se jälki kyllä on itse asiassa ihan hyvää.” (4)

Käyttäjät sanovat, että Vision ohjelmien laatu on parantunut koko ajan. Kaiken kaikkiaan Vision ohjelmat ovat asiallisia, hyviä ja piristäviä. Ne ovat tehty ammattimaisesti, mutta mukavasti ”*pilke silmäkulmassa*” (1) ja ”*kieli poskessa*” (4). Käyttäjät toivovat, että samanlainen ote säilyy. ”*Extreme Duudson -linjaa*” (2) ei toivota, eikä sitä, että ”*mennään ihan älyttömyyksiin*” (2).

Vision ohjelmia kuvataan ”*asiaviihteeksi*” (4). Ohjelmat ovat viihteellisiä, mutta niistä saa myös tietoa. Vauhdikkaat, visuaaliset ja napakasti toimitetut ohjelmat saavat kehuja. Samoin kehuaan ohjelmia, joiden toteutus on ollut erilainen ja jäänyt mieleen. Kolmoskanavan Totta & Tarua - ja Outo juttu -ohjelmat ovat olleet hyviä, koska niiden aiheet ja toteutustapa ovat usein erilaisia muiden kanavien ohjelmiin verrattuna. Esimerkkinä mainitaan muuan muassa Kuka pelkää Pupuhuhtaa ja Leikki-nimiset ohjelmat.

Vision kanavat, päivitystiheys ja ohjelmien kesto

Vision kanavista pidetään, mutta niitä ei eroteta toisistaan. Käyttäjät eivät muista tai tiedä kanavien nimiä ja aihepiirejä. Tuottajien idea erottuvista kanavaprofiileista ei siis ole aivan onnistunut. Toisaalta kanavia kuitenkin kiitellään monipuolisiksi, ja niiden uskotaan tuottavan ohjelmien aiheita ja jäsentävän Vision ohjelmistoa. Kolmoskanava profiloituu käyttäjien mielestä kaikkein selkeimmin viihteeseen. Kukaan haastateltavista ei katso ainoastaan tietyn kanavan ohjelmia.

”Niiden (kanavien) teemojen kauttahan taas varmaan löytyy niitä aiheitakin helpommin sitten, ja siitä tulee sitten jäsentyneempi, että käyttäjä voi odottaa, että aha täällä nyt varmaan joku mielenkiintoinen uusi ilmiö tai vanha ilmiö, mutta mielenkiintoista kuitenkin. Että se luo jo odotuksia, että kun tietää suunnilleen mitä miltäkin kanavalta löytyy.”(3)

Vision päivitystiheys on hyvä. Tosin osa haastateltavista tietää minä päivinä Visio päivittyy, osa ei. Tiheän päivittämisen uskotaan lisäävän Vision käyttöä. Kukaan ei käy katsomassa Visiota Vision päivityspäivinä.

Haastateltavien mielestä voisi olla hyvä, jos ohjelmat julkaistaisiin kaikki yhdellä kerralla. Toisaalta se saattaisi aiheuttaa toimittajille enemmän työtä. Arvellaankin, että loppujen lopuksi kolmesti viikossa tapahtuva päivitys on sekä tekijöiden että käyttäjien kannalta hyvä ratkaisu. Tekijöiden työ jakautuu tasaisemmin, ja käyttäjille tarjotaan uutta ja vaihtuvaa sisältöä. Erittäin hyvänä asiana pidetään Vision arkistoa, koska sen kautta voi nähdä ohjelmat vaikkei joka viikko Visiossa kävisikään.

Vision ohjelmien kestoja pidetään sopivana. Ohjelmat voisivat olla jopa pitempiä. Tosin pidempien ohjelmien tekeminen vaatisi toimittajilta enemmän työtä ja suunnittelua, mihin ei uskota toimittajilla olevan aikaa. Alle neljä minuuttia on hyvä pituus, vaikka *”joskus on tullut, että höh, nytkö se jo loppu. Se on tullut useemmin kuin se, että voi ei, kun tää vaan jatkuu, jatkuu, pitää vaihtaa kanavaa”* (6).

Ohjelmien temmon ja sisällön uskotaan vaikuttavan siihen, kuinka pitkiä ohjelmia jaksetaan katsoa. Mikäli ohjelma on hyvin ja idearikkaasti toteutettu, ja kertoo vielä kiinnostavasta aiheesta, voisi sitä ”katsoa vaikka vartinkin” (2).

5.6 Vision kohderyhmä ja funktio

Vision kohderyhmänä pidetään yksimielisesti yliopisto-opiskelijoita. Käyttäjäkunnan uskotaan koostuvan yliopiston opiskelijoista, visiolaisista ja heidän kavereistaan. Vision ei kuitenkaan koeta olevan Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden hitoksen sisäinen juttu. Vision ohjelmat eivät ole ”inside-tyyppistä, mun mielestä ne ovat ihan yleistajuisia, ja jotkut jutut on ollu ihan hyviä, asiallisia, tai niinku laidasta laitaan.”(4) Yhdeksi käyttäjäryhmäksi arvellaan myös tekniikasta kiinnostuneet henkilöt.

”Käyttäjäkunta muodostuu niistä, jotka näkee siitä sen teknisen konseptin taakse, ja tietää, että tätä kannattaa seurata, ja tätä kannattaa tukea tälle kannattaa antaa palautetta, tästä voi tulla joskus jotain.” (1)

Visio on opiskelijoiden oma netti-televisio, jonka ohjelmat ovat suunnattu kohderyhmälleen. Ohjelmien toimituksellista linjaa ja kohderyhmää pidetään oikeana, ja haastateltavat tuntevat kuuluvansa Vision kohderyhmään. Ohjelmistoa pidetään mielenkiintoisena ja aihevalikoimaltaan laajana. Haastateltavat uskovat, että Visiosta löytyy katsottavaa myös muille kuin Jyväskylän yliopisto-opiskelijoille.

”Mähän oon vanha yliopisto-opiskelijaksikin, että tuota varmaan se on keskiverto yliopisto-opiskelijoille suunnattu. Mutta kyllä mä löydän sieltä hyvin mielenkiintoisia asioita...kyllä sieltä löytyy ehdottomasti sellaisia juttuja, jotka kiinnostaa minua.”(3)

Yksi haastateltavista arvelee, ettei laaja yleisö löydä eikä sen pidäkään löytää Visiota. Pieni katsojakunta antaa toimittajille enemmän uskallusta kokeilla, mitä pidetään tärkeänä ja kiinnostavana asiana.

”Hyvin äkkii sitten toimittajien se katoaa semmoinen kokeilunhalu, että kun tietää, että tää nyt menee miljoonalle ihmisille, ett ei uskalla enää kun siinä näkyy oma nimi ja pelätään enemmän mokaamista. Sitten se menee semmoseksi tavalliseksi haastatteluksi.” (2)

Vision yksi tehtävä on erilaisten ilmiöiden ja ohjelmien tarjoaminen. Ohjelmat käsittelevät ja niiden tehtävä on käsitellä ”just tällaisia pieniä hassuja juttuja, joilla saattaa olla syvempiäkin merkityksiä. Persoonallisia ihmisiä ja miten maailma makaa ja mitä täällä tapahtuu” (3).

Toinen Vision tehtävä on paikallisten asioiden esille tuominen ja opiskelijaelämään liittyvistä asioista kertominen. Paikallisuus, erilainen ja kohdennettu ohjelmatarjonta ovat Vision toiminnan kulmakiviä, ja siksi sitä katsotaan.

”Ei vaikka digi-tv:lle tulee vaikka kuinka paljon kanavia, niin ei niistä ykskään kerro tietyn yliopiston ja tietyn kampuksen ja tietyn ylioppilasasunnon ilmiöistä ja elämästä. Tämä se on selvästi tämä tv:n juttu.” (1)

Käyttäjät katsovat Visiota viihdyttääkseen itseään tai hakeakseen taukoa esimerkiksi opiskelun tai työn lomaan. Tietoakin Visio tarjoaa, mutta viihdykkeen tarjoaminen koetaan Vision kolmanneksi tehtäväksi ja päämääräksi.

”Varmaan yksi ihan tällainen maallinen tehtävä on viihdyttää ja sit piristää opiskelijan ankeaa arkea, opiskelijan arki on kyllä ihan mukavaa, mutta se tuo semmoista kivaa iloa elämään ja niistä ohjelmista tulee sellainen hyvä mieli, ja siinä voi revetäkin, ja niissä odottaa, että mitä seuraavaksi tapahtuu. Et se on varmaan just viihdyttää, ja sitten se on sellainen väylä myös niinku tänne yliopistoon.” (5)

Neljäs Vision tehtävä on harjoittelu- ja oppimispaikan tarjoaminen. Visiossa opiskelijat voivat käytännössä harjoitella toimittamista ja verkkovideo-ohjelmien tekemistä. Tekijät pääsevät kokeilemaan ja testaamaan, miten ääni ja liikkuva kuva toimivat internetissä. Haastateltavat uskovat, että Visiossa toimiminen voi hyödyttää Vision tekijöitä työelämässäänkin. Jos ohjelmia on tehty huolella ja laadukkaasti, niin niitä voi esitellä portfolioissaan, ja ne voivat olla ”hyvä meriitti siellä työelämässä” (3).

5.7 Vision vuorovaikutus

Käyttäjille riittää, että he voivat lopettaa, käynnistää ja kelata Vision ohjelmia, säätää niiden äänentasoja ja lähettää palautetta Vision sivujen kautta. Kukaan käyttäjistä ei halunnut lisää

vuorovaikutusmahdollisuuksia, mutta heiltä tuli kysyttäessä ideoita siihen kuinka vuorovaikutusta voisi lisätä Vision WWW-sivustolla.

”Kyllä se mulle on riittänyt se äänensäätö ja se, että voit laittaa sen (ohjelman) pois päältä, ja aloittaa toisen ohjelman tai laittaa kokonaan pois.” (4)

Palautteenantomahdollisuutta pidetään hyvänä. Palaute-linkki voisi olla paremmin näkyvillä vaikka siten, että palautepyyntö ilmestyisi ohjelmaruutuun heti ohjelman loputtua. Palautteenannossa koetaan tärkeäksi se, että se on mahdollisimman helppoa ja nopeaa. Palautteenannon tulee olla, *”että mitä tykkäisit, no ihan jees, ja sit siitä niinku naks, ja kiitos”*(4).

”Kun se ohjelma loppuu ja siihen RealPlayeriin tulee se tyhjä kohta, niin siihen voisi tulla suora kehoitus, että haluatko antaa palautetta tai onko sinulla ideoita. Että se voisi tulla välittömästi heti sen kokemuksen jälkeen.” (5)

Palautetta voidaan lähettää sähköpostitse Vision WWW-sivustolle rakennetun palautelomakkeen kautta. Palaute-sivulla ei kerrota mihin sähköpostiosoitteeseen viesti menee, mikä häiritsee haastateltavia. Palaute-sivulla voisi olla osoitteena esimerkiksi visiopalaute@jyu.fi, ja toimitukseen taas saisi yhteyttä osoitteella visiotoimitus@jyu.fi.

Vision toimittajat mainitaan nimeltä info-sivulla. Vuorovaikutusta tekijöiden ja käyttäjien kanssa voisi kehittää henkilöittämällä toimittajia. Info-sivulla voisi olla jokaisesta toimittajasta kasvokuva, jolloin *”tietäis ketä te ootte, ja jos teihin törmää vaikka yliopistolla, niin voi vetäistä vaikka hihasta ja antaa herkemmin palautetta ja myös ideoita ja ruusuja ja risuja.”* (5). Lisäksi info-sivuilla voisi olla muidenkin tekijöiden kuin tuottajien yhteystiedot. Tällöin voisi antaa halutessaan henkilökohtaista palautetta suoraan ohjelman tekijöille.

Tulleille palautteille voisi rakentaa oman osion Vision sivustolle. Palautteen tulisi olla läpinäkyvää siten, että tullut palaute ja sen vastaus olisivat esillä sivustolla. Näkyvissä palautteissa tulisi olla myös selkeästi esillä se, milloin palaute on tullut. Palautteiden läpinäkyvyys koetaan tärkeäksi, ja sen avulla voidaan luoda positiivinen kuva Visiosta.

”Vuorovaikutteisuudeksi riittää ihan loistavasti se, että se ohjelma tai sitä tuottava tiimi selvästi reagoi siihen palautteeseen, mitä annetaan.” (1)

Näkyvän palautteen, tai kysymys- ja vastauspalstan avulla voitaisiin kehittää Vision vuorovaikutusta. Palaute/kysymys- ja vastaussivuilla voitaisiin käydä esimerkiksi ”kehittämiskeskusteluja” (1), joiden avulla Visiota voitaisiin kehittää eteenpäin. Haastateltavat tosin suhtautuvat keskustelupalstan toimivuuteen kuitenkin epäillen. He eivät usko, että itse osallistuisivat keskusteluun. Vision käyttäjämäärä saattaa olla sen verran pieni, että keskustelun käynnistäminen on haasteellista.

Vuorovaikutusta voi myös lisätä erilaisilla äänestyksillä. Yksi idea on, että Vision sivustolla äänestettäisiin Vision parasta ohjelmaa kautta aikain. Sivustolla olisi koko ajan näkyvillä ohjelmien ranking-lista ja käyttäjät voisivat listata omat suosikkinsa.

5.8 Kuinka kehittää Visiota?

Vision kehittämiseen käyttäjät antoivat sekä teknisiä että sisällöllisiä ideoita. RealPlayerin lisäksi voisi olla toinen videotiedostomuoto, esimerkiksi Windows Media. Vision ohjelmat voisivat olla myös pakattu eri internet-yhteysnopeuksille. Näin Visiossa on ollutkin vuodesta 2001 lähtien.

Äänen ja kuvan laatua ei koettu häiritseväksi, varsinkaan jos ohjelma oli toteutukseltaan ja aiheeltaan mielenkiintoinen. Toivottiin kuitenkin, että äänentasot eivät vaihtelisi niin paljon kuin nyt. Lisäksi Vision videokuvaa olisi hyvä pystyä skaalaamaan isommaksi siten, että se pysyisi edelleen tarkkana.

Sivuston linkkien tunnistettavuutta tulisi parantaa. Varsinkin Vision sivuosioiden (arkisto, info yms.) linkit ovat epäselviä. Niiden tunnistettavuutta voisi parantaa aktivoimalla linkit esimerkiksi alleviivauksella. Vision ohjelman käynnistävä linkki tulisi olla huomattavasti ylempänä kuin missä se nykyisin on. Ohjelman nähdäkseen joutuu usein vierittämään ohjelmaruutua.

Ohjelman linkkinä voisi toimia joko televisio- tai ohjelmaruudun ohjelmaotsikko, tai sitten ohjelma voisi käynnistyä suoraan Vision etusivulta. Televisioruutua ei siten olisi ollenkaan, vaan

ohjelmiin klikattaisiin suoraan etusivulta ohjelmien otsikoista. Televisioruutu koettiin positiiviseksi, mutta osittain turhaksi. Etusivulla sijaitseva käynnistyslinkki vähentäisi klikkauksien määrää, ja siten helpottaisi ja yksinkertaistaisi Vision käyttöä.

”Nythän siinä etusivulla sanotaan ohjelmien nimet, mutta niistä ei pysty suoraan klikkaa ohjelmaan, niin vois tavallaan etusivulle suoraan tulla se telkkari, mistä pääsis suoraan niihin ohjelmiin. Että tavallaan siinä joutuu siirtyä siihen avaa nettiVision kautta ja sitten vasta sieltä menemään sinne pömpeliin. Tavallaan sittenhän siinä se etusivuhan alkais elää eri tavalla, jos siihen tois suoraan ne ohjelmat, tai jonkun kuvan niistä.” (5)

Vision arkisto-linkki voisi olla enemmän näkyvillä. Arkisto-linkki voisi sijaita videon alapuolella yhdessä palaute-linkin kanssa. Arkiston hakutoiminnot voisivat olla yksinkertaisemmat kuin ne ovat tällä hetkellä. Käyttäjät käyttävät Listaa kaikki ohjelmat -toimintoa, eikä muita hakusanamahdollisuuksia käytetä.

Ohjelmiin ja Vision sivustolle voisi lisätä enemmän tietoa. Jokaiseen ohjelmaan tulisi liittää linkkejä. Ohjelmissa on esittelytekstit, ja esittelytekstiin voisi liittää *”lisää tietoa -linkin siitä edelleen, jossa olis riippuen nyt aiheesta, mitä siitä vois kertoa, yhteystiedoista jos on joku harrastusmahdollisuus esimerkiksi” (6)*. Vision sivustolla taas voisi olla enemmän tietoa esimerkiksi Vision tekijöistä ja Visiosta sekä sen toteutuksesta ja tekniikasta.

Vision sisällöltä odotetaan kokeilevaa otetta ja erilaisuutta verrattuna valtamediaan. Aiheisiin toivotaan uutta, erilaisia näkökulmia ja enemmän ohjelmia halutaan pienistä, jokapäiväisistä asioista, mutta uusista näkökulmista katsottuna. Lisäksi ohjelmia toivotaan vaihtoehtoisista elämäntyyleistä ja -katsomuksista. Asioista, jotka eivät ole valtavirtaa.

Visiossa voisi kokeilla draaman tekemistä. Visioon voitaisiin esimerkiksi luoda Ekoisti televisio-ohjelmassa esiintyneen Ekovaarin tyyppinen fiktiivinen hahmo, jonka kautta *”tuotais aina jotain uusia näkökulmia aiheeseen” (3)*. Uutisiakin Visioon voisi tehdä, parodia mielessä tosin.

Ohjelmia voisi tehdä yliopiston henkilökunnasta, sellaisista henkilöistä, jotka ovat tavalla tai toisella tuttuja kaikille opiskelijoille. Tai mennä paikkoihin, joihin ei tavallinen opiskelija pääse. Ohjelma-aiheita löytyy myös yliopisto-opiskelijoiden keskuudessa liikkuvista legendoista.

”Esimerkiksi tää niin matka talkkarin mukana jonkun kampuksen, jonkun talon pannuhuoneissa ja varastoissa, ja sitten tuota justiin niin kuin juttuja tästä maailmasta (yliopistomaailmasta). Kauhutarinoita Kortepohjasta, joitakin urbaaneja legendoja näistä faarao-muurahaisista, ja näistä jos haluaa jotain Halloween-henkeä tähän.” (1)

Visio voisi olla myös kriittinen. Se voisi olla kantaaottavampi ja toimia keskustelunherättäjänä. Esimerkiksi ohjelmissa voitaisiin käsitellä sitä, kuinka *”hallinto runtelee opiskelijaa”* (4), tai ohjelman voisi tehdä siitä, että YTHS:n ajanvarauksessa *”puol salillista kuulee kaikki sun vaivat”* (5). Ironiset ja satiiriset ohjelmat ovat myös toivelistalla. Tulevista ohjelmista voisi taas tarjota sivustolla ennakkotietoja, ja kenties ennakkomateriaaliakin.

”Yksi ois tosi veikee, että jos ois jotain materiaalia valmiina, niin näyttäis jonku vilauksen jostain. Et sehän on tää klassinen tapa, miten ihmiset jätetään sarjoihin koukuun, että hämmentävä tilanne ja sitten jotenkin ylibrameasti, tai tekodramaattisesti, että seuraavalla viikolla: lihatiski.” (4)

Vision koetaan olevan hyvä, hauska ja toimiva formaatti, mutta siitä ei ehkä tiedetä tarpeeksi. Vision näkyvyyttä voisi lisätä ainakin Jyväskylän yliopistossa ja sen verkkosivuilla. Vision linkki on Jyväskylän yliopiston etusivulla, mutta sen sijainnin koetaan olevan liian alhaalla. Olisi hyvä, jos Visio näkyisi yliopiston sivuilla selkeämmin. Visio voisi hankkia lisää näkyvyyttä esimerkiksi tekemällä keväisin abi-ohjelmia.

”Kun on kaikkee noita pääsykoe-juttuja ja ihmisiä, jotka on kiinnostunut yliopistosta...Voisko tehdä ohjelmia laitoksista, ei sellaisia perinteisiä esittelyjuttuja missä proffa vaan istuu vaan jotain semmoisia hauskoja. Sitä kautta esimerkiksi keväällä Visio vois saada luonnollisesti enemmän näkyvyyttä yliopiston sivuille. Esimerkiksi haluatko päästä vakoilemaan ruotsin kielen laitokselle? Viestintätieteiden laitoksella, matikan laitokselle, tai minne tahansa.” (5)

Vision näkyvyyttä voisi lisätä myös tekemällä yhteistyötä Jyväskylän yliopiston ylioppilaslehden Jylkkärin kanssa. Vision ohjelmista voisi tehdä syventäviä artikkeleita Jylkkäriin. Tai sitten Visio voisi tehdä yhteistyötä Keskisuomalaisen Pulssin tai TV-Jyväskylän kanssa. Yhteistyö

jonkun toisen median kanssa voisi lisätä tietoutta Visiosta, ja myös parantaa Vision saatavuutta.

6 ASiantuntijat arvioivat visiota

Asiantuntijahaastattelujen tarkoituksena oli tuottaa erilaista näkökulmaa käyttäjien arvioiden rinnalle, ja saada asiantuntijoilta ideoita Vision konseptin kehittämiseen. Asiantuntijoiden kanssa keskusteltiin Vision sivustosta, ohjelmista, tekniikasta, käytettävyydestä ja Vision kehittämisestä. Aineisto koostuu kolmen asiantuntijan teemahaastattelusta. Jokainen asiantuntijoista työskentelee tieto- ja viestintätekniikan sisällön kehittämiseen liittyvissä tehtävissä.

6.1 Vision sisältö

Kaksi asiantuntijahaastateltavista korosti haastatteluissa sitä, etteivät he ole katsoneet Visiota kuin muutaman kerran, silloin tällöin. Yksi vastaajista kertoi käyvänsä melko säännöllisesti Vision sivuilla katsomassa, mitä uutta siellä on.

Asiantuntijat suhtautuvat Visioon positiivisesti ja kannustavasti, kuten Vision käyttäjätkin. Heidän mielestään Vision idea on hyvä ja mielenkiintoinen. Vision arvoa lisää se, että se oli vuonna 2000 ensimmäisiä netti-televisioita. Asiantuntijoiden mielestä on myös *”loistavaa, että sellaista on lähdetty tekemään”* (c).²

”Ihan mielenkiintoinen pakkaus silleen, että oli varmaan ekoja mitä näin, ensimmäisiä nettitveitä.”(a)

Vision arkistoa ja Vision ohjelmien kolme kertaa viikossa -päivitystahtia asiantuntijat kehuvat samoista syistä kuin käyttäjätkin. Arkisto mahdollistaa, että ohjelmat ovat nähtävissä lähetysviikon jälkeen. Tiuha päivitystahti taas takaa sen, että sivuston materiaali on vaihtuvaa. Asiantuntijoiden mielestä niin arkistointi kuin tiivis päivitystahti voivat lisätä Vision käytön määrää, mikä näkyikin käyttäjien vastauksista.

”Kolme kertaa viikossa, se on ainakin hyvä valtti, siellä vaihtuu ne ohjelmat, siellä ei se sama pyöri montaa viikkoa. Se on hyvä asia...Sitten vielä se, että joku löytää jonkun hyvän jutun, niin sen voi kattoa arkistosta ne vanhatkin jutut.” (b)

² Sitaatit ovat asiantuntijahaastateltavien kommentteja. Sitaatit ovat aineistoa erityisen kuvaavia esimerkkejä. Kirjaimet a - c edustavat haastateltavia satunnaisessa järjestyksessä.

Vision edeltäjä PULP oli tuttu asiantuntijoille. Vision koettiin seuraavan PULPin jalanjalkia yliopisto-opiskelijatelevisiiona ja olevan suunnattu yliopisto-opiskelijoille. Ohjelmat painottuvat yliopistoelämään ja ne ovat sellaisista aiheista, jotka kiinnostavat opiskelijoita. Vision toimituksellista linjaa pidettiin hyvänä. Samaa ajattelivat myös Vision käyttäjät. Visiossa yhdistyvät viihteellisyys ja asiapitoiset ohjelmat, joita tehdään vakavasti mutta pilke silmäkulmassa.

”Se on sopivan vähän kieliposkessa tehty, mutta kuitenkin sen verran vakavia, että ne voi uskoa, että se ei oo mitään pilipali-juttuja.” (b)

Vision ohjelmat siis antavat kuvan, että niitä tehdään vakavin mielin. Visiossa voisi olla tosin enemmän kritiikkiä ja kantaaottavuutta, vaikka *”eihän nämä jutut mitä siellä on tehty, niin myötäsukaa meneviä ole vaan on siellä ihan särääkin” (c)*.

Vision ohjelmien pituutta pidetään sopivana. Tosin osa saattaa olla asiantuntijoiden mielestä hieman pitkiäkin. Asiantuntijat uskoivat, että käyttäjien sietokykyä Vision ohjelmien pituuden suhteen vähentävät reistaileva tekniikka: kuvan epätasainen latautuminen, hitaus, kuvan pieni koko ja heikko tekninen laatu. Tämän hetkinen tekninen taso internetin verkkolähetyksissä asettaa haasteita koko Vision toiminnalle.

”Voiko sen sitten kääntää jollain lailla eduksi, että ruutu on pieni, se nykii, äänikin on pikkaisen sihisevä ja suhiseva, niin se on haaste.” (c)

Toisaalta painotettiin sitä, että lyhyetkin jutut saatetaan kokea pitkiksi internetin käyttökulttuurin takia. Kuvan koko tai laatu ei siis ole ainoa tekijä, joka vaikuttaa siihen, miten pitkiä ohjelmia internetissä jaksetaan katsoa. Asiantuntijahaastateltava mukaili Nielsenin (2000, 217) ajatusta siitä, ettei verkossa surffata ja viihdytä kauan yhdellä sivustolla. Internetin erilaisuus mediana, ja sen erilainen käyttökulttuuri verrattuna televisioon aiheuttaa erilaisia odotuksia Vision ohjelmien kestolle ja Vision käytölle. Kuten haastateltava itse asian toteaa:

”Jos katotaan telkkarista kolmen minuutin pätkä, niin sehän on lyhyt, kyllä se loppuu. Jos katot sen saman netistä, niin se tuntuu pitkälle sen takia kun se väline ja käyttökulttuuri on erilainen.” (b)

Toisaalta käyttäjien mielestä ohjelmien kesto oli sopiva, ja he voisivat katsoa pidempiäkin ohjelmia. Heidän mielestään ohjelmien keston sietoon ei vaikuttanut tekniikka tai käyttökulttuuri, vaan heidän mielestään tärkein tekijä ohjelmien pituuden suhteen oli ohjelman aihe ja toteutustapa.

Asiantuntijoiden mukaan teknisen laadun ja internetin käyttökulttuurin lisäksi haasteita Vision toiminnalle asettaa myös sen sisältö, joka ei ole internetissä perinteisessä ympäristössä. Visio on internetissä huonossa paikassa, koska sen sisältö ja tarjonta eivät ole sitä, mitä verkossa on yleensä tarjottu. Visio on *”huonolla paikalla lähtemään kilpailemaan viihteestä, mutta eihän se pilotointia estä ja kokeilua” (b).*

Teknisesti ja sisällöllisesti Visiota pidetään hyvin tehtynä. Vision tarjonta on asiantuntijoiden mielestä kiinnostavaa, ja sellaista, jota luultavammin myös mennään katsomaan. Tosin yksi haastateltavista oli odottanut Vision sisällön olevan erilaista kuin mitä se nyt on.

”Se toimii suhtkoht hyvin, niin se on kuitenkin perinteisempää televisiotoimintaa mitä mä oisin kuvitellu mitä siellä ois ollu.” (c)

6.2 Vision funktio ja käyttö

Visio yhdeksi tehtäväksi ja tarkoituksiksi asiantuntijat arvioivat vaihtoehdoisen ohjelma- ja oppimiskanavan tarjoamisen Visio käyttäjille ja tekijöille. Tässäkin suhteessa käyttäjien ja asiantuntijoiden vastaukset mukailivat toisiaan.

Sekä asiantuntijat että käyttäjät pitävät Visiota yliopisto-opiskelijatelevisiona, jonka ohjelmat ovat kohdennettu selkeästi tietyille kohderyhmälle. Tämän takia esimerkiksi Jyväskylän paikallisteleviokaan ei kilpaile samassa lohkossa Visio kanssa. Visio toinen funktio on *”sama kun PULP, eli tällainen vaihtoehtoinen kanava” (b).*

Vaihtoehdoisen ohjelmiston ja tarjonnan lisäksi Visio on tekijäkunnalle *”oivallinen oppimisympäristö tai oppimisen tapa” (c).* Visio tarjoaa ympäristön, jossa televisio-ohjelman tuotantoa verkkoon valmistellaan *”idean hieromisesta lähtien” (c)* julkaisuun

saakka. Haastateltavan sanoin, ”*sehän on vallan mainio learning by mistakes -tyyppinen ratkaisu ja vois kuvitella siitä määrästä, joka siellä on, että se on pidetty työtapa*” (c).

Asiantuntijat arvioivat Vision käyttösyiksi samat asiat kuin käyttäjät. Visio on siis opiskelijoiden oma televisio, ja Visiota käytetään jos kuulutaan oikeaan kohderyhmään eli yliopisto-opiskelijoihin. Visio houkuttelee käyttäjiä kohdennetulla ja mielenkiintoisella sisällöllä.

”Sisältö on, mitä oon itte kattonut niin, se on mielenkiintoista. Eli siinä tulee tämmöinen houkuttelevuus-asia mukaan.” (b)

Asiantuntijat arvioivat suurimman osan Vision käyttäjistä olevan Jyväskylän yliopiston yliopisto-opiskelijoita. Haastateltavat uskovat, että Jyväskylän yliopisto-opiskelijoita vierailee Visiossa esimerkiksi Jyväskylän yliopiston pääsivuilla sijaitsevan Visio-linkin ansiosta. Toiseksi käyttäjäryhmäksi arvioidaan tekniikasta kiinnostuneet ihmiset, jotka seuraavat Vision kehitystä. Molemmat huomiot tukevat myös käyttäjien vastauksia.

Visiota arvioidaan käytettävän ensimmäisellä kerralla mielenkiinnosta ja uutuudenviehätyksestä, jonka jälkeen tarjottava sisältö nousee keskeiseen asemaan. Asiantuntijoiden arvio osui oikeaan. Juuri edellä mainituista syistä käyttäjät kertoivat käyttävänsä Visiota. Asiantuntijat perustelivat arvioitaan seuraavasti:

”Ei se sillä lailla uutta ja mullistavaa oo, että sen flow-kokemuksen takia tulis uudelleen vaan se on nimenomaan kiinni siitä, että ne ohjelmat tai mitkä sinne tulee, kiinnostaa.” (c)

Asiantuntijoiden vastaukset vahvistivat käyttäjähaastatteluiden tuloksia. Vision käytön määrään siis vaikuttaa ennen kaikkea sisältö: onko Vision tarjoama sisältö sellaista, mitä käyttäjät haluavat seurata. Sisällön kohdentamiseksi haastateltavien mielestä olisikin hyvä selvittää se, ketä Vision käyttäjät ovat ja mistä he ovat. Toisaalta voi miettiä sitä, kannattaako Vision ohjelmia kohdentaa nykyistä enempää esimerkiksi Jyväskylän yliopiston opiskelijoille.

”Yliopistossa opiskelijat on varmaan se teidän suurin kohderyhmä, niin toisaalta jos siellä on tavallaan täsmäkohdennettu enemmän niin hyvä asia, mutta sitten että puottaako se?” (a)

Yksi haastateltavista uskoo, että suuri osa käyttäjistä on Tourulan viestintätieteiden laitoksen opiskelijoita, jotka katsovat Visiota koska ovat joko itse mukana tekemässä Visiota tai koska joku heidän tuttavistaan on Visiossa mukana. Sama vastaaja arvioi myös, ettei Visiota tunneta kovin hyvin yliopiston ulkopuolella. Vision arvioidaan olevan ”*pienen piirin juttu*” (c).

Vision käyttömäärää ja käyttäjäkuntaa voisi laajentaa esimerkiksi lisäämällä näkyvyyttä, mistä myös käyttäjät puhuivat. Esimerkiksi yliopiston pääsivuilla sijaitseva linkki on sivun alalaidassa, eikä sitä havaita helposti. Näkyvyyden suhteen voisi olla muutenkin aggressiivisempi, sen avulla voisi myös antaa kuvaa ”*että tekijät ovat ylpeitä siitä, mitä on tehty ja saatu aikaiseksi*” (c). Ylpeyteen olisi aihetta, koska ”*se on sen verta hieno homma, että se on harmi, ettei siitä tiedetä sen enempää*” (c).

Vision laajentamista voi hankaloittaa se, että Vision ohjelmat kohdistuvat Jyväskylän seudulle ja opiskelijaelämään, ”*että ei sillä koitetaakaan suurempia massoja tavoittaa*” (c). Asiantuntijat korostavat, että Vision laajentamiseksi tulisi selvittää mistä ja ketkä Visiota käyttävät ja muuttaa kenties myös ohjelmien aiheita. Laajentaminen voisi myös haastateltavan mielestä lisätä toimitustyön määrää, jolloin Visiossa toimiminen muuttuisi ”*rankemmaksi työnteoksi*” (c).

Asiantuntijoiden mielestä laajentamista kannattaisi siis pohtia vakavasti, ja ennen kaikkea tulisi pohtia sitä, pitäisikö Vision edes yrittää ja onko Visiolla edes tarvetta laajentaa käyttäjäkuntaansa ja ohjelmistoaan. Visiolla kun on oma selkeä tavoite ja funktio olla Jyväskylän yliopiston opiskelijatelevisio.

6.3 Vision WWW-sivusto

Vision WWW-sivuston ulkoasusta asiantuntijahaastateltavat ovat kahta mieltä, aivan kuten käyttäjätkin. Toisaalta Vision sivuja pidetään hauskoina ja positiivisina. Kuvitus, väri ja graafinen ilmiasu kokonaisuudessaan luovat ”*siihen sellaisen hyvän meiningin fiilingin, että sitä mielellään lähtee katsomaan*” (c). Lisäksi sivuston ulkoasu 1950-luvun hengeltään sopii myös Vision sisältöön, sillä ”*onhan siinä sellaista retromeininkiä. Se sopii siihen, mitä*

siinä katsotaan, niin se ei ole uusinta uutta ja se on aika hyvin linjassa sen kuvitusmaailman kanssa” (c).

Yksi haastateltavista ei taas pidä Vision sivujen ulkoasusta, samoin kuin ei pitänyt yksi käyttäjistäkään. Asiantuntijahaastateltava haluaisi muuttaa yleisilmettä erilaiseksi, muun muassa vaihtamalla fontteja, ja lisäämällä grafiikkaa. Animaatioita sivustoille hän ei kuitenkaan kaipaa, koska ne hidastavat sivujen latautumisaikaa varsinkin jos sivustoihin ollaan yhteydessä modeemin kautta.

Vision sivuston rakennetta haastateltavat arvioivat yksimielisemmin kuin sivujen ulkoasua. Asiantuntijat pitävät Vision sivuja selkeinä ja yksinkertaisina, *”kompaktina pakettina” (a)*. Käyttäjät kokivat sivuston myös yksinkertaisina ja selkeinä. Asiantuntijat selittävät sivuston selkeyttä sillä, ettei alisivuja ole useita minkä takia sivuston rakenne on helppo hahmottaa.

6.4 Vision käyttöliittymä ja käytettävyys

Vision sivuston rakenteen asiantuntijat arvioivat hyväksi, selkeäksi ja käytettäväksi. Turhaa, ylimääräistä *”härvelystä” (c)* ei ole sivuille liitetty. Asiantuntijat uskovat, että sivustolta löytyy se, mitä käyttäjät etsivät. Televisiosta käyttöliittymän metaforana pidetään, lisäksi sen koetaan olevan melko *”obvious-ratkaisu” (c)*. Käyttöliittymää pidetään hyvänä, yksinkertaisena ja helppona, vaikkakaan se ei ole *”perinteinen tietokonekäyttöliittymä” (b)*. Vaikkakin käyttöliittymää ja sivustoa arvioidaan helppokäyttöiseksi, niin myös ongelmatekijöitä sivustolta löytyy.

Asiantuntijoilla oli ollut hahmottamisongelmia television, varsinkin kanavien, käytössä. Ensimmäisellä käyttökerralla televisioruudun oikealla puolella olevia kanava-painikkeita ei ollut yhdistetty navigaatiopainikkeiksi, vaan kanavien käynnistystä oli etsitty.

”Sei ens alkuun ollut selkee, eli se ei ollut itsestään selvä se, että heti näin käytetään, vaan se vaati vähän aikaa, että hetkinen, missäs tässä onkaan, että haki sitä. Siellä on ne djelman nimet lukee siinä ykkönen, kakkonen, kolmonen. Niin haki, että niitä painetaan, eikä sitä, että painetaan sitä nappia sieltä vieressä.” (b)

Haastateltavat kuitenkin olivat sitä mieltä, että ensimmäisen käyttökerran jälkeen Vision käyttöliittymän käyttölogiikka on selkeä ja helppo muistaa. Oikeaa navigointitapaa piti etsiä ainoastaan ensimmäisellä käyttökerralla. Usein oli ajateltu ohjelmin otsikoiden olevan kanavapainikkeita, mutta *"kun ne hoksaa, niin se on ihan mielenkiintoinen"* (c).

Asiantuntija- että käyttäjähaastateltavien mielestä kanavanappulat hämäävät. Asiantuntijoiden mukaan yksi syy tähän voi olla se, etteivät kanavapainikkeet ole itsestään selvä navigaatiomalli. Asiantuntijat selittävät kanavapainikkeiden vaikeakäyttöisyyttä sillä, että verkossa yleensä käytetään tekstipohjaista navigaatiota. Kanavapainikkeet eivät myöskään näytä painettavilta nappuloilta. Tämä huomio tuli esille myös käyttäjien lausunnoista.

Kanavapainikkeiden ymmärtämistä voisi kehittää muuttamalla ne kolmiulotteisiksi. Lisäksi mainittiin, että verkon käyttäjät ovat tottuneet hakemaan navigaatio-linkkejä vasemmalta ylänurkasta. Vision kanavapainikkeet taas sijaitsevat oikeassa alanurkassa, *"mistä ei oo totuttu hakemaan tietoo, että se on viimeinen paikka"* (b).

Kanavapainikkeiden lisäksi Vision sivuston käyttöä heikensivät etusivun päätason linkit, jotka eivät aktivoitu. Niistä ei siis käyttäjähaastateltavienkaan mielestä käy selkeästi esille se, että ne ovat linkkejä. Asiantuntijat uskovat, että linkit tunnistettaisiin kun ne aktivoituisivat jotenkin. Samaa sanoivat käyttäjätkin. Asiantuntijat osaavat selittää sen, miksi aktivointi tulisi tehdä. Verkossa linkit osoitetaan liittämällä niihin jokin toiminto, esimerkiksi alleviivaus tai käden kuva. Vision linkit eivät siten noudata internetin käyttökonventioita.

"Erottaako näistä teidän linkeistä, että nää on linkkejä, ja vaan netti-tv, totta kai sen nyt tietää, mutta joku ihan tavallinen käyttäjä? Tässä ei oo mitään aktivoitu, no cursorista huomaa, se on ainut." (a)

Yksi asiantuntijoista mainitsi, että hän itse tehokäyttäjänä on mieltynyt "oikopolkuihin", pikanäppäimiin, joiden avulla voidaan suoraan päästä tehtävään käsiksi, mutta hänen mielestään Visiossa oikopolut eivät välttämättä ole tarpeellisia ja oleellisia.

Vision käytettävyyttä asiantuntijoiden ja käyttäjien mielestä heikensi myös ohjelmaruudun vierittäminen. Ohjelman käynnistävä linkki sijaitsee ohjelmaa kuvaavan tekstiosuuden ja

lisälinkkien alla. Mikäli ohjelmakuvaus on pitkä, joutuu käyttäjä vierittämään televisioruutua alaspäin, että pääsee käynnistämään ohjelman. Ohjelman käynnistävä linkkinä voisi toimia esimerkiksi ohjelman otsikko, jolloin se olisi heti näkyvillä ja helposti saatavilla.

Yhden asiantuntijahaastateltavan Vision käyttöä oli vaikeuttanut ongelmat omat selaimen kanssa. Ongelmia aiheutti se, ettei kuva latautunut riittävän nopeasti. Kuva ei ollut liikkuvaa, vaan kuvan vaihtuminen oli lähinnä still-kuvien vaihtumista toiseen.

”En tiedä onko tällä hetkellä yhteyksissä vika vai missä, mutta se varsinainen liikkuvan kuvan efekti ei ainakaan mun koneella toteutunut.” (c)

Haastateltava arvioi syiksi huonoon kuvan latautumiseen selaimen ohella myös katselukertojensa ajankohdan, *”varmaan sellaiseen parhaaseen vierailu aikaan siellä tuli käytyä, jolloin useempia käyttäjiä sitten paikalla” (c).*

Vision käytettävyyttä arvioitiin yleensä ottaen hyväksi. Vision sivut ovat selkeät ja helppokäyttöiset. Internet parantaa Vision saatavuutta asiantuntijoiden mukaan, mutta toisaalta käyttäjien mukaan verkkoyhteyden puuttuminen ja laitevaatimukset olivat myös vaikeuttaneet Vision käyttöä. Asiantuntijat arvioivat plug-inin, eli ohjelmien katseluun tarvittava RealPlayer, Vision käytettävyyttä heikentäväksi tekijäksi, mikä tuli esiin myös käyttäjien vastauksista.

”Plug-in on huono asia. Se on ehkä se ykkönen, mistä pitäis päästä eroon. Eli saada se johonkin sellaiseen muotoon, mikä käy kaikkialla.” (b)

Asiantuntijat selittävät, että käyttäjät eivät välttämättä osaa asentaa katseluun vaadittavaa plug-inia. Jos RealPlayer saadaan asennetuksi, niin välttämättä käyttäjät eivät osaa valita omalla koneelleen oikeita asetuksia RealPlayerin käyttöön. Muun muassa kaistanopeudet saatetaan valita väärin. Välttämättä plug-inia eli katseluun tarvittavaa selainlaajennusta RealPlayeria ei edes haeta sen puuttuessa, *”siinä tulee se, että miks mä lataisin RealPlayerin, jos mä en sitä käytä” (b).* Käyttäjän tulisikin olla todella innostunut sekä kiinnostunut näkemään ohjelmia, jotta he olisivat valmiita näkemään vaivaa niiden eteen.

RealPlayerin huono puoli on se, ettei sitä ole päätekoneissa jollei ohjelmaa ole ladattu koneelle. RealMedia arvioidaan muuten varmaksi, hyväksi ja toimivaksi, *”järkevän ihmisen*

valinnaksi” (c). RealMedia on ilmainen ja kaikkien ladattavissa, eikä se sulje Unix- ja Macintosh-käyttäjiä ulkopuolelle.

Toisaalta taas Windows Media olisi hyvä tavallisen käyttäjän kannalta, sillä se on jo valmiina oletuksena jokaisessa Windowsin käyttöjärjestelmässä. Arvioitiin, että WWW-käyttäjistä *”noin 80 %” (b)* käyttää Windows-käyttöjärjestelmää. Asiantuntijoiden ja käyttäjien mielestä ideaaleinta olisi, että Visio voisi palvella käyttäjiä tarjoamalla videokuvaa kahdessa tiedostomuodossa, kuten useimmat verkkoradiot tekevät. Asiantuntijat, toisin kuin käyttäjät, eivät olleet havainneet, että kuvan tai äänen laatu olisi parempi tai heikompi eri videopakkausmuodoissa.

6.5 Vision vuorovaikutusmahdollisuudet ja sitouttaminen

Yhden asiantuntijan mielestä esimerkiksi Vision alussa toiminut ohjelma Viikon banaani oli hyvä ohjelmamuoto. Käyttäjät pystyivät lähettämään sähköpostilla ehdotuksia ohjelman seuraavaksi haastateltavaksi, ja siten vaikuttamaan Vision tulevaan ohjelmaan. Arvioitiinkin, että tulevaisuudessa Vision ohjelmia voisi kehittää vuorovaikutteisimmiksi siten, että käyttäjä voisi siihen itse vaikuttaa esimerkiksi lähettämällä *”sinne tekstiviestillä oman ohjelmaideasi ja se sitten vaikuttaa jollain tavalla” (b).*

Vision palautteenantomahdollisuutta pidettiin hyvänä keinona antaa käyttäjälle mahdollisuus vuorovaikutukseen. Lisäksi keskusteluryhmien avulla voisi lisätä vuorovaikutusta, mikä tuli esiin käyttäjienkin haastatteluista. Asiantuntijat perustelivat käyttäjiä enemmän keskustelufoorumin etuja. Keskustelufoorumi voisi auttaa rakentamaan Visioon oman yhteisön, mikä voisi lisätä Vision käyttäjien määrää ja heidän sitoutumista Vision käyttöön.

”Jos haluaa käyttäjiä sitouttaa siihen, että ne katsojat tulee uudelleen sinne, niin kannattaisi olla joku tällainen, luoda joku yhteisö, että miksi ne ihmiset tulee sinne, joku muukin kuin se televisio-ohjelma.” (b)

Keskustelufoorumista puhuivat myös käyttäjät, jotka epäilivät kuitenkin sen toimivuutta. Asiantuntijat selittivät keskusteluryhmän toimivuuden perusteita. Keskusteluryhmä tarvitsee toimiakseen ydinporukan, joka pitää keskustelua yllä, sillä kukaan ei keskustelee yksinään edes

virtuaalisissa keskusteluryhmissä. Keskusteluryhmä vaatisi siis Vision toimittajilta panostusta. Sitä, että ”*siellä käy joku joka jakson jälkeen kirjoittamassa jonkun, jos vaikka on tää Iskurepliikki (Vision Leikki-ohjelma vuodelta 2002), että mitä mieltä iskureplikeistä, koska ihmiset lähtee keskustelemaan ja siitä alkaa keskustelu ruokkia ite itteensä*” (b).

Jotta keskusteluryhmä toimisi, tulisi saada ensin keskustelu alkuun. Asiantuntijat painottivat myös, että keskustelupalstan tulisi olla myös hyvin tehty eli ”*käyttöliittymältään sellainen, että sitä viittii käyttää*” (b). Keskustelupalstan pitäisi olla helppokäyttöinen, siellä pitäisi pystyä tekemään erilaisia hakuja, ja katsomaan kuka mitäkin on kirjoittanut. Siinä missä käyttäjät arvelivat keskustelufoorumin olevan vain yksi kiva vuorovaikutuskanava, niin asiantuntijat uskoivat, että hyvin toteutettuna keskustelufoorumi voisi lisätä Vision käyttäjien vierailuaikaa ja yhteisöllisyyttä.

Vision toimittajat voitaisiin esitellä kasvokuvien ja esittelytekstin kera Vision sivustolla, kuten esimerkiksi Kiss FM:n sivuilla esitellään radion aamutiimiläiset. Myös käyttäjät haluaisivat lisää tietoa toimittajista. Asiantuntijat uskoivat, että toimittajien henkilöityminen voisi vaikuttaa siihen, ”*että tulee helposti sellainen syvempi sidos siihen (toimittajaan) kuin pelkkään nimeen. Se voi olla kanssa sellainen, mikä houkuttelisi ihmiset sinne uudelleen. Siinä tulis tällainen meidän oma foorumi -tyyliin*” (b).

Vision vuorovaikutusta voisi myös lisätä keskusteluryhmien ja yhteisöllisyyden lisäksi erilaisilla palautemuodoilla ja kilpailuilla. Käyttäjät voitaisiin rekisteröittää, heille voisi suunnata kilpailuja ja kyselyitä, joihin osallistuneiden kesken arvottaisiin vaikkapa elokuvalippuja. Pienillä syöteillä, kuten arvunnoilla, voisi lisätä myös Vision kävijämäärää.

6.6 Kuinka kehittää Visiota?

Visiossa tulisi tehdä pieniä korjauksia käyttöliittymään. Asiantuntijat mainitsivat samat asiat kuin käyttäjät. Linkkien tunnistettavuutta tulisi parantaa, ohjelmaruudun vierittämisestä tulisi päästä eroon ja ohjelmia tulisi tarjota kahdessa videotiedostomuodossa. Kanavapainikkeita voisi muuttaa siten, että ne huomattaisiin herkemmin navigaatiovälineiksi.

”Ehkä siinä voi olla se, että ne nappulat mitkä siinä on television vieressä niin ne, vaikka ne näyttää nappuloilta, niin ne ei näytä sellaisilta painettavilta nappuloilta, se vois olla semmoinen 3D-efekti siinä taustalla, että ne selkeesti nappula. Niihin vois ehkä helpommin silloin osua painamaan.”(b)

RealPlayerista tulisi päästä eroon, tai ainakin sen rinnalla voisi olla toinen videotiedostomuoto, esimerkiksi Windows Media. Lisäksi videokuvaa tulisi voida skaalata isommaksi, ja kuvan latausaika tulisi saada nopeammaksi *”mikä ei välttämättä ole niin yksinkertaista” (b)*. Yhtenä vaihtoehtona liikkuvan kuvan nopeuttamiseksi mainittiin sellainen vaihtoehto, että Javalla koodattaisiin ohjelma latautumaan palvelimen päässä. Tällöin ohjelmaa ei siis ladattaisi päätekoneella, vaan selain olisi ikään kuin ikkuna ohjelmaan.

Vision konseptia teknisesti ja sisällöllisesti voisi kehittää lisäämällä eri multimedielementtejä. Yksi mahdollisuus olisi, että Visio lähettäisi myös muuta kuin videokuvaa, esimerkiksi ääntä, animaatioita, liikkuvaa kuvaa ja näiden yhdistelmiä. Nyt Visiossa videokuvan lisäksi hyödynnetään ainoastaan *”stillikuvaa ja tekstiä” (c)*. Toisaalta mainittiin, että on hyvä ensin ottaa haltuun videokuvan tuotanto ja lähetystekniikat.

Vision ohjelmien todettiin olevan linjassa toistensa kanssa. Sisältö on yhtenäistä. Vaarana erilaisten mediaelementtien kokeilemisessa saattaisi olla se, että se voisi johtaa helposti *”kirjavaan torimeininkiin.”* Lisäksi Vision kehittämisestä puhuttaessa otettiin esille se, että formaatin sekä konseptien kehittäminen vievät aikaa ja resursseja. Multimedielementit ja muut kehittämissuunnitelmat voisivat viedä aikaa pois itse video-ohjelmien tekemiseltä ja tekijöiden muulta elämältä. Vision formaatin muuttamista siis *”kannattaa siinä mielessä harkita, varmaan harkittukin, ja pitää se tässä muodossa missä se nyt on” (c)*.

Visiota voitaisiin kuitenkin viedä eteenpäin sisällöllisesti kerronnan keinoin. Samaa sanoivat käyttäjätkin. Vision sisältöä pidettiin mielenkiintoisena, mutta konservatiivisena. Asiantuntijat toivoivat ohjelmiin *”lisää särmää” (c)*. Visiota voisi kehittää siten, että ohjelmissa *”olis enemmän kritiikkiä, ja ne olis piukkinä lihassa” (c)*. Käyttäjätkin kaipaillivat kriittistä otetta.

Vision ohjelmien linjaa voisi siis muuttaa kanta-aottavammaksi, sillä saatettaisiin saada lisää katsojia. Ihmisiä voisi *”herätellä” (c)* olemalla kärkevämpi. Lisäksi satiirin keinoin voisi ottaa

kriittistä linjaa asioihin. Lisäksi pseudodokumentit ja tavallisista asioista absurdisti kertominen mainittiin asioina, joita voitaisiin käyttää Vision ohjelmistossa. Vision ei toivottu kuitenkaan muuttuvan kokonaan viihteelliseksi, ”hömpän pömpäksi” (c). Viihteen ja asiaohjelmien toivottiin pysyvän molempien ohjelmistossa niin asiantuntija- kuin käyttäjähaastatteluissa.

Yksi mahdollisuus Vision kehittämiseen voisi olla ”kansan radio-tyyppisen väylän” (c) tarjoaminen. Visio voisi tarjota kaikille yliopisto-opiskelijoille mahdollisuuden esittää omia video-, animaatio-, sarjakuva-, ja multimediatuotoksiaan. Jokaisella opiskelijalla olisi mahdollisuus saada oma mediatuotos julkaistuksi. Visio siis avaisi oviaan myös muille kuin viestintätieteiden laitoksen opiskelijoille.

7 POHDINTA

7.1 Visioon suhtaudutaan positiivisesti

Asiantuntijat ja käyttäjät suhtautuvat Visioon positiivisesti ja sympaattisesti. Vision idea on hyvä ja sen formaatti toimii. Vision ohjelmat kiinnostavat aiheiltaan ja toteutukseltaan.

Vision ohjelmien laadun taso vaihtelee, mutta se ei häiritse haastateltavia. Heidän mielestään tekijät ovat Visiossa oppimassa ohjelmien tekoa, ja siihen nähden ohjelmat ovat haastateltavien mielestä yllättävänkin hyviä. Tuloksista käy ilmi myös se, että haastateltavat arvostavat sitä, että vapaaehtoisesti tehdään Vision kaltaista konseptia. Tutkimusaineisto osoittaa, että haastateltavat myös ajattelevat muun muassa Vision kehittämiseen liittyviä asioita Vision tekijöiden ja heidän työmääränsä kautta. Visiota tulee kehittää haastateltavien mielestä, mutta siten ettei tekijöiden työkuorma kasva.

Visiolle annetaan anteeksi pieniä laatuviikoja, ja sen toimintaa kannustetaan. Kenties ymmärtävä, positiivinen ja kannustava suhtautuminen Visioon johtuu juuri siitä, että Vision toiminnan tiedetään perustuvan vapaaehtoisuuteen. Lisäksi Visio kohdentaa ohjelmiaan yliopistomaailmaan, johon kaikkia haastateltavista kuuluvat. Kenties käyttäjät ja haastateltavat arvostavat myös sitä, että Visio tarjoaa juuri heille kohdennettua ohjelmaa, jota ei muualta saa.

Visiossa on myös palautemahdollisuus, eli sen käyttäjillä on mahdollisuus antaa palautetta ja vaikuttaa siten Vision toimintaan. Jääskeläinen (1997, 12) arvioi, että talkoovoimin ylläpidettävien ja pienille yleisöille suunnattujen ohjelmistojen yleisö antaa paljon anteeksi ohjelmiston teknisen ja taiteellisen laadun suhteen jos ohjelman sisältö on hänelle tärkeä ja hän voi siihen itse vaikuttaa.

Positiiviseen suhtautumiseen on voinut vaikuttaa myös se, ettei haastateltavilla ole vertailukohtaa. Vision kaltaisia konsepteja ei haastatteluajankohtana (syksy 2001) ollut verkossa. Siten haastateltavat eivät kenties osanneet verrata Visiota mihinkään, eivätkä siten odottaa Visiolta joitakin tiettyjä ominaisuuksia. Visio oli ja on edelleenkin omassa luokassaan

ainutlaatuinen sisällöntuottaja liikkuvan kuvan alueella. Toisaalta Vision toivottiin olevan nimensä mukaisesti edelläkävijä ja kehittyvän jatkuvasti.

Toisaalta oli odotettavaa, että ainakin Vision käyttäjät suhtautuvat positiivisesti Visioon. Miksi he muuten sitä olisivat käyttäneet, jollei Visio olisi heitä miellyttänyt? Toisaalta suomalaiset ovat ylipäättään teknologiamyönteisiä ja kiinnostuneita uusista teknologisista laitteista ja palveluista (Ahonius 1998, 78). Tämän tutkimuksen tulokset myötäilevät myös havaintoa, että käyttäjillä on positiivinen ja kiinnostunut asenne verkossa esitettävää liikkuvaa kuvaa ja ääntä kohtaan (Puirava 1997, 114).

7.2 Vision käyttö ja käyttömotiivit

Liikkuvaa kuvaa ja ääntä tarjoaviin WWW-sivustoihin tutustutaan usein uutuudenviehätyksestä, mutta sivustojen on tarjottava jotain lisäarvoa, esimerkiksi mielenkiintoista sisältöä, jotta niitä käytettäisiin myös jatkossa (Puirava 1997, 114). Myös kiinnostus uuteen tekniikkaan ja halu seurata sen kehittymistä ovat syitä, jotka saavat ihmisiä kokeilemaan uusia palveluita (Turpeinen 1998, 55).

Uutuudenviehätyksen jälkeen uusien palveluiden käyttö vähenee, mikäli uuden palvelun sisältö ei kiinnosta. Uutuudenviehätys ja kiinnostus tekniikkaan kohtaan ovat ulkoisia motivaatiotekijöitä, jotka ovat kestoaltaan lyhytaikaisia. (Turpeinen 1998, 57–58.) Nämä kaikki havainnot tulivat esiin myös tässä tutkimuksessa. Lisäksi tutkimuksessa korostuu myös vaatimus internet-television helppokäyttöisyydelle. Käytön tulee olla helppoa ja yksinkertaista.

Tuloksien mukaan Visiota on käytetty ensimmäisellä kerralla uutuudenviehätyksestä ja uteliaisuudesta, mutta sen jälkeen Vision sisältö on houkuttanut jatkamaan käyttöä. Palvelun käytön jatkuvuuteen vaikuttaa se, että sen sisältö on kiinnostavaa, ja sitä mitä käyttäjät haluavat. (Turpeinen 1998, 57–58.) Vision sisältö kiinnostaa, ja tässä tutkimuksessa toiseksi käyttösyiksi nousi myös tekninen kiinnostus. Etenkin asiantuntijat, mutta myös käyttäjät ovat kiinnostuneita seuraamaan myös sitä, miten Visio kehittyi.

WWW-sivustojen käytön määrään ja jatkuvuuteen vaikuttaa myös se, kuinka usein sivustoja päivitetään. Vision päivystiheyttä kiitellään ja se vaikuttaa Vision käyttöön. Esimerkiksi kesäaikaan, jolloin uusia ohjelmia ei ole, käyttömäärät vähenevät huomattavasti. Internet-television on siis tarjottava usein vaihtuvaa, käyttäjiä kiinnostavaa sisältöä, jotta sitä käytettäisiin. Lisäksi tarjottavat sisällön on vastattava käyttäjän tarpeisiin.

Median käyttöä ohjaavat tiedolliset, sosiaaliset ja emotionaaliset tarpeet, joita varten medioita käytetään (Mustonen 2001, 75–76). Viihtyminen, virkistyminen ja rentoutuminen ovat tunnepohjaisista median käyttötarpeista merkittävimpiä (Mustonen 2001, 77), mikä todentuu tässä tutkimuksessa. Tuloksista käy ilmi, että Visiota käytetään kun halutaan piristystä päivään tai jos kaivataan virkistymistä tai viihdettä. Visiota siis käytetään, koska se tarjoaa tunnekokemuksia, joiden avulla voidaan rentoutua ja etäännyä päivän rutiineista. Tilastojen mukaan Visiota käytetään eniten päiväsaikaan. Kenties Visiota katsotaan luentojen välissä tai vaikkapa esseen kirjoituksen lomassa.

Vaikkakin tutkimustulokset osoittavat, että haastatellut käyttävät tietokonetta ja verkkoa enimmäkseen hyötykäyttöön, niin silti molempia käytetään ainakin Vision kohdalla myös viihtymiseen. Johtuneeko tämä siitä, että haastateltavat olivat kokeneita käyttäjiä? On nimittäin havaittu, että verkon ja tietotekniikan kokeneet kuluttajat käyttävät palveluita sekä hyöty- että viihdekäyttöön. Tietokoneella tehdään töitä, mutta sen avulla myös tyydytetään viihtymisen tarpeita. Työ ja harrastus ikään kuin yhdistyvät ja ovat lähekkäin. (Turpeinen 1998, 64–65.)

Työstä aiheutuva kiinnostus ja viihtyminen kulkevat osittain käsi kädessä Visiota käytettäessä. Visiota käytetään, koska halutaan seurata uuden teknologian kehitystä ja samalla saada viihdettä. Visio voi siis tyydyttää myös tiedollisia tarpeita. Ajan tasalla ja teknologian kehityksen mukana pysyminen ovatkin tiedollisia käyttötarpeita. Visiota seurataan myös, koska käyttäjät haluavat tietää mitä heidän ympärillään tapahtuu ja millaisista asioista parhaillaan keskustellaan yliopistomaailmassa.

Visiossa siis yhdistyvät tiedolliset ja emotionaaliset käyttömotiivit, vaikka osaltaan sen sisältä on viihdepitoista tai asiaviihdettä, kuten haastateltavat sen kategorisoivat. Onkin havaittu, ettei

median lajityyppi ennusta sen käyttötarpeita. Myös viihteellisiä ohjelmia voidaan käyttää tiedollisiin tarkoituksiin (Mustonen 2001, 80).

Medioita käytetään myös sosiaalisten tarpeiden tyydyttämiseen. Sen avulla voidaan lieventää yksinäisyyttä ja täydentää sosiaalisia verkostoja. (Mustonen 2001, 78.) Televisio on sosiaalinen media. Sitä katsotaan yhdessä ja sen ohjelmista puhutaan. Internetin yhteiskäyttö on jo käytännön syistä hankalaa, mutta internet mahdollistaa muunlaisen sosiaalisen kanssakäymisen. Sen avulla voidaan olla reaaliajassa yhteydessä muihin ihmisiin, vaikka oltaisiinkin eri paikoissa. Visio voisi vastata käyttäjien sosiaalisiin tarpeisiin esimerkiksi tarjoamalla käyttäjille yhteisen vuorovaikutusfoorumin, vaikkapa tuloksissa mainitun keskustelu/kommentointipalstan.

Tuloksista käy ilmi, että vaikka internetiä käytetään yksin, ei se välttämättä poissulje sosiaalista käyttöä. Internet ja Visio tarjoavat varmasti puheenaiheita. Tuloksista käykin ilmi, että Vision ohjelmista on puhuttu ystävien kanssa. Vision sosiaalista käyttöä on myös se, että sitä on katsottu kun on oltu yksin kotona. Se voi, ja saattaa, siis toimia myös yksinäisyyden torjujana.

Visio on toiminut myös perinteisen median korvikkeena. Television puuttuessa on rentouduttu Vision ääressä. Mielenkiintoista on se, että Visiota on käytetty juuri television korvikkeena. Onko niin, että se mielletään televisioksi ja siksi sen tarjonnan mielletään vastaavan juuri rentoutumisen ja viihtymisen tarpeisiin jotka ovat olleet yleensä television käyttösytitä? Vision käyttöliittymämetafora, televisio, ohjaa ilmeisesti käyttäjiä mieltämään Vision televisioksi. Toisaalta Vision WWW-sivuilla myös kutsutaan Visiota netti-tv:ksi useamman kuin yhden kerran.

Kenties Visio mielletään juuri televisioksi myös siksi, että se on tutuin media ja siitä on vahvat mielikuvat. Kenties on niin, ettei digitaalista liikkuvaa kuvaa vielä lähetetä säännöllisesti niin paljon, että siitä olisi syntynyt käyttäjille itsenäinen mielikuva. Toisaalta taas verkossa esitettävä liikkuva kuva on usein televisiomateriaalia, joka esitetään myös verkossa. Nämä syyt voivat vaikuttaa siihen, että käyttäjät vertaavat Visiota televisioon. Toisaalta Vision sivustolla puhutaan selkeästi Visiosta netti-televisiona. Onko siis ihme, että myös käyttäjät puhuvat Visiosta televisiona.

7.3 Vision käytettävyys

Internetissä korostuu muita medioita enemmän käytön helppous ja nopeus. Sivustojen käytön halutaan olevan sujuvaa ja helposti omaksuttavissa. Käytettävyys on käsite, joka kuvaa sitä kuinka helppoa tuotetta on käyttää ja kuinka helppo sitä on oppia käyttämään. (Preece 1994, 14; Faulkner 1998, 191.) Käytettävä tuote on myös hyödyllinen. Sen avulla käyttäjä pääsee haluamiinsa päämääriin. Nielsenin (1993, 24–25) mukaan WWW-sivuston kokonaiskäytettävyys muodostuu sivuston käytön sujuvuudesta ja sen sisällön hyödyllisyydestä.

Käytettävyys koostuu sivuston sisällöllisestä ja teknisestä kokonaisuudesta, eikä se tarkoita ainoastaan graafista käyttöliittymää. Tosin hyvä ja miellyttävä käyttöliittymä helpottaa sivuston käyttöä. Varsinkin aloittelevat käyttäjät arvostavat selkeitä ja yksinkertaisia käyttöliittymiä, jotka opastavat käyttöä. On havaittu, että sivuston käytettävyys vaikuttaa verkkopalvelun omaksuntaan. Kuluttajien sivustojen käyttämiseen vaikuttavat sivuston käyttöliittymä, verkkosivuston yhteyden nopeus ja toimivuus sekä sivuston helppokäyttöisyys. (Kuuva 1998, 171.)

Vision käyttö koetaan helpoksi, vaikkakin ongelmia on myös ollut. Haastateltavat kertoivat Vision käyttöön liittyvistä ongelmista vasta sitten kun käyttöön liittyvistä ongelmista kysyttiin. Kenties haastateltavien vastauksiin vaikutti se, että he tiesivät haastattelijan olevan Vision perustaja ja tuottaja, eivätkä he siten halunneet antaa negatiivisia vastauksia. Haastatteluissa korostettiin sitä, että myös negatiivisista kokemuksista halutaan tietää. Toisaalta haastateltavien vastauksiin saattoi vaikuttaa se, että jokainen käyttäjä oli kokenut internetin käyttäjä. Kokeneet käyttäjät omaksuvat ja oppivat sovelluksien käytön nopeammin.

Televisiokäyttöliittymään päädyttiin Vision suunnitteluvaiheessa, koska oletettiin, että television käytön kaikki osaavat. Vision navigointia oli jouduttu miettimään, siten televisiometafora navigointimallina ei ole ollut kaikkein toimivin ratkaisu. Tämä johtunee siitä, että käyttäjien ajatuksia ohjaavat internetin käyttökonventiot. Internetissä on totuttu navigoimaan tekstilinkkien avulla, ja linkit yleensä ovat alleviivattu jotta ne havaitaan herkemmin (Sinkkonen, Kuoppala, Parkkinen & Vastamäki 2000, 47–48).

Samasta asiasta puhuivat asiantuntijatkin. Vision navigaatio on aiheuttanut ongelmia ensimmäisillä kerroilla, koska Vision navigointi ei noudata perinteistä navigointimallia. Vision pääsivuston linkeistä puuttuu myös alleviivaus, joiden takia niitäkään ei mielletä helposti linkeiksi. Visio ei siis toimi odotetulla tavalla.

World Wide Webin käyttökonventiot helpottavat käyttäjien toimintaa, mutta se ei tarkoita sitä, ettei verkossa voisi kokeilla uusia navigointitapoja. Uudet navigaatiomallit ja käyttöliittymät voivat viehättää omaperäisyydellään. Vision television tiedettiin olevan totutusta erilainen navigaatiomalli, mutta sen oletettiin avautuvan käyttäjälle helpommin kuin todellisuudessa tapahtui.

Kenties Vision käyttöliittymää ei heti ymmärretty, koska tutkittavat olivat kokeneita verkkokäyttäjiä jonka takia he myös ovat tottuneempia tietynlaiseen käyttötapaan ja odottavat konventioita. Olisivatko kokemattomammat käyttäjät kokeilleet kanavanappuloita ennemmin kuin tekstejä? Spekuloida voi, mutta tulokset osoittavat sen että verkossa navigaatiomalleja kannattaa testata oikeilla käyttäjillä. Suunnittelijat helposti sokeutuvat omalle työlleen. Mekin pidimme käyttöliittymää päivän selvänä mallina.

Vision käytettävyyteen vaikuttaa positiivisesti kuitenkin se, että sen käyttö on helposti opittava. Opittavuus onkin yksi tärkeä tekijä käytettävyyden kannalta (Nielsen 1993, 27–29). Ensimmäisen kerran jälkeen Vision käyttö oli opittu, ja se myös muistettiin seuraavilla käyttökerroilla. Muistettavuus parantaa käytettävyyttä, sillä silloin sivuston käyttöä tarvitse joka kerta opetella uudelleen (Nielsen 1993, 30–32).

Lisäksi käytettävyyteen vaikuttaa käytön tehokkuus, eli kuinka tehokkaasti palvelusta saadaan se sisältö, mitä sieltä haetaan ja virheiden vähyys. Mitä vähemmän palvelua käytettäessä tulee virheitä, sen parempi se on käytettävyydeltään. (Nielsen 1993, 30–33.) Vision sisältö eli ohjelmat saadaan ensimmäisen kerran jälkeen nopeasti, mutta ensimmäisillä käyttökerroilla on tapahtunut virheitä, koska käyttäjät eivät ole tienneet mistä ohjelmat käynnistyvät.

Käytettävyyteen vaikuttaa myös subjektiivinen miellyttävyyden eli se, miten miellyttäväksi käyttö koetaan. Vision käyttö on useimmista miellyttävää. Ulkoasusta pidetään, mutta käyttöliittymä

ärsyttää joitakuita. Kaiken kaikkiaan Visio koetaan miellyttäväksi käyttää, mihin on Visiossa pyritty esimerkiksi visuaalisin keinoin. On havaittu, että viihteellisten verkkopalveluiden ja esimerkiksi tietokonepelien kohdalla miellyttävyys korostuu enemmän kuin hyötykäyttöön tarkoitetuissa sisällöissä (Nielsen 1993, 33–35).

Vision käyttöä ensimmäisellä kerralla vaikeutti luultavammin se, ettei Vision käyttöliittymän käsitteellinen malli vastannut käyttäjien käsitteellistä mallia. Käsitteellisellä mallilla tarkoitetaan ihmisten sisäisiä mielikuvia ympäristöstään, esimerkiksi internet-sivustoista. Käsitteelliset mallit ohjaavat ihmisten käsityksiä siitä, miten jokin asia toimii. (Norman 2000 13–17.) Käsitteellinen mallin syntyä silloin kun käyttäjä hahmottaa sitä, kuinka tuotetta käytetään (Norman 1999, 177). Sen syntymistä voidaan helpottaa siten, että esimerkiksi navigointimallit tehdään näkyväksi ja helposti havaittavaksi (Norman 2000, 176–177).

Vision television metafora ei aukea käyttäjille, koska he kokeneina käyttäjinä odottavat sovelluksen toimivan internetin konventioiden mukaan. Hyvä ja vastaava metafora auttaakin sivuston käytön oppimisessa, mutta metaforat voivat myös sekoittaa ja hidastaa käytön oppimista (Norman 1999, 118). Internetin käyttökonventioiden ja Vision television käytön ero on ilmeisesti sen verran suuri, että se alussa sekoittaa käyttäjiä.

Käyttäjät puhuvat Visiosta televisioretoriikan mukaan. Visiossa vaihdetaan kanavia ja poistuessaan Vision ohjelmasivulta Visio laitetaan pois päältä. On mielenkiintoista miettiä sitä, miten Vision käytöstä puhuttaisiin, mikäli sen käyttöliittymä ja nimi eivät johdattaisi selkeästi televisioajattelun pariin. Nyt Visio mielletään internetissä toimivaksi televisioksi, joka lähettää televisiotyypistä ohjelmaa. Miksi Visio mielletäisiin, jos televisiota ei tuotaisi tekijöiden puolesta niin selkeästi esiin?

Vision laitevaatimukset vaikuttavat käytettävyyteen

Vision käytettävyyttä vähentää se, että RealVideon katselemiseen tarvitaan selainlaajennus (plug-in). RealVideon katselemiseen tarvitaan RealPlayer 8, jonka voi ladata verkosta ilmaiseksi. Ilman selainlaajennusta Vision ohjelmia ei näe. Päätekoneella on siis oltava, tai sinne on haettava, katselemiseen tarvittava selainlaajennus.

On havaittu, että oheisohjelmien ja selainlaajennuksien (plug-in) asentaminen vähentää palveluiden käytön omaksumista, ja samalla niiden käytettävyyttä. Jo keskitasoisille verkon käyttäjälle selainlaajennuksen lataaminen voi olla liian vaativaa. (Kuuva 1998, 168–170.) Toisaalta taas selainlaajennukset eivät haittaa sellaisissa palveluissa, jotka ovat suunnattu edelläkävijöille ja joiden sisältö on niin mielenkiintoista että laajennus ladataan (Hintikka 2001c, 101).

Voisi sanoa, että Vision käyttäjät osoittautuivat edelläkävijöiksi. He eivät kokeneet selainlaajennuksen lataamista vaikeaksi. Aikaa vieviksi kylläkin. Kaikki osasivat plug-inin hakea ja ladata, mutta siitä syntyi turhaa työtä. Ainakin alussa Vision sisältö oli koettu tarpeeksi mielenkiintoiseksi, että laajennukset oli ladattu koneelle. Sisältö kuitenkin halutaan saada ainakin Visiosta nopeasti, helposti ja vaivattomasti.

Tulokset Vision käytettävyydestä ja selainlaajennuksien ongelmattomuudesta olisi luultavammin ollut toisenlainen, jos käyttäjät olisivat olleet kokemattomampia. Toisaalta voi olla niin, etteivät kokemattomat käyttäjät vieraile liikkuvaa kuvaa ja ääntä vierailevilla sivustoilla kovinkaan herkästi. Voisiko olla niin, että Visiota ja muita monimediaalisutta hyödyntäviä sivustoja käyttävät pääasiassa ainoastaan kokeneet verkkokäyttäjät?

Vision saatavuutta voitaisiin parantaa luopumalla tarvittavasta selainlaajennuksesta, tai ainakin tarjoamalla toinen vaihtoehto RealVideon rinnalle. Käyttäjät suhtautuvat verkossa penseästi sivustojen minimivaatimuksiin. Käyttäjää ei tulisi pakottaa tiettyihin fontteihin, selaimiin tai selainlaajennuksiin. Sivustojen käytettävyyks heikentyy, mitä enemmän laite- ja ohjelmavaatimuksia sivustojen käytölle asetetaan. (Instone 1997.)

Vision käytettävyyttä voitaisiin kehittää siten, että Vision ohjelmien katseleminen onnistuisi millä tahansa videokuvan katselemiseen tarkoitettulla ohjelmistolla jolloin käyttäjä ei olisi sidottu mihinkään tiettyyn ohjelmistoon. Tämä luultavammin tulee olemaan mahdollista muutaman vuoden kuluessa. Mahdollisuutta odotellessa Visio voisi palvella käyttäjiään siten, että ohjelmat tarjotaan kahdessa eri videotiedostomuodossa, vaikkakin se teettää jonkun verran lisätyötä.

Vision saatavuuteen ja käytettävyyteen vaikuttaa myös se, että katselemiseen tarvitaan hyvä ja nopea internet-yhteys. Visiota voi toki katsoa hitaammallakin yhteydellä, mutta silloin videotiedoston latautuminen on kiusallisen hidasta. On arvioitu, että käyttäjät olisivat valmiita odottamaan noin 10 sekuntia WWW-sivujen latautumista. Sivustojen latautumisnopeus on yksi tekijä, joka voi lisätä tai heikentää sisällön saatavuutta ja käytettävyyttä. (Hintikka 2001c, 98; Nielsen 2000, 42.) Kaiken kaikkiaan verkkopalvelun tärkeänä ominaisuutena pidetään sen latautumisnopeutta (Kuuva 1998, 171). Sivusto voi olla muuten käytettävyydeltään laadukas, mutta hidas latautumisaika voi tehdä siitä jopa käyttökelvottoman (Hintikka 2001c, 98).

Verkossa lähetettävän kuvan latautuminen hidastuu, jos tiedonsiirtonopeus ei ole tasainen. Tiedonsiirron nopeuteen taas vaikuttaa se, kuinka paljon käytettävässä verkossa on liikennettä. (Keränen, Lampinen & Penttinen 2001, 93.) Vision tekninen käytettävyys tulee paranemaan tulevaisuudessa jo siksi, että tiedonsiirtonopeudet ja kaistaleveydet kasvavat.

Tällä hetkellä Visio on melkoisen käyttökelvoton modeemikäyttäjillä videokuvan hitaan päivittymisen takia. Modeemikäyttäjää ei Visiolla tosin olekaan. Käyttötilastojen mukaan Visiota katsotaan nopeista internet-yhteyksistä. Suurin osa käyttää Visiota laajakaistayhteydellä. Tulevaisuudessa yhteysnopeudet kasvavat kotikoneissa, jolloin Visiokin päivittyy nopeammin. Tällöin voidaan tarjota Vision ohjelmia myös isommassa koossa ja paremmalle laadulle pakattuna.

7.4 Visio internetin ja television yhdistelmänä

Haastateltavien mukaan Visio tarjoaa viihdettä tai asiaviihdettä, miksi yksi käyttäjistä Vision sisältöä nimitti. Visio kilpailee, kuten yksi asiantuntija sanoikin, uudessa foorumissa viihteen tarjoamisesta. Internet kun on mielletty enemmän työn ja tiedon haun välineeksi, kun taas viihde on tarjottu ja haettu televisiosta (Hintikka 2001b, 57).

Toisaalta nykyisin viihdettä tarjotaan ja haetaan verkossa runsaasti (Hintikka 2001a, 34). On arvioitu, että viihdettä tarjoavista verkkopalveluista on tulossa nuorten ikäluokkien keskuudessa toiminnallinen vaihtoehto televisiolle (Mustonen 2001, 158).

Tämän tutkimuksen tuloksista käy ilmi se, että haastateltavat eivät halunneet käyttää tietokonetta kotona, koska päivällä sitä käytettiin paljon työ- tai opiskelukäyttöön. Tietokonetta ei kenties siten mielletä rentoutumisen ja vapaa-ajan mediaksi. Televisio vastaa paremmin ihmisten viihtymisen ja rentoutumisen tarpeisiin kuin tekstipohjainen ja aktiivisuutta vaativa internet. Television käyttökonteksti koetaan miellyttävämmäksi kuin internetin, mikä osaltaan vaikuttaa siihen että rentoutuminen ja viihde halutaan television kautta. Televisio ei vaadi aktiivista ohjaamista, eikä välttämättä aktiivista seuraamista. Internet taas vaatii valintoja, ilman niitä sisältöjä ei saavuteta. (Ahonius 1998, 78.)

Siinä missä televisio on taaksepäin nojautuva media, niin tietokone on eteenpäin nojautuva media. (Hintikka 2001b, 56). Television ääressä voi löhöillä passiivisena sohvalla ja sisällön saa yhdellä napin painalluksella. Verkkoon meneminen taas vaatii tietokoneen, käyttöjärjestelmän, sovelluksien ja verkkoyhteyden avaamisen. Verkko vaatii televisiota enemmän keskittymistä, vaivannäköä ja katselukin tapahtuu pöydän ääressä istuen. (Turpeinen 1998, 64–65.) Nämä syyt vaikuttavat siihen, että viihde haetaan mieluummin televisiosta kuin verkosta. Eli Visio on, aivan kuten yksi asiantuntija sanoikin, kilpailemassa uudella areenalla.

Internet-televisio Visio eroaa perinteisestä televisiosta aktiivisuuden vaatimuksen lisäksi siinä, että sen sisältö, ohjelmat, ovat katsottavissa juuri silloin, kun käyttäjä niitä haluaa katsoa. Mediana Visio ei sanele sitä, mitä ohjelmaa katsotaan tiettyinä päivinä ja tiettyyn kellon aikaan, kuten televisio tekee. Digitaalitelevisio tulee antamaan vapaan katselumahdollisuuden tulevaisuudessa. Negroponte (1996, 191) onkin visioinut, että tulevaisuuden sukupolvet eivät voi edes ymmärtää tai muistaa aikaa, jolloin mediat aikatauluttivat elämää. Visio vapauttaa käyttäjänsä tietyistä kellonajoista, ja lisäksi Visio eroaa televisiosta siten että jo tällä hetkellä Visiota voidaan käyttää mistä maapallon osasta tahansa mihin aikaan tahansa.

Visio on television ja internetin yhdistelmä. Toisaalta siltä odotetaan perinteisen television käytön helppoutta, toisaalta taas odotetaan internetin käyttötapoja. Tuloksien mukaan Visiosta puhutaan televisioretoriikalla eikä siltä odoteta suurta vuorovaikutteisuutta. Toisaalta taas Visio tarjontaa pidetään liiankin perinteisenä ja siltä odotetaan uudenlaista kerrontaa, ja internetin suurempaa hyödyntämistä. Tulokset ovat osittain ristiriitaisia, mutta mielenkiintoisia ja osittain odotettujakin. Visiolta siis odotetaan kahden erilaisen viestimen elementtejä ja

käyttötapoja. Niitä vain pitäisi hyödyntää entistä paremmin, ja toisaalta päästä eroon rajoittavasta televisiomielikuvasta.

7.5 Visio ja liikkuva kuva verkossa

Verkossa esitettävän digitaalisen videokuvan koko on suhteellisen pieni, mikä asettaa omat ehtonsa esitettävälle videokuvulle. Käytetyimpiä videokuvan kokoja ovat 640X480, 320X240 ja 160X120 pikseliä. Nämä kaikki noudattavat television 4:3 kuvasuhdetta. (Keränen, Lampinen & Penttinen 2001, 98.)

Verkossa toimivat lähikuvat kuvattavista kohteista (Keränen, Lampinen & Penttinen 2001, 92). Visiossa on myös huomattu, ettei verkossa toimi myöskään kuva, jossa on paljon liikettä. Paljon liikettä sisältävät kuvat tulevat epätarkaksi. Nopeat kameran liikkeet, esimerkiksi zoomaus ja panorointi, eivät välttämättä lataudu tarpeeksi nopeasti ja kuvasta tulee epätarkkaa. Kameran liikkeitä kannattaakin harkita, tai ainakin pitää ne hyvin hitaina kuvattaessa materiaali verkkoon.

Videokuvan verkkoesittämisessä on kaksi vaihtoehtoa. Videotiedostot voidaan joko ladata kokonaisuudessaan omalle koneelle tai sitten videotiedostojen lataamisessa voidaan käyttää suoratoisto- eli streaming-tekniikkaa. (Keränen, Lampinen & Penttinen 2001, 92.) Visiossa liikkuvaa kuvaa jaetaan suoratoisto- eli streaming-tekniikalla. Streaming-tekniikan hyöty on se, että tiedostoa ei tarvitse ladata kokonaisuudessaan ensin päätekoneelle, vaan sitä voidaan katsoa sitä mukaan kuin tiedosto latautuu. (Keränen, Lampinen & Penttinen 2001, 12.)

Visio kuvakoko on pieni, eikä kuvan laatu ole parasta mahdollista, mutta kuvan kokoa tai laatua ei koettu liian häiritseväksi. Tämä voi johtua siitä, että haastateltavat olivat tietoisia siitä, mikä on yleinen kuvan laatu internetissä. Kenties suhtautuminen liikkuvan kuvan laatuun olisi voinut olla negatiivisempaa, mikäli haastateltavat olisivat olleet kokemattomampia internetin käyttäjiä, eivätkä he olisi tienneet internetin sen hetkisistä kapasiteeteista lähettää liikkuvaa kuvaa.

Verkossa esitettävä video ei saa olla liian pitkä (Keränen, Lampinen & Penttinen 2001, 92). Vision tekijöille on alusta alkaen annettu ohjenuoraksi tehdä maksimissaan kolme minuuttisia ohjelmia. Visiossa on historian aikana ollut muutama neljän viiden minuutin ohjelma. Ohjelmien pituus on ollut onnistunut valinta. Tuloksien mukaan ohjelmien kesto on sopiva.

Pidempiäkin ohjelmia voisi Visiossa kokeilla, ainakin tekniikka sen mahdollistaisi. Vision ohjelmien pituuden määrittelyyn vaikutti aikoinaan internetin käyttökulttuuri. On arvioitu, että internetissä viihdytään yhdellä sivustolla keskimäärin viisi minuuttia kerrallaan (Nielsen 2000, 217). Toisaalta Vision alkuaikana vuonna 2000 verkon kapasiteetti tarjota liikkuvaa kuvaa ei ollut yhtä kehittynyt kuin nykyisin. Teknisesti pitempiä ohjelmia voitaisiin tarjota nykyisin sujuvammin ja nopeammin. Päätelaitteet ja verkkoyhteydet ovat kehittyneet, ja tiedonsiirto on nopeampaa.

Myös Vision käyttäjät olisivat valmiita katsomaan pitempiä ohjelmia, jos ne olisivat hyvin toteutettuja. Tulokset osoittavat, että laadukkaasti, vauhdikkaasti ja erilaisesti toteutettujen ohjelmien kestoä käyttäjät pitivät jopa liian lyhyenä. Perinteiseen televisiotyylisiin toteutetut haastatteluohjelmat, joissa on ainoastaan ”puhuva pää”, eivät jaksakaan kiinnostaa haastateltavia. Jopa pari minuuttia voi tuntua liian pitkältä. Toteutustapa ja sisältö ovat tärkeitä tekijöitä ohjelmien pituuden ja kiinnostavuuden kannalta niin Visiossa kuin varmasti myös muissakin medioissa.

Visiolta odotetaan visuaalisuutta

Tuloksien mukaan visuaalisuus on tärkeää Vision ohjelmissa. Sellaiset ohjelmat ovat pidettyjä, joiden kuvallinen kerronta on rikasta. Värikkäät, mielenkiintoisista kuvakulmista kuvatut lähikuvat toimivat. Yksityiskohdat ja erilaiset kuvakulmat luovat ohjelmiin mielenkiintoa. Siten internetin kuvakieli eroaa television kuvakielestä, missä kuvakokoja käytetään vaihtelevammin. Harvoin televisio-ohjelmissa näkee ainoastaan puolilähikuvia tai lähikuvia, jotka taas ovat oikeastaan ne toimivimmat kuvakoot verkkovideossa.

Visuaalisuus on tärkeää ohjelmien lisäksi myös Vision WWW-sivustolla, esimerkiksi arkistosivuilla. Käyttäjät kehuivat sitä, että arkiston ohjelmiin oli liitetty valokuva ohjelmasta.

Valokuvat kiinnittävät huomiota, ja ehkä ne kenties myös antavat käyttäjille vihjeitä ohjelman mahdollisesta sisällöstä ja toteutustavasta. Valokuvat ja liikkuva kuva ovatkin mediaelementtejä, jotka keräävät katsojan huomion ja joiden avulla voidaan todentaa sekä havainnollistaa asioita (Keränen, Lampinen & Penttinen 2001, 60).

Visuaalisuuden merkitys voi liittyä median havainnollistavaa luonteeseen ja sen arvostukseen. Kuluttajat arvostavat mediarikkaita medioita. Siis niitä, joissa voidaan esittää eri mediaelementtejä: kuvaa, liikkuvaa kuvaa, ääntä, tekstiä. Eri mediaelementtien koetaan antavan medialle ja sen sisällölle lisäarvoa. Televisiota on pidetty kaikkein havainnollistavana mediana. (Puirava 1997, 58–59).

Nykyisin internetin havainnollistava luonne ja sen kyky esittää eri elementtejä on jo niin hyvä, että melkein voisi väittää sen ajaneen television ohitse havainnollistavuudessa. Visio voisikin hyödyntää monimediaalisuutta enemmän omissa ohjelmissaan. Internet ei ole viemässä kuitenkaan television tai muiden medioiden paikkaa. Se vain tarjoaa uudenlaisen viestintäkanavan entisten rinnalle.

7.6 Vision sisältö

Internetissä palvelun sisältö on avainasemassa, koska palveluntarjoajia ja eri sivustoja on useita miljoonia. Nielsen/Netratingsin (maaliskuu 2003) mukaan yhdellä sivustolla viivytään keskimäärin 47 sekuntia. Toisaalta WWW-sivuston sisältö vaikuttaa siihen, kuinka kauan sivustolla ollaan. Sivustoilla viivytään kauemmin, jos sivustolle saavutaan tarkoituksella, ja sen sisältö on käyttäjälle hyödyllistä. (Nuppunen 1998, 93.)

Tuloksien mukaan Vision sisältöä pidetään kiinnostavana, ja se on tärkein syy miksi Visiossa käydään uutuudenviehätyksen loputtua. Vision sisältö kiinnostaa, mutta sen tulisi olla mahdollisimman helposti saatavilla. Tutkimuksen tulokset mukailevat niitä havaintoja, että verkossa korostuu sisällön käytettävyys, saatavuus sekä kiinnostavuus. Sivuston on oltava helppokäyttöinen, helposti saatavilla, sisällettävä kiinnostavaa ja käyttäjiä hyödyttävää asiaa, jotta siellä käydään. (Nielsen 2000, 161.)

Vision suurin valtti on sen tarjoama sisältö, mitä ei muualta saa. Omalaatuisuus on ja erilaisuus ovat asioita, joilla Vision saa ja pitää käyttäjiä. Vision tekijöitä tulisi kannustaa entistä rohkeammin kokeilemaan ja etsimään ohjelma-aiheita eri näkökulmista. Mitään isoja speaktaakkeleja käyttäjät eivät halua. Tavalliset, pienet asiat kiinnostavat, jos niihin tarjotaan uusi näkökulma.

Vision on turha kilpailla tavallisen median kanssa ja tarjota samanlaisia aiheita ja ohjelmasisältöjä kuin esimerkiksi Keski-Suomen televisiouutiset. Visiolla on mahdollisuus kertoa asioista omalla äänellään. Vision toimittajilla on mahdollisuus tuoda julki omat mielipiteensä asioista. Visiossa voitaisiin esitellä vaihtoehtoisia mielipiteitä, elämäntyylejä ja ilmiöitä. Visio voisi ihmetellä yliopiston epäkohtia ja herättää kysymyksiä. Sitä vain tehdään liian vähän.

Vision sisällön koetaan kaiken kaikkiaan olevan monipuolista, käyttäjille kohdennettua ja mielenkiintoista. Tuloksien mukaan aiheen lisäksi myös visuaalisuus, erilainen kerronta- ja toteutustapa vaikuttavat siihen, kuinka kiinnostavaksi ohjelman koetaan.

Miten kehittää Vision ohjelmia?

Tuloksien mukaan ohjelmat ovat laadukkaita, vaikka joissakin esiintyy pieniä teknisiä laadunvaihteluita. Vision ohjelmien laadun koetaan parantuneen. Laadun parantumiseen ja tasaantumiseen vaikuttanee se, että Visiossa on edelleen paljon toimittajia, jotka aloittivat jo vuoden 2001 alussa. Lisäksi uusille tekijöille annetaan koulutus ohjelmien tekemiseen ja ohjelmista annetaan jatkuvasti myös palautetta, mikä vaikuttaa myös laadun kehittymiseen. Vision tekijät siis osaavat tekniikan ja perusasiat. Tuloksien mukaan laatu on riittävä. Nyt kaivataankin erilaisuutta ja kokeilumieltä.

Perustaidot videoiden tekemiseen on tietysti hankittava ennen kuin on taitoa kokeilla uutta ja erilaista kerrontaa ja toteutusta, mutta kun välineet ja sisällölliset perusasiat hallitaan, niin silloin voisi alkaa opettelemaan ja kokeilemaan erilaisia toimitustapoja ja sisällöllisiä lähestymistä ohjelmiin. Tätä haastateltavatkin toivovat.

Tuloksien mukaan Vision sisältöä voisi kehittää testaamalla erilaisia toteutus- ja tarinankerrontatapoja. Ohjelmia voisi tehdä muullakin tavoin kuin perinteisellä alku-keskikohta-loppu -kerrontatavalla. Esimerkiksi voitaisiin tehdä yksi ohjelma, jossa olisi useita lyhyitä video-osuuksia, joissa asiaa valotettaisiin eri näkökulmista.

Tulokset osoittavat, että visuaaliset ohjelmat viehättävät. Kuvalla voidaankin kertoa paljon. Kuvituskuva voi vahvistaa tai kyseenalaistaa ohjelman sisältöä, tai se voi kertoa aivan omaa tarinaansa. Kuvalla leikittelyä Visiossa voisi tehdä enemmänkin.

Sisällöllisesti taas Visiossa voitaisiin olla kantaaottavia ja kriittisempiä. Ohjelmia voitaisiin tehdä esimerkiksi yliopiston epäkohdista, vaikkapa pienistäkin sellaisista. Kantaaottavuutta voisi myös lisätä ohjelma-aiheiden ja niiden näkökulmien valinnalla. Kantaaottavuus ei kuitenkaan tarkoita ainoastaan negatiivisia ohjelmia.

Tuloksien mukaan Visio mielletään paikalliseksi ja kohdennetuksi mediaksi, joka tosin lähettää kaikille sopivaa ohjelmaa. Odotettavaa oli, että suurin osa Vision käyttäjistä on Jyväskylän yliopiston sisäverkosta ja Jyväskylän alueelta. Mielenkiintoista kuitenkin on se, että neljänneksi eniten Visiota ladataan Helsinki Television kaapelimodeemiverkosta, joka toimii Helsingissä, Espoossa, Kauniaisissa ja Vantaalla.

Visio ei siis ole ainoastaan paikallinen media, vaan tavoittaa käyttäjiä muualta Suomesta, ja mikä yllättävintä, myös muualta maailmaltakin. Jyväskylän ja Suomen ulkopuoliset latausmäärät eivät ole suuria, mutta osoittavat, että verkko todellakin mahdollistaa globaalin yleisön.

Käyttäjät kiittelevät Vision ohjelmien paikallisuutta, mutta samaan hengenvetoon he muistuttavat että on hyvä että aiheet ovat laajoja eivätkä kohdennu ainoastaan kampukselle tai Jyväskylään. Käyttäjiä on myös muualta, ja jotta heitä olisi jatkossakin, tulee sisällön kiinnostaa myös heitä. Ulkomaalaisia käyttäjiä voisi palvella esimerkiksi englanninkielisillä ohjelmilla. Visioon voisi luoda yhden englanninkielisen kanavan, ja lisäksi Vision WWW-sivustolla tulisi olla ainakin etusivu englanniksi ulkomaalaisille kävijöille. Erikoisryhmien huomiointi voisi toimia muutenkin Vision ohjelmien valttina.

7.7 Visio ja vuorovaikutus

Digitaaliset ympäristöt mahdollistavat interaktiivisuuden eli vuorovaikutteisuuden. Vuorovaikutteisuuden käsite on vaikea ja moniselkoinen. Rafael (1988, 118) määrittelee yksinkertaisesti vuorovaikutteisuudeksi sen, että viestin lähettäjä ja vastaanottaja vastaavat lähetettyyn viestiin. Rafaelin määritelmä perustuu interpersonaalisen viestinnän käsitteisiin.

Vuorovaikutteisuutta tietoteknologioiden parissa on aikoinaan ajateltu ainoastaan käyttäjän ja tietokoneen välisinä syöteinä ja palautteina. Hypermedian ja multimedian vuorovaikutteisuudella tarkoitetaan sovelluksen käyttäjällä antamia mahdollisuuksia liikkua tietosolusta toiseen ja saada palautetta sekä opastusta sovellukselta liikkumiseen. (Kanerva, Packalen & Puttonen 1998, 17). Vuorovaikutteisuus pelkistetyimmillään on siis sitä, että lähetettyyn viestiin tulee jokin reaktio ja vastaus, esimerkiksi Vision arkisto-linkin painaminen vie käyttäjän arkisto-sivulle.

Hypermediassa ja multimediasa käytettyjen pelkistettyjen vuorovaikutteisuuden määritelmien taustalla lienee Shannonin (1948) matemaattiseen informaatioteoriaan perustuva viestintämalli, jossa viestintä nähdään yhteen suuntaan kulkevana viestinä lähettäjältä vastaanottajalle jotain kanavaa pitkin. Vastaanottaja voi lähettää oman viestinsä palautteena lähettäjälle. Viestin lähettämistä, ymmärtämistä ja vastaanottamista voivat vaikeuttaa kanavan häiriötekijät. (Wiio 1977, 111–112.) Tietoverkossa melu voisi olla vaikkapa hidas verkkoyhteys.

Nykyisin digitaalisissa ympäristöissä vuorovaikutteisuutta ajatellaan laajemmin. Sitä voi olla tietokoneen välityksellä tietokoneen ja ihmisen, ihmisen ja ihmisen (tai useampien ihmisten) sekä tietokoneen ja tietokoneen välillä. (Hintikka 2001b, 55). Vuorovaikutuksessa ovat internetissä, kuten muissakin medioissa, myös käyttäjä ja sisältö (Fornäs 2000, 37).

WWW-sivuston vuorovaikutteisuuden määrään vaikuttavaa se, miten paljon käyttäjällä on valintamahdollisuuksia, miten usein hän voi vaikuttaa sivustoon ja onko käyttäjän valinnoilla todellisia vaikutuksia eli muuttuuko ympäristö (Laurel 1993, 20). Visiossa vuorovaikutusmahdollisuuksia ovat esimerkiksi ohjelman kontrollointimahdollisuudet, navigointilinkit ja palautemahdollisuus sekä hyperlinkit. Ainoastaan palautelomakkeen avulla

voidaan olla vuorovaikutuksessa Vision tekijöiden kanssa. Muu vuorovaikutus kohdistuu Vision sivuston ja käyttäjän väliseen viestintään.

Rafaelin (1988, 118) määritelmän mukaan Vision vuorovaikutteisuus on vielä yksisuuntaista, eli Vision vuorovaikutteisuus on kvasi-vuorovaikutteisuutta. Todellista vuorovaikutteisuutta sivustolla olisi silloin, jos käyttäjän viesteihin vastattaisiin vaikkapa sähköpostilla (Rafael 1988, 119). Näin Visiossa tehdäänkin, mikäli viestissä on lähettäjän yhteystiedot. Tällöin viestintä muuttuu kaksisuuntaiseksi. Palautelomakkeella lähetetty viesti voi johtaa siihen, että viestintä muuttuu kaksisuuntaiseksi, jos siihen vastataan esimerkiksi sähköpostilla. Myös keskustelupalstat ovat kaksisuuntaista viestintää. (Hurme 2001, 70).

On huomattu, että digitaalisessa ympäristössä toimivat sisällöt, jotka ovat henkilökohtaisia, vuorovaikutteisia ja usean käyttäjän toimintaan perustuvia. Näistä syistä suosituimpia ja käytetyimpiä verkkosisältöjä ovat useiden pelaajien tekstipohjaiset verkkopelit MUD:it (Multi User Dungeon) ja erilaiset keskustelukanavat ja -ryhmät. (Hintikka 2001a, 35.)

Vision vuorovaikutus riittää

Tämän tutkimuksen mukaan Vision vuorovaikutteisuutta pidetään riittävänä. Käyttäjät tyydyttää Vision tarjoamat palaute- ja ohjelman kontrollimahdollisuudet. Vaikkei Visioon kaivata lisää vuorovaikutteisuutta, niin sitä voisi lisätä erilaisten keskustelupalstojen, äänestysten ja palautteenkeruun avulla.

Mielenkiintoista on se, ettei Vision ohjelmiin haluta aktiivisemmin vaikuttaa, vaikka siihen olisi mahdollisuus. Kenties tämä johtuu siitä, että perinteinen televisio, video ja elokuvat ovat passiivisia medioita, joihin käyttäjillä ei ole paljonkaan vaikuttamismahdollisuuksia. Kenties niiden käyttökonventiot ja totuttu käyttökulttuuri ohjaavat sitä, ettei internet-televisiossakaan tarvita tai haluta vuorovaikutteisuutta lisää. Ehkä televisioityyppinen sisältö halutaan saada internetistäkin siten, että sen vain voi katsoa ja ottaa vastaan passiivisena.

Tämän tutkimuksen tulokset mukailevat Future Interaction Television -tutkimuksen (2002) tuloksia, jossa tutkittiin muun muassa suhtautumista digitaalitelevision

vuorovaikutusmahdollisuuksiin. Tutkimukseen haastatellut henkilöt olivat kyllä kiinnostuneita ja uteliaita vuorovaikutuksen mahdollisista palveluista, mutta harva kuitenkaan oli kiinnostunut niitä itse käyttämään. (Ermi & Sotamaa 2002.) Tämä ilmiö toistui myös tässä tutkimuksessa.

Vuorovaikutuspalveluiden tulee tarjota hyödyllistä sisältöä, ja tärkeää on myös se että annettu palaute myös tulee näkyville (Ermi & Sotamaa 2002). Sama tuli esiin myös tämän tutkimuksen käyttäjätuloksissa. Visio voisi olla läpinäkyvämpi saadun palautteen suhteen. Palautteiden esille laittaminen voisi lisätä tunnetta siitä, että palaute on merkityksellistä ja se todellakin vaikuttaa johonkin.

On huomattu, että verkkopalveluun sitoudutaan sitä herkemmin, mitä enemmän palveluun jätetään itsestään jälkiä, esimerkiksi mahdollisuus kommentoida keskustelupalstalla (Hintikka 2001a, 36). Keskustelupalstat, äänestykset ja eritellymmät palautteenantomahdollisuudet voisivat edesauttaa Vision käyttäjien sitoutumista Visioon. Keskustelupalstaa paremmin Visiossa saattaisi toimia kysymys- ja vastauspalsta, sillä keskustelun aikaansaamiseen tarvitaan paljon aktiivisia osallistujia.

Vision tekijät esiin

Vision tekijöiden saavuttavuutta voitaisiin lisätä laittamalla sivulle näkyviin tekijöiden yhteystiedot. Nyt sivustolla on ainoastaan tuottajien sähköpostiosoitteet. Palautelomake lähtee myös tuntemattomaan sähköpostiosoitteeseen, mikä tuloksien mukaan on epämiellyttävää.

Jostain syystä internet on mediana anonyyminen. Usein esimerkiksi sivustojen ylläpitäjiin saa yhteyden persoonattoman pageadmin- tai webmaster-nimisillä linkkien kautta. Tuloksista käy kuitenkin ilmi, että käyttäjät haluaisivat pystyä kohdentamaan, kenelle viestit menevät esimerkiksi niin, että palaute lähtisi osoitteeseen visio@toimitus.jyu.fi. Mutta minkä takia sähköposti ei voisi lähettää suoraan henkilökohtaiseen sähköpostiin, jonka osoite olisi reilusti näkyvillä eikä webmaster-linkin takana?

Visio voisi rikkoa internetin anonyymia luonnetta, ja lisätä henkilökohtaisia vuorovaikutusmahdollisuuksia. Internet mahdollistaa anonymiteetin, mutta kenties

anonymiteetin takaaminen käyttäjille on parempaa palvelua kuin se, että tekijät säilyttävät anonymiteettinsa. Näkyvillä olevat henkilötiedot ja palautteen vastaanottajien sähköpostiosoitteet voisivat lisätä luottamusta Visiota kohtaan. Ainakin ne antaisivat kuvan siitä, että joku visiolainen todella vastaanottaa palautteen ja myös lukee sen.

Vision tekijöitä voisi henkilöittää liittämällä info-sivun toimittajaluetteloon toimittajien valokuvat ja yhteystiedot. Kuvat ja esittelytekstit persoonallistaisivat Vision toimittajia ja vähentäisivät Vision kasvottomuutta. Ne voisivat kenties lisätä edellytyksiä jopa parasosiaalisen suhteen kehittymiselle. Parasosiaalisella suhteella tarkoitetaan sitä, että median vastaanottajalla on myönteinen ja tunnepitoinen suhde mediaesiintyjään, esimerkiksi toimittajaan tai televisiosarjan hahmoon. Esiintyjää pidetään tuttuna ja läheisenä, vaikka todellinen vuorovaikutus puuttuu. (Isotalus 1996, 41.)

Ihmisten on todettu etsivän sellaisia mediasisältöjä, jotka vahvistavat heidän samastumistaan johonkin tiettyyn sosiaaliseen ryhmään (Mustonen 2001, 129). Sosiaalisella identiteetillä tarkoitetaan osaa yksilön minäkuvasta, joka määrittää minkä sosiaalisen ryhmän jäsen yksilö. Kohdennetut mediat voivat yhdistää, vahvistaa ja pitää koossa pienienkin ryhmien yhteisöllisyyttä. (Mustonen 2001, 122.)

Tuloksista käy esille, että Visiolla olisi mahdollisuus toimia yliopistolaisten ja opiskelijoiden omana foorumina. Vision sisältö on jo heidän maailmankuvaansa kohdentuvaa, minkä lisäksi Visio voisi tarjota heille oman keskusteluareenan. Siten se voisi jopa vahvistaa käyttäjien sosiaalista opiskelijaidentiteettiä ja yhteenkuuluvaisuutta, ja lisätä sen kautta Vision käyttöä ja sen yhteisöllisyyttä.

Yhteisöllisyyden ja yhteisön synnyttäminen on jo todellista vuorovaikutusta. Visio siis voisi synnyttää todellista kanssakäymistä ihmisten kesken. Toki äänestykset ovat yksi keino lisätä vuorovaikutusta, mutta ne ovat kuitenkin melko yksipuolisia ja yksinkertaisia vuorovaikutustapoja jollei sitten niillä ole todellista vaikutusta esimerkiksi ohjelmien toteutukseen. Toisaalta tuloksissa mainittiin parhaan Visio-ohjelman äänestys, joka voisi lisätä vuorovaikutusta ja samalla saada käyttäjiä katsomaan vanhoja ohjelmia arkistosta.

7.8 Visio toimintana

Vision toiminnassa pyrittiin selkeästi organisoidumpaan toimintaan kuin mitä yliopistotelevisio PULPin toiminta loppuaikoina oli. Varsinkin ensimmäisen vuoden 2001 aikana Visiossa oli tarkkaan määritetyt aikataulut tekijöille ja heidän ohjelmille. Samoin pidettiin säännöllisesti palautetilaisuuksia, joissa käsiteltiin ohjelmia ja niiden toteutusta. Palautteenannon koettiin olevan erittäin tärkeää toimittajien oppimisen kannalta.

Visio siis alkoi samaan tapaan kuin YO-tv kymmenen vuotta sitten. Toiminta oli tiivistahtista ja organisoitua. YO-tv:ssä tekijät katosivat kun toiminta oli löyhempää. Visiossa eivät kadonneet tekijät kun toimintatapaa löyhennettiin, mutta heidän sitoutumisensa kylläkin. Ilmeisesti on niin, että vapaaehtoisuuteen perustuva yliopistotelevisiotoiminta tarvitsee vahvat tuottajat, jotka huolehtivat ja pitävät kiinni aikatauluista ja joille tulee raportoida tekemisestään. Tällöin toiminta saatetaan kokea vakavammaksi ja siihen sitoudutaan.

Yliopistotelevisiotoiminta perustuu, ja on aina perustunut, vapaaehtoisuuteen. Tärkein tekijöiden motiivi lienee oppiminen. Tuottajien on taattava heille säännöllinen palaute, mikä auttaa tekijöitä kehittymään. Tärkeää on myös, että tekijöille taataan koulutus, jossa opetellaan perustaidot.

Yliopistotelevisiotoiminnassa opiskelijat harjaantuvat kaikkiin televisiotyön osa-alueisiin: teknisistä taidoista toimittamiseen. Yliopistotelevisiotoiminta kokonaisuudessaan on tarjonnut, ja tarjoaa edelleen, loistavan paikan harjoitella ruohonjuuritasolla video-ohjelmien tekoa. Jokainen toimittaja ja tuottaja on itse opetellut käytännön kautta toimittamisen, kuvaamisen, äänittämisen, editoinnin ja lähetyksien koostamisen. Lisäksi on mahdollisuus kokeilla, irrotella ja mokata, joka ei ole enää mahdollista työelämässä.

Suurin osa yliopistotelevision entisistä tuottajista työskentelee toimittajina, ja varsinkin televisiopuolella työskentelevät entiset tuottajat kiittelevät yliopistotelevisiosta saatua käytännön kokemusta.

”Edelleen olen ylpeä siitä, että olen opiskeluaikoinani itse kuvannut, leikannut, ohjannut etc.: se auttaa kummasti ymmärtämään tv-alan muita ammattilaisia ja myös tekemään tv-toimittajan työtä.” (Huovinen 2002)

Visiossa harjoitellaan sellaisia taitoja, joita tarvitaan kehittyvässä mediamaailmassa. Yhä useammin toimittaja on mukana, tai vastaa, koko toimitusprosessin kaikista työvaiheista. Myös muut viestintäammattilaiset tarvitsevat monipuolisia verkkoviestinnän ja verkkovideoon liittyviä taitoja.

Median mahdollinen monialustaisuus vaatii toimittajalta, että hän hallitsee useiden medioiden ilmaisutavat tekstistä kuvalliseen viestintään. Monialustaisuus tarkoittaa sitä, että samaa materiaalia jaetaan usean median kautta. Esimerkiksi sanomalehden artikkeleita julkaistaan verkkolehden sivuilla. (Mäkeläinen, Villi & Mäkeläinen 2001, 63–65.) CNN:llä toimittajat tekevät jo uutisia kaikkiin aseman medioihin eli internetiin, televisioon ja radioon (Mäkeläinen, Villi & Mäkeläinen 2001, 69).

Verkossa julkaistaan paljon jo jollekin muulle medialle tehtyä sisältöä, joka käännetty verkkoon esitettäväksi. Tällaista kutsutaan lapioinniksi, (Mäkeläinen, Villi & Mäkeläinen 2001, 77.) Sisällöntuotannossa tulisi kuitenkin huomioida kunkin median ominaispiirteet ja käyttökulttuuri.

Visiossa on tekijöitä kaikista Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen pääaineista. Heillä on vahvana pohjana jonkin viestintäaineen (puheviestintä, journalistiikka, yhteisöviestintä) opinnot, jonka lisäksi heillä on käytännön kokemusta uudenlaisen median tekemisestä. He itse suunnittelevat, kuvaavat ja editoivat ohjelmansa. Heille pyritään antamaan perustietoa koulutuksen ja käytännön työn kautta television ja internetin ilmaisutavoista ja ominaispiirteistä. Mediamaailma tarvitseekin tekijöitä, joilla on osaamista ja taitoa tehdä sisältöä huomioiden eri medioiden erityispiirteet.

Visiolaisilla on mahdollisuus saada toiminnastaan opintoviikkoja omaan pääaineeseensa, jos he käyvät neuvottelemassa asiasta oman aineensa henkilökunnan kanssa. Yksi mahdollisuus olisi se, että Vision toiminta takaisi jo itsessään esimerkiksi yhden opintoviikon. Opintoviikon saisi esimerkiksi, kun tuottaja todistaa tekijän olleen aktiivisesti mukana Vision toiminnassa. Tällä

hetkellä Vision toiminta on sen verran aktiivista ja säännöllistä, että 40 tuntia eli yksi opintoviikko tulee täyteen Vision toiminnassa. Oppiaineiden vaatimukset Visiosta saataville opintoviikoille ovat tällä hetkellä epäselvät ja vaihtelevat. Olisi hyvä, että Vision tekijöille voitaisiin kertoa heti toiminnan alkaessa se, miten opintoviikkoja voi saada mistäkin aineesta

7.9 Visio ja tulevaisuus

Vaikkakin Visio on hyvä ja pidetty formaatti, sen tulisi kehittyä. Tarkoittaahan Visio-sana näkyä tai tulevaisuudennäkymää. Vuonna 2000 Visio oli edelläkävijä, ja jotta se säilyttäisi asemansa tulee sen kehittyä, aivan kuten haastateltavatkin toivoivat.

Jo nyt digitaalisia ohjelmia voidaan tehdä pienellä ja kevyellä kalustolla nopeasti. Digitaalisen materiaalin saattaminen verkkoon on nopeaa ja helppoa (Mäkeläinen, Villi & Mäkeläinen 2001, 62). Visiossakin olisi mahdollisuus uutisoida tärkeästä tapahtumasta saman päivän aikana. Eikä suoran ohjelman lähettäminenkään olisi enää mahdotonta.

Vision tulisikin hyödyntää internetin reaaliaikaista luonnetta. Sehän on internetin vahvimmista eduista muihin medioihin verrattuna. Visiossa voitaisiinkin testata suoraa lähetystä ja kehittää siihen erilaisia ohjelmamuotoja. Kenties Visioon voisi muodostaa iskujoukon toimittajista, joilla on taitoa ja halua tehdä ohjelmia suorana tai muutamassa tunnissa laadun siitä kärsimättä. Nopea työtahti ja -tapa olisi helposti kehitettävissä Vision kaltaiseen mediaan.

Visio on media, jossa käytetään kaikkia mahdollisia mediaelementtejä liikkuvan kuvan lisäksi. Tällä hetkellä mediaelementtejä (tekstiä, ääntä, kuvaa) käytetään samantyyllisesti kuin perinteisissä medioissa on käytetty. Tulevaisuudessa voisi pohtia, miten eri mediaelementtejä voisi yhdistellä ja käyttää monipuolisemmin kuin nyt. Ohjelmissa voisi yhdistellä liikkuvaa kuvaa, ääntä, tekstiä, animaatioita ja hyperlinkkejä. Millaisia multimediaesityksiä sellaisista saisikaan aikaan? Rajana lienee ainoastaan mielikuvitus.

Tulevaisuudessa median välineet ja jakelukanavat tulevat kehittymään entistä enemmän päällekkäisiksi ja rinnakkaisiksi. Mediat konvergoituvat ja ne tulevat jakamaan samaa sisältöä

eri vastaanottimiin. Monialustatuotanto lisääntynee (Hintikka 2001b, 58–59). Monialustaisuus ja monikanavaisuus tarkoittavat sitä, että sisältöä tuotetaan eri välineille.

Tämän ilmiön vastakkainen ilmiö on se, että samaa sisältöä sekakäytetään useilla eri välineillä, eikä sisällöstä saa yhtenäistä kuvaa, jollei käytä kaikkia välineitä (Hintikka 2001b, 60–61). Ilmiötä kutsutaan cross-mediaksi, ja esimerkkinä siitä on esimerkiksi Nelosen Saari-ohjelma, jonka äänestys ja esiintyjien esittelyt olivat internetissä ja itse ohjelma oli katsottavissa televisiosta.

Cross-media -ideaa voisi kokeilla tulevaisuudessa Visiossa siten, että Visio tekisi yhteistyötä jonkun muun median, esimerkiksi Jylkkärin kanssa. kuten yksi haastateltavista ehdottikin. Visiossa ja Jylkkärissä voisi olla itsenäiset sisällöt samasta aiheesta, jotka kuitenkin täydentäisivät toisiaan. Cross-media vaatii kuluttajalta paljon aktiivisuutta, siksi eri sisältöjen tulisi toimia itsenäisesti, jotta niiden sisällöt ymmärrettäisiin ilman toisen median aineistoakin. Mutta esimerkiksi Vision ohjelmia voisi syventää Jylkkärin artikkeleilla.

Yhteistyö jonkun muun median kanssa voisi myös lisätä Vision näkyvyyttä. Visiota ei ole markkinoitu kovinkaan laajasti parin kuluneen vuoden takia. Syinä on ollut muun muassa epävarmuus siitä, toimiiko Visio. On haluttu edetä hitaasti ja pienin askelin. Nyt Visio on vakiinnuttanut toimintansa sekä teknisesti että lähetyksellisesti, joten mainontaa voisi olla enemmän yliopiston sisällä ja miksei ulkopuolellakin. Toisaalta Vision ei ole järkevää yrittää kasvattaa itseään megalomaaniseksi mediaksi. Se ei ole sen tehtävä.

Toisaalta Vision yhteyteen voitaisiin luoda oma verkkolehti, jonka kautta Vision ohjelmia voisi syventää. Verkkolehti voisi toimia esimerkiksi siten, että joistakin ohjelmista kirjoitetaan laajempi artikkeli, joka liitetään ohjelman yhteyteen linkkinä. Verkkolehden toimittajiksi voisi värvätä oman toimittajajoukon. Näin Visiossa voitaisiin harjoitella myös verkkolehden toimittamista ja samalla rikastuttaa sekä laajentaa sen tarjoamaa sisältöä. Mutta miksei Visioon liitettäisi myös äänitiedostoja?

Jyväskylän yliopiston opiskelijaradio Kampuksen kaiku aloitti vuoden 2003 alussa toimintansa uudelleen. Jostain syystä Kampuksen kaiku toimii analogisena. Jos kaikkia yliopiston medioita,

Visiota, Kampuksen kaikua ja Jylkkäriä haluttaisiin kehittää, niin miksei niistä muodostettaisi digitaalista monimediaviestintä, jossa toimisivat radio, televisio ja lehti rinnakkain?

Ideani on se, että samalla sivustolla toimisi internetin ominais- ja erityispiirteitä hyödyntävä mediakokonaisuus, josta voisi kuunnella radio-ohjelmia, katsoa videoita ja lukea artikkeleita. Tällaisessa mediassa opiskelijat voisivat harjoitella kaikkia verkkoviestinnän muotoja. Esimerkiksi samasta aiheesta voitaisiin luoda ohjelma, jonne radio-, televisio- ja lehtitoimittajat tekisivät kaikki oman osuutensa.

Käyttäjillä voisi olla tässä mediassa oma julkaisuväylä, niin sanottu kansan kanava -osuus. On havaittu, että sellaiset mediamuodot kiinnostavat, joihin voi itse osallistua muun muassa tuottamalla omaa materiaalia. Materiaali olisi siis jollain tavalla yhteisöllisesti tuotettua. (Ermi & Sotamaa 2002.) Hyvänä esimerkkinä yhteisöllisestä mediasta on Pixoff, joka on kotimaisen animaation lyhytelokuvan julkaisukanava. Pixoff (<http://www.pixoff.net>) tarjoaa julkaisukanavan, jonne rekisteröityneet jäsenet voivat lähettää omia tuotoksiaan muiden katseltavaksi ja arvioitavaksi.

Toinen mielenkiintoinen esimerkki on Ylen ja Helsingin kaupungin nuorisoasiainkeskuksen ylläpitämä nuorille suunnattu verkkosivusto Free Your Mind (<http://www.yle.fi/free/>), jonne nuoret itse toimittavat monimediaalista materiaalia verkkotelevisioon ja -radioon. Jotain tämän tyyppistä voisi kehitellä myös Vision rinnalle.

Visio voisi tulevaisuudessa houkutella ja palvella käyttäjiä siten, että se tarjoaisi heille avoimen julkaisukanavan. Visioon voisi rakentaa yhden kanavan, joka olisi tarkoitettu Vision käyttäjien tuotoksien esittelyyn. Kanavalla voitaisiin näyttää vaikkapa kerran pari kuukaudessa parhaita Visioon lähetettyjä video-, ääni-, tai animaatiomateriaaleja. Kanava avaisi Vision ovia muille tekijöille ja voisi lisätä Vision yhteisöllisyyttä sekä näkyvyyttä.

Visio ohjelmiin voisi myös lisätä kerro kaverille -linkin, jonka kautta ohjelman osoitteen voisi lähettää kaverille katsottavaksi. Visio käyttäjät voisivat samalla myös levittää sanaa Visiosta, ja siten lisätä sen tunnettuutta. Visioon voisi myös perustaa ohjelmasarjan purinanurkkaus,

jonne käyttäjät voisivat lähettää ohjelma-aiheita asioista jotka heitä kummastuttavat, puhuttavat tai ärsyttävät.

Visio voisi myös tarjota ikkunan yliopistomaailmaan jalkautumalla laitoksille. Visio voisi vieraila vaikkapa laitoksilla ja seurata opiskelijan tai henkilökunnan päivää. Toisaalta Vision tulisi olla rohkeampi ohjelmissaan. Sen tulisi käyttää hyväkseen sitä itsenäistä ja riippumatonta asemaa, joka sillä on. Rohkeita aiheita, erilaisia toteutustapoja ja uusia näkökulmia tavallisiin asioihin kaivataan. Vision tulisi vastata tähän tarpeeseen.

Vision ohjelmien lisäksi voidaan tarjota oheispalveluita, kuten keskustelupalsta ja äänestykset. Sisällöllisesti Visiota voidaan jatkuvasti kehittää testaamalla erilaisia sisältöjä, mediaelementtejä, toteutustapoja ja lisäämällä sisältöihin enemmän yksilöllistä ja erilaista ”ääntä”.

Vision käytettävyyttä taas tulee tulevaisuudessa kehittää siten, että ohjelmia voidaan katsoa myös muussa kuin RealMedia-tiedostomuodossa ja navigointia tulee helpottaa linkkejä ja käyttöliittymää kehittämällä. Vision toiminnan edellytyksinä nyt ja tulevaisuudessa ovat uusiutuva, vaihtuva, mielenkiintoinen tarjonta sekä se, että sen käyttö on mahdollisimman yksinkertaista, vähän vaivannäköä vaativaa ja sujuvaa.

Vision idea on toiminut tammikuussa 2003 alkaneen Jyväskylän yliopiston virtuaaliyliopistohankkeen moniviestin-projektin virikkeenä. Koordinoimassani projektissa oli tavoitteena rakentaa verkkojulkaisualusta, jossa esitetään tekstiä, videota, still-kuvia ja ääntä sisältäviä ohjelmia, ja joka helpottaa julkaisemisprosessia. Ero Visioon on se, että monimediaalustassa hyödynnetään rinnakkain kaikkia mediaelementtejä tasa-arvoisesti, ja lisäksi voidaan julkaista monisivuisia ohjelmia. Ehkä Visio voisi jollain tavalla hyödyntää myös monimediaalisuutta tehokkaammin. Ainakin nyt olisi aika Visionkin jatkaa kehittymistään, ja luoda taas jotain uutta ja erilaista kuten se teki vuonna 2000.

8 TUTKIMUKSEN ARVIOINTI JA JATKOTUTKIMUSAIHEITA

Tutkimusta tehdessä pyritään välttämään virheiden tekemistä, jotta sen tulokset olisivat mahdollisimman luotettavia. Luotettavuutta voidaan tarkastella reliabiliteetin eli toistettavuuden sekä validiteetin, tutkimuksen pätevyyden, kautta. Reliabiliteetti tarkoittaa tulosten toistettavuutta. Validiteetti mittaa sitä, kuinka pätevä valittu tutkimusmenetelmä on mittaamaan haluttuja tekijöitä. Se siis arvioi tutkimusmenetelmän sopivuutta. Laadullisessa tutkimuksessa validiteetti ja reliabiliteetti saavat erilaisia tulkintoja kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. (Hirsjärvi & Hurme 2001 185–186; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2002, 213–214.)

Haastattelu on dynaaminen vuorovaikutustilanne, ja sen avulla saatavaan aineistoon vaikuttavat tutkija, tutkittava ja haastattelutilanne. Tämän takia tulokset eivät ole toistettavissa. (Holstein & Gubrium 1997, 115.) Onkin ollut kiistanalaista, mitä luotettavuuden käsitteet kvalitatiivisessa tutkimuksessa tarkoittavat, ja miten ne soveltuvat kvalitatiivisen tutkimuksen arviointiin.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ei pyritä yleistämiseen, vaan tutkimusaineisto nähdään ainutlaatuisena ja yksilöllisenä, yhtenä kuvauksena tutkittavasta ilmiöstä (Kvale 1996, 231–232). Eri ihmisillä on erilaiset, omat kokemuksensa, siten tuloksia ei edes voida yleistää. Laadullinen tutkimus on myös aina tutkijapainotteista ja se on aina tutkijan vaikutuksien ja tulkintojen alaista (Patton 2002, 566). Kvalitatiivinen aineisto ja tutkimus ovat luonteeltaan intersubjektiivisiä. Ne käsittelevät yksilöllisiä merkityksiä. Puhtaaseen objektiivisuuteen ei ole edes mahdollista päästä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2002, 213–214.)

Tutkimuksen luotettavuutta on kuitenkin pystyttävä jollain tavalla arvioimaan. Laadullisessa tutkimuksessa luotettavuuteen vaikuttavat tutkija ja hänen ominaisuutensa, käytettävä tutkimusmenetelmä sekä se millainen on filosofinen näkökulma laadulliseen tutkimukseen sen tuottamaan tietoon (Patton 2002, 552–553). Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa tutkijan rehellisyys ja luotettavuus (Patton 2002, 576).

Tutkimuksen luotettavuuden kannalta on tärkeää tarkastella sitä, kuinka tarkoituksenmukaisia valitut tutkimusmenetelmät ovat tutkimuksen tavoitteen kannalta. Tutkimusta voidaan arvioida

sen mukaan, kuinka tarkasti sen kulusta ja menetelmistä kerrotaan (Patton 2002, 580). Sen takia tämän tutkimuksen toteutusta on pyritty kuvaamaan mahdollisimman tarkasti luvussa 2.

Tämän tutkimuksen tutkimusmenetelmäksi valittiin teemahaastattelu, koska pyrittiin saaman esille niitä merkityksiä, joita Vision käyttäjillä ja asiantuntijoilla on Vision käytöstä ja kokemuksista. Haastattelu on sopiva menetelmä silloin, kun halutaan selvittää ihmisten henkilökohtaisia ja yksilöllisiä merkityksiä tutkittavasta ilmiöstä (Berger 2000, 113; Kvale 1996, 105; Patton 2002, 340–341).

Teemahaastattelun toteutuksen luotettavuutta pyrittiin lisäämään siten, että tutkijalla oli haastattelutilanteissa tutkimuskysymyksiensä pohjalta luotu teemamuistilista. Muistilistan avulla varmistettiin, että jokaiselta tutkittavalta kysyttiin samat asiat. Lisäksi haastattelutilanteissa täsmennettiin kysymyksiä ja kysyttiin myös lisäkysymyksiä tutkittavilta, jos heidän vastauksena olivat monimerkityksellisiä. Haastattelukysymyksiensä täsmentäminen ja lisäkysymykset olivat keino lisätä tutkittavien ja tutkittajan yhteisymmärrystä. Haastattelujen luotettavuutta voivat heikentää väärinymmärrykset tai se, että tutkija ja tutkittavat puhuvat eri asioista ja eri käsittein (Kvale 1996, 148–149).

Tässä tutkimuksessa käytettiin useita aineistoja. Eri aineistot ja niiden käyttö voivat lisätä tutkimuksen luotettavuutta (Eskola & Suoranta 1998, 69; Neuman 1994, 140; Patton 2002, 555–556). Tässä tutkimuksessa toisiaan tukivat käyttäjä- ja asiantuntijahaastattelut. Käyttäjahaastattelujen tarkoituksena oli saada esiin käyttäjien merkityksiä ja mielipiteitä Visiosta. Asiantuntijoita haastateltiin, koska haluttiin saada esiin tieto- ja viestintätekniiikan asiantuntijoiden näkemyksiä Visiosta ja kehitysideoita tulevaisuutta varten. Myös käyttäjiltä saatiin teknisiä ja asiantuntevia näkemyksiä ja kehitysideoita. Haastattelutilanteessa selvisi, että kaikki käyttäjahaastateltavat olivat erittäin taitavia tietotekniikan käyttäjiä ja suurin osa teki sen parissa töitä.

Kaksi erilaista haastatteluaineistoa takasi sen, että aineistosta pystyi luomaan kokonaisvaltaisempaa kuvaa. Käyttäjä- ja asiantuntijahaastattelut tukivat toisiaan, mutta osittain toivat esiin myös erilaista näkökulmaa ja toisaalta asiantuntijahaastattelut selittivät käyttäjien mielipiteitä.

Tämän tutkimuksen tutkimusaineisto oli homogeeninen. Käyttäjät ovat keskenään samanikäisiä, ja kaikki opiskelevat yliopistossa. Asiantuntijahaastateltavat taas olivat kaikki miespuolisia yliopistotyöntekijöitä. Lisäksi kaikki tutkimushaastateltavat ovat taitavia ja tottuneita tietotekniikan ja internetin käyttäjiä. Siten tuloksia ei voida yleistää. Yleistämiseen otos on aivan liian suppea, ja homogeeninen. Tutkimuksessa ei tosin ole pyrittykään yleistämiseen.

Tulokset voisivat olla erilaiset, jos käyttäjä olisi kokemattomampi kuin tähän tutkimukseen haastatellut. Jokainen haastateltavista paljastui kokeneeksi verkon käyttäjäksi, vaikkakaan tutkimukseen ei pyritty hakemaan kokeneita internetin käyttäjiä. Vision käyttäjien ja asiantuntijoiden kiinnostusta käyttää ja kokeilla Visiota voikin lisätä se, että he kaikki ovat kokeneita verkon käyttäjiä. Ehkäpä Visiota ei kokemattomat käyttäjät edes käytä. Onkin havaittu, että etenkin kokeneet käyttäjät ovat kiinnostuneita seuraamaan ja kokeilemaan uusia tietoteknisiä laitteita ja palveluja (Ahonius 1998, 78).

Tuloksissa näkyikin se, että useat ongelmat osataan selittää eivätkä ne ärsytä vaan esimerkiksi Vision palvelimen ongelmat ymmärretään Visiosta johtumattomaksi. Vision käytettävyyden kokemiseen käyttäjien käyttökokemus vaikuttanee suurestikin. Toisaalta tutkittavien tietotekniikan käyttökokemus mahdollisti sen, että tutkimuksessa saatiin vastauksia myös tutkimuskysymykseen miten Visiota voidaan kehittää.

Luotettavuutta heikentävät harhaanjohtavat kysymykset, tai se ettei kysytä oikeita ja ilmiön kannalta relevantteja kysymyksiä (Miller & Glassner 1997, 101). Tässä tutkimuksessa teemahaastattelu mahdollisti sen, että tutkijalla oli mahdollista myös keskustella niistä aiheista, joita tutkittavat toivat itse esiin. Haastatteluissa pyrittiin etenemään sen mukaan, mistä tutkittava ja tutkijat olivat viimeksi keskustelleet. Lisäksi tutkija kysyi jokaisen haastattelun jälkeen, oliko tutkittavalla vielä jotain sanottavaa Vision käytöstä, mikä ei ollut tullut esille. Tämä tehtiin myös siksi, että tutkittavat vastaavat niihin kysymyksiin, mitä tutkija heille esittää.

Tutkimushaastattelut olivat sovittu etukäteen, ja tutkittavilla oli siten ollut aikaa valmistautua haastatteluun. Osa heistä oli myös tehnyt muistiinpanoja huomioistaan. Avoimella

loppukysymyksellä pyrittiin varmistamaan, että tutkittavilla oli mahdollisuus tuoda esiin myös sellaisia asioita, joista ei ollut kysytty.

Haastateltavien vastauksiin voi vaikuttaa myös haastateltavan ominaisuudet, esimerkiksi se mitä hän edustaa, on ammatiltaan tai vaikka sukupuoleltaan (Miller & Glassner 1997, 100). Tutkimushaastattelu on keskustelunomainen vuorovaikutustilanne, jossa tutkija vaikuttaa aina tutkittavaan. Tässä tutkimuksessa tutkittavat tiesivät haastattelijan olevan Vision tuottaja. Tieto on voinut vaikuttaa siihen, että vastaukset tutkijan kysymyksiin olivat myönteisempiä kuin ne olisivat olleet, jos haastattelija ei olisi ollut missään yhteydessä Visioon. Tutkittavat ovat voineet välttää negatiivisia ilmauksia, etteivät loukkaisi tutkijaa.

Haastatteluissa pyrittiin haastateltavia rohkaisemaan kertomaan myös negatiivisia asioita, ja niitä myös pyrittiin saamaan lisäkysymyksillä julki. Lisäksi haastateltaville tähdennettiin, että haastattelujen tarkoituksena on saada rehellisiä vastauksia, koska Visiota pyritään jatkuvasti kehittämään. Siltikin voi olla, että tutkijan tuottajuus vaikutti tutkimustuloksiin.

Tutkimustuloksiin on voinut vaikuttaa myös se, että haastatteluissa tutkittavilla on tapana antaa yleisesti hyväksytyjä vastauksia. Tutkittavat saattavat sanoa sellaisia asioita, joiden kautta he itse vaikuttavat paremmalta tai he vastaavat kuten heidän odotetaan vastaavan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2002, 193.)

Tässä tutkimuksessa haastattelujen aluksi korostettiin luottamuksellisuutta, ja lisäksi pyrittiin luomaan avoin keskusteluilmapiiri. Tarkoituksena oli luoda luottamuksellinen ja ystävällinen ilmapiiri, jotta haastateltavat eivät kokisi haastattelutilannetta epämiellyttäväksi tai pelottavaksi, vaan toisivat mielipiteitään rohkeasti, rehellisesti ja avoimesti julki. Luottamuksellinen ja läheisen ilmapiirin synty voi vaikuttaa siihen, kuinka rehellisesti vastaajat vastaavat (Alasuutari 1994, 123).

Tutkimusaineiston luotettavuutta pyrittiin myös lisäämään litteroimalla sanatarkasti kaikki haastattelut. Lisäksi tehtiin muistiinpanoja haastattelujen aikana. Litteroinnin ja haastattelujen välissä oli kolmen kuukauden tauko. On sanottu, että tutkimuksen luotettavuutta voidaan lisätä siten, että haastattelut litteroidaan heti haastattelujen jälkeen, jolloin ne ovat vielä muistissa

(Hirsjärvi & Hurme 2001, 185). Tässä tutkimuksessa haastatteluista tehtiin myös muistiinpanoja haastattelujen aikana.

Haastatteluaineistoa luettiin useita kertoja. Tässä tutkimuksessa omia tulkintojani on voinut ohjata, ja niihin on voinut vaikuttaa se, että toimin haastattelujen aikana Vision tuottajana ja siten olen hyvin lähellä aihetta. Tuottajuus ja se, että olen ollut mukana toteuttamassa Visiota sen alusta alkaen, tarkoittaa osaltaan sitä, että haastateltavat arvostelevat tavallaan minun työtäni. Tämä on voinut vaikuttaa tulkintoihin. Kiistämätöntä on se, että oma roolini Vision tuottajana ja sen rakentajana on ohjannut ja vaikuttanut koko tutkimusprosessiin alusta loppuun saakka.

Vision käyttötilastojen tarkoituksena oli antaa määrällistä kuvaa Vision käytöstä. On kuitenkin huomioitava, että käyttötilastot perustuvat siihen, kuinka monta Vision ohjelmaa on aloitettu lataamaan jostakin internet-yhteydestä. Ne eivät kerro sitä, kuinka moni ohjelma on katsottu alusta loppuun saakka. Ne eivät kerro, kuinka kauan ohjelmia on katsottu. Vision käyttötilastot eivät myöskään kerro siitä, kuinka moni sivuilla on vierailut ilman ohjelmien katsomista. Tilastot antavat osviittaa Vision käytön määrästä ja siitä, mistä kaikkialta Visiota käytetään. Sen enempää ne eivät identifioi sitä, ketä käyttäjät ovat, minkä ikäisiä he ovat ja mitä he tekevät työkseen ja mitkä ovat heidän kiinnostuksenkohteensa.

Jatkotutkimusaiheita

Jatkotutkimusta liikkuvan kuvan sovelluksista tarvitaan, sillä liikkuvaa hyödyntävät internet-sivustot tulevat lisääntymään tulevaisuudessa. Verkkovideoiden lisääntymiseen vaikuttaa se, että laajakaistayhteyksien määrä lisääntyy. Tutkimusta verkkovideoiden käytöstä ei vielä ole etenkin käyttäjien näkökulmasta.

Tässä tutkimuksessa pyrittiin saamaan yleiskuva Vision käytöstä, koska aikaisempaa tutkimusta ei ollut. Tutkimuksessa kartoitettiin useita aihealueita. Jatkossa voitaisiin keskittyä johonkin osa-alueeseen. Jo palvelun tai Vision vuorovaikutteisuus ja käytettävyys ovat laajoja ominaisuuksia, joista voisi tehdä jatkotutkimusta. Millaista vuorovaikutteisuutta halutaan

Visiossa? Miten käytettävyyttä voitaisiin lisätä Visiossa? Mitkä ovat käytettävyystekijöitä, jotka liittyvät juuri liikkuvaa kuvaa sisältäviin palveluihin?

Tässä tutkimuksessa selvitettiin käyttäjien ja asiantuntijoiden arvioita Visiosta. He kaikki olivat hyvin taitavia tietotekniikan ja internetin käyttäjiä. Jatkossa voisi tutkia sitä, miten internet-tlevision käytön kokevat käyttäjät, jotka ovat eri tasoisia taidoiltaan ja käyttökokemuksiltaan. Millaisia vaatimuksia heillä on palvelulle, sen käytettävyydelle ja sisällölle, ja miten he kokevat tällaisten sovellutusten käytön?

Vision sivusto uusiutuu vuoden 2003 aikana. Sen käyttöliittymä tulee muuttumaan pois televisiokäyttöliittymästä, ja lisäksi tässä tutkimuksessa mainittuja asioita on otettu suunnittelutyössä huomioon. Sivustolle lisätään keskustelupalsta ja äänestysmahdollisuus. Lisäksi sen tekijäkunta esitellään kasvokuvain ja heidän yhteystietonsa ovat näkyvissä. Arkistoon menoa helpotetaan. Se, millaiseksi uuden sivuston käyttö koetaan, voisi olla yksi jatkotutkimusaihe. Miten käyttäjät kokevat käytön ja mistä mediasta he puhuvat? Onko Visio edelleenkin televisio?

Lisäksi Vision uusien sivustojen vuorovaikutteisuutta olisi mielenkiintoista tutkia. Uudet sivustot antavat mahdollisuuden vuorovaikutukseen. Miten sitä käytetään hyödyksi vai käytetäänkö? Lisääkö tekijöiden henkilöittäminen yhteydenottoja? Syntykö Visioon yhteisö? Jos syntyy, millaista sen toiminta on? Edellä mainitut asiat ovat myös Vision jatkohaasteita.

Vision tulevaisuuden ja kehittämisen vuoksi voitaisiin jatkossa tutkia laajemmalla joukolta muun muassa sitä, millaisia ohjelmia ja ohjelma-aiheista Visiossa haluttaisiin nähdä. Samalla voitaisiin kartoittaa myös tarkemmin sitä, ketkä Vision käyttäjiä ovat. Vision sivustolle voisi rakentaa sähköisen kyselylomakkeen, jonka avulla saataisiin vastauksia kysymyksiä laajemmalla vastaajakunnalta.

Vision sisäistä toimintaa voitaisiin kehittää tutkimalla sitä, millaiseksi Vision tekijät kokevat toiminnan. Mitä toiminta heille merkitsee ja miten sitä heidän mielestään voisi kehittää? Miksi Vision toimintaan on lähdetty mukaan ja miksi siihen on tai ei ole sitouduttu? Onko Visio kanava hankkia käytännön kokemusta ja taitoja ja onko se sellaisenaan riittävä?

Tutkimuksessa voitaisiin kartoittaa myös sitä, millaisiin osa-alueisiin Vision teossa voitaisiin kiinnittää huomiota niin, että se voisi paremmin antaa taitoja ja valmiuksia työelämää varten.

Vision ja analogisen yliopistotelevision ohjelmasisältöjä voisi myös tutkia. Ovathan ne eräänlaista ajankuvaa opiskelijamaailmasta. Ylipäätään yliopistotelevisiotoimintaa voisi tutkia ja kartoittaa syvemmin kuin tässä tutkimuksessa tehtiin. Ohjelmia ja niiden sisältöjä ja aihevalintoja voisi tarkastella ainakin yhden pro gradu -työn verran. Peilaavatko ohjelmat aikaansa? Löytyykö ohjelmista yhdistyviä tekijöitä tai aihealueita? Onko yliopistotelevisio vaikuttamisen väline vai jotain muuta?

Vision tutkimista voisi jatkaa, mutta ylipäätään liikkuvan kuvan verkkokäytöstä on niin vähän tutkimusta että tutkimusaiheita riittää. Yksi syy vähäiseen tutkimukseen lienee se, että vasta parin viime vuoden aikana on syntynyt verkkosivustoja, jotka hyödyntävät liikkuvaa kuvaa.

Nykyisin liikkuvaa kuvaa esitetään eri sivustoilla, ja niiden määrä tulee kasvamaan. Liikkuvaa kuvaa tultaneen myös käyttämään monipuolisemmin kuin uutis- ja viihdyttämistarkoituksiin. Käyttökontekstit varmasti monipuolistuvat ja lisääntyvät. Videokuvan tuotanto on yksinkertaista ja edullista nykyisellä tekniikalla. Jatkotutkimusta voisi tehdä siitä, millaisia liikkuvan kuvan sovelluksia käyttäjät haluaisivat, ja millaista sisältöä odotetaan eri konteksteissa liikkuvalla kuvalta ja WWW-sivuilta.

Valtakunnallisia uutislähetystyksiä lähetetään jo verkossa. Liikkuvaa kuvaa ja videoituja uutisia tullaan varmasti käyttämään myös yrityksissä ja yhteisöissä käytettävään tiedotukseen. Millaisia konsepteja liikkuvan kuvan esittämisessä voitaisiin hyödyntää? Haluavatko ihmiset katsoa uutisia videoina? Millaisia asioita videon kautta kannattaa esittää, ja millaisesta videotarjonnasta käyttäjät ovat kiinnostuneet?

Liikkuvaa kuvaa voidaan käyttää internetin lisäksi myös intranetissä. Miten innostuneita yhteisöt ovat seuraamaan intranetissä liikkuvaa kuvaa ja millaisia aiheita kannattaa videoida? Millaista sisältöä intranetiin kannattaa tuottaa? Eroaako se ulkopuolisille tarjottavasta uutisoinnista, jos eroaa, niin miten?

Ylipäättään voisi tutkia sitä, mitä asioita milläkin mediaelementillä kannattaa verkossa kertoa, ja kuinka motivoituneita käyttäjät ovat mediaelementtejä lukemaan ja käyttämään?

Etäopetuksessa käytetään nykyisin videoneuvottelutekniikoita ja liikkuvaa kuvaa esimerkiksi opetusvideoina. Jatkossa voitaisiin tutkia sitä, millaista lisäarvoa videot antavat opetukselle? Miten opettajat ja opiskelijat kokevat niiden käytön? Mihin kaikkeen liikkuvaa kuvaa voidaan etäopetuksessa käyttää? Kysymyksiä riittää. Miten virtuaalisissa oppimisympäristöissä voidaan hyödyntää liikkuvaa kuvaa? Mitä hyötyä monimediaalisesta opetusmateriaalista voi olla? Samat kysymykset olisivat tutkimuksen arvoisia myös tiedotuskontekstissa.

Internet mahdollistaa globaalin esittämisalustan. Jokainen pääsee katsomaan sitä, mistä päin maailmaa tahansa. Voisiko olla mahdollista perustaa media, jonka käyttäjät olisivat ympäri maapalloa? Chatit ja muut keskusteluryhmät mahdollistavat ja ovat jo eräänlaisia pienoismaailmankyliä Marshall MacLuhanin ajatusta myötäillen. Millaista sisältöä tulisi olla, että käyttäjiksi etsiytyisi ihmisiä ympäri maailmaa? Onko tällainen mahdollisuus ainoastaan fragmentoiduilla erikoissivustoilla?

Internetissä esitetään vielä perinteistä liikkuvaa kuvaa, jossa on alku ja loppu. Olisi mielenkiintoista tutkia, testata ja kehittää sellaisia sisältöjä, joissa hyödynnetään uudenlaista kerrontatapaa ja internetin monimediaalista luonnetta. Edelleen videota esitetään televisiotyyllisesti. Miten muuten liikkuvaa kuvaa voisi esittää, millaisia mahdollisuuksia kerronnalle olisi?

Vielä vähän näkee sivustoja, joilla hyödynnettäisiin tekstiä, liikkuvaa kuvaa, kuvaa ja ääntä laajemmin yhdessä. Usein videon ohessa on muutaman rivin tekstiosuus. Olen vetänyt Jyväskylän yliopiston virtuaaliyliopiston moniviestin-projektia, jossa suunniteltiin ja toteutettiin uudenlainen verkkovideota hyödyntävä julkaisuformaatti. Yksi moniviestimen ohjelma voi muodostua useasta eri sivusta, jotka voivat sisältää tekstin, videon, still-kuvan ja äänen yhdistelmiä. Moniviestintä käytetään tiedotuksessa, ja tulevaisuudessa sinne tehtäneen myös oppimateriaaleja.

Moniviestimen kaltainen formaatti olisi myös oman tutkimuksen arvoinen. Millaisia asioita kannattaa verkossa tuoda esiin tekstillä, kuvalla, äänellä ja videolla? Mihin tarkoituksiin mediaelementit sopivat? Miten uusia alustoja käytetään, ja millaiseksi ne koetaan? Miten käyttäjät esimerkiksi lukevat/käyttävät sivustoja, joissa on videota, still-kuvia, ääntä ja useita kappaleita tekstiä? Mikä mediaelementti luetaan ensimmäisenä?

Käyttäjät eivät tämän tutkimuksen mukaan halua lisää vuorovaikutteisuutta, mihin voi osaltaan vaikuttaa se, etteivät he tiedä, mitä vuorovaikutteisuus voisi olla liikkuvassa kuvassa. Hyperteksti voisi osaltaan lisätä vuorovaikutteisuutta, mutta miten muuten liikkuva kuva voisi olla vuorovaikutteinen? Miten käyttäjät voisivat osallistua enemmän liikkuvan kuvan tekemiseen, esittämiseen ja sen kokemiseen? Onko heillä ylipäätään halua sellaiseen?

LÄHTEET

Kirjallisuus

Ahoniemi, K. 1998. Osaaminen ja oppiminen. Sivut: 71–86. Teoksessa: Uusmedia kuluttajan silmin. Digitaalisen median raportti 2/98. Helsinki: Teknologian tutkimuskeskus.

Alasuutari, P. 1994. Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino.

Ermi, L. & Sotamaa, O. 2.12.2002. Yksityistä nautintoa ja yhteistä jakamista - Televisionkatsojien odotuksista ja asenteista. Saatavilla www-muodossa: <<http://www.m-cult.net/mediumi/>>. Viitattu 10.12.2002.

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Faulkner, C. 1998. The essence of Human-Computer Interaction. London: Prentice Hall.

Fornäs, J. 2000. Digitaaliset rajaseudut. Identiteetti ja vuorovaikutteisuus kulttuurissa, mediassa ja viestinnässä. Sivut 29–51. Teoksessa: Järvinen, A. & Mäyrä, I. 2000. 2.painos. Johdatus digitaaliseen kulttuuriin. Tampere: Vastapaino.

Herkman, J. 3.12.2002. Konvergenssi. Saatavilla www-muodossa: <<http://www.m-cult.net/mediumi/>>. Viitattu 10.12.2002.

Hintikka, K. 2001a. Mitä käyttäjälle tarjotaan? Sivut 33–37. Teoksessa: Mäkäläinen, J. (toim.) 2001. ABC-digi. Sisällöntuottajan käsikirja. Helsinki: Opetusministeriö.

Hintikka, K. 2001b. Ominaispiirteitä ja muotisansoja. sivut 54–61. Teoksessa: Mäkäläinen, J. (toim.) 2001. ABC-digi. Sisällöntuottajan käsikirja. Helsinki: Opetusministeriö.

Hintikka, K. 2001c. WWW-hanke. sivut 94–100. Teoksessa: Mäkäläinen, J. (toim.) 2001. ABC-digi. Sisällöntuottajan käsikirja. Helsinki: Opetusministeriö.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2002. 6.–8. painos. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Holstein, J. A. & Gubrium, J. F. 1997. Active interviewing. Sivut: 113–129. Teoksessa: Silverman, D. (ed.) 1997. Qualitative research. Theory, method and practice. London: Sage.

Hurme, P. 2001. Interactivity in Web sites of medical support organizations in Finland. Journal of Promotion Management, vol 6 (1/2) 2001.

- Järvinen, P. 1999. PC tietosanakirja 99. Jyväskylä: Teknolit.
- Jääskeläinen, K. 1997. Interaktiivisen television sisällöntuotanto. Tampere: Kirjatoimi.
- Instone, K. 1997. Usability Engineering for the Web. Julkaisussa World Wide Web Journal Volume II, Issue I, Winter 1997. Saatavilla www-muodossa:
<<http://www.w3journal.com/5/s3.instone.html/>>. Viitattu 5.12.2002.
- Isotalus, P. 1996. Toimittaja kuvaruudussa. Televisioesiintyminen vuorovaikutuksen näkökulmasta. Jyväskylän yliopisto: Jyväskylä studies in communication julkaisuja 5.
- Kanerva, J., Packalen, J. & Puttonen, M. 1998. Ideasta multimediaksi. Helsinki: Edita.
- Keränen, V., Lamberg, N., & Penttinen, J. 2001. Digitaalinen viestintä. AB-ajokorttitutkimon peruskirja. Helsinki: Docendo.
- Kvale, S. 1996. Interviews. An introduction to qualitative research interviewing. Thousands Oaks: Sage.
- Kuuva, S. 1998. Tekijöiden merkitys. Sivut 163–178. Teoksessa: Uusmedia kuluttajan silmin. Digitaalisen median raportti 2/98. Helsinki: Teknologian kehittämiskeskus.
- Laurel, B. 1993. Computer as theatre. Reading: Addison-Wesley.
- Luoma-Marttila, V. 1998. Verkkopalvelun käyttö. Sivut: 33–50. Teoksessa: Uusmedia kuluttajan silmin. Digitaalisen median raportti 2/98. Helsinki: Teknologian kehittämiskeskus.
- Miller, J. & Glassner, B. 1997. The "inside", the "outside": Finding realities in interviews. Sivut: 99–112. Teoksessa Silverman, D. (ed.) 1997. Qualitative research. Theory, method and practice. London: Sage.
- Mustonen, A. 2001. Mediapsykologia. Porvoo: WSOY.
- Mäkeläinen, M., Villi, M., & Mäkeläinen, J. 2001. Kokemuksia ja havaintoja toimittajan työn digitalisoitumisesta. Sivut 62–79. Teoksessa: Mäkeläinen, J. (toim.) 2001. ABC-digi. Sisällöntuottajan käsikirja. Helsinki: Opetusministeriö.
- Negroponte, N. 1996. Being digital. London: Hodder and Stoughton.
- Neuman, W. L. 1994. 2nd ed. Social research methods: qualitative and quantitative approaches.
- Nielsen, J. 1993. Usability engineering. Boston: AP Professionals.
- Nielsen, J. 2000. WWW-suunnittelu. Helsinki: IT press.

- Nielsen/Netratings. 2003. Global Internet index: Average usage. Month of May 2003. Saatavilla www-muodossa: <http://www.netratings.com/news.jsp?section=dat_gi>. Viitattu 24.6.2003.
- Norman, D. A. 1999. 2. painos. The Invisible computer. London: The MIT Press.
- Norman, D. A. 2000. 3. painos. The design of everyday things. London: MIT Press.
- Nummelin, J. 2000. Pulpografia. Amerikkalaisia kioskidekkareita suomeksi 1936–1989. Helsinki: Turmavuoren kirjapaino.
- Nuppunen, P. 1997. Maksuhalukkuus. Sivut: 87–106. Teoksessa: Uusmedia kuluttajan silmin. Digitaalisen median raportti 2/98. Helsinki: Teknologian kehittämiskeskus.
- Patton, M. Q. 2002. 3rd ed. Qualitative evaluation and research methods. Newbury Park: Sage.
- Preece, J., 1994. Human-Computer Interaction. Harlow: Addison-Wesley.
- Puirava, M. (toim.) 1997. Kuluttajat ja multimediapalvelut. Digitaalisen median raportti 1/97. Helsinki: Teknologian kehittämiskeskus.
- Rafael, S. 1988. Interactivity. From new media to communication. Sivut 110–134. Teoksessa: Hawkin, R. P., Wiemann, J. M., & Pingree, S. (ed.).1988. Advancing communication science: Merging mass and interpersonal processes. Newbury Park: Sage.
- Tuisku, T. 2001. Netti-tv aloitti Porvoossa. Visio - Audiovisuaalisen viestinnän erikoislehti 07/2001.
- Turpeinen, P. 1998. Tarpeet ja motiivit. Sivut 51–70. Teoksessa: Uusmedia kuluttajan silmin. Digitaalisen median raportti 2/98. Helsinki: Teknologian kehittämiskeskus.
- Wiio, O.1977. Viestinnän opas. Helsinki: Weilin+Göös.
- Viitasaari, J. 2003. Videostreamingille povataan 40 % kasvua. Julkaisussa DigiTv today. Julkaistu 16.5.2003. Saatavilla www-muodossa: <http://www.digitoday.fi/digi98fi.nsf/pub/md20030516161944_jvi_88207370>. Viitattu 30.5.2003.

MUUT LÄHTEET

- Snellman, P. 2002. Haastattelu. 17.2.2003.
- Timonen, T. 2002. Sähköpostihaastattelu. 17.9.2002. ttimone@adm.jyu.fi.

LIITTEET

Liite 1 Yliopistotelevisiotuottajille lähetetyn sähköpostikyselyn kysymykset

1. Miten ja milloin YO-tv -toiminta sai alkunsa?
2. Minä ajanjaksona toimit tuottajana YO-televisiossa? Ja mikä mahtoi olla silloinen YO-tv:n nimi?
3. Kuka toimi tuottajana ennen sinua?
4. Millaisia ohjelmia teitte? (mistä aiheista, minkä tyyppistä, kesto, kuinka usein oli lähetyksiä ja lähetettiinkö muualla kuin sisäisessä verkossa)?
5. Millaista YO-tv:n toiminta oli mielestäsi?
6. Kuinka paljon porukkaa oli tekemässä YO-tv:tä?
7. Muuta kerrottavaa tai sanottavaa YO-tv:stä?

Puheviestinnän opiskelijat Ilpo Kiiskinen ja Niina Katainen
Jyväskylän yliopisto
Viestintätieteiden laitos
Visio-projekti

5.10.2000

VISIO-PROJEKTI

TOIMINTAIDEA JA TAVOITTEET

Vision on syksyn 200 aikana Jyväskylän yliopistossa toteutettava projekti, jonka tarkoitus on kehittää ja toteuttaa internetin kautta toimivaa televisiota, internet-televisiota.

Internet on jatkuvasta kehittymisestään huolimatta lähes yksinomaan tekstin ja kuvan välittämiseen tarkoitettu verkko. Kuitenkin tekniikan, käyttäjien ja tekijöiden valmiudet liikkuvan kuvan ja äänen välittämiseen ovat jo olemassa. Visio-projekti pyrkii tuomaan internetin sivuvalikoimaan oman ehdotuksensa television ja kaksisuuntaisen tietoverkon tulevaisuudesta.

Projektin aikana pyrimme löytämään sekä television että internetin hyviä puolia ja yhdistämään niitä. Toisin sanoen Visio pyrkii hyödyntämään luonteeltaan yksisuuntaisen, liikkuvaan kuvaan perustuvan television ja toisaalta tekstipohjaisen, interaktiivisen ja maailmanlaajuisen internetin parhaita puolia.

Kyse on pioneeri-projektista. Tällä hetkellä ei ole ohjelmia, jotka olisivat tehty suoraan internetiin ja sen ehdoilla. Suurin osa internetissä näkyvistä ohjelmista ovat televisiomateriaalia, joka on käännetty internet-sivuille. Tässä projektissa ohjelmat tehdään suoraan internetiin huomioiden sen ominaispiirteet. Projektin yhtenä tavoitteena on luoda toimiva konsepti internet-televisiolle. Projektin yhteydessä tehdään myös puheviestinnän pro gradu -työ, jonka tavoitteena on tutkia internet-televisio käyttäjäodotuksia ja -tottumuksia.

TYÖRYHMÄ JA VETÄJÄT

Hanna Korhonen	yhteisöviestintä
Ville Kulmala	yhteisöviestintä
Sari Laine	yhteisöviestintä
Eveliina Nera	yhteisöviestintä
Jyrki Pirkkalainen	journalistiikan maisteriohjelma
Noora Pohjonen	journalistiikka
Karita Taura	yhteisöviestintä
Kaisa Uusitalo	journalistiikan maisteriohjelma
Kati Valtonen	puheviestintä
Mikko Meriläinen	journalistiikka

Liite 2 Visio-projektin esittelymuistio 5.10.2000 2/4

Karin Leemet	informaatiotiede
Meri Tuuli Ahola	journalistiikka

Netti-ryhmä:

Katja Ahola	puheviestintä
Minna Koljonen	puheviestintä
Marko Siitonen	puheviestintä

Tuottajat (entiset PULP-opiskelijatelevision tuottajat)

Niina Katainen	puheviestintä
Ippo Kiiskinen	puheviestintä

Koulutuksessa ja internet-television konseptin kehittämisessä käytetään apuna viestintätieteiden laitoksen henkilökuntaa. Konseptin kehittämisessä apuna ovat Annamaija Manninen (jou), Pertti Hurme (yvi) ja Maarit Valo (puh). Teknisestä koulutuksesta vastaavat laitoksen Av-vastaava Pertti Snellman sekä projektin tuottajat. Projekti tarvitsee lisäksi tukihenkilön atk-keskuksesta avustamaan internet-sivun liittämisessä yliopiston serverille. Teknistä tukea tarvitaan myös esimerkiksi sivujen käyttäjälaskureiden rakentamisessa.

VALMIIN SIVUN RAKENNE JA TOIMINTAMALLI

Vision lähtökohtana on tuoda internet-ympäristöön televisiomaisia piirteitä. Sivun tulee rakentumaan kolmesta viiteen minuuttia kestävästä jutuista, jotka ovat alkuvaiheessa järjestetty kahdeksi tai kolmeksi eri ohjelmaksi. Internet-televisiossa on siis kaksi tai kolme ohjelmaa, joiden uudet jaksot ilmestyvät kerran viikossa. Erona tavalliseen televisio-ohjelmaan on se, että ohjelma on katsottavissa koko viikon ajan paikasta tai ajasta riippumatta. Uuden jakson ilmestyttyä vanha ohjelma siirtyy arkistoon.

PROJEKTIN ETENEMINEN, KOULUTUS JA AIKATAULU

Projektin tekijät jakautuvat edellä mainitulla tavalla toimittajaryhmään ja internet-ryhmään. Viikolla 39 aloittanut internet-ryhmä toimii itsenäisesti tuottajien johdolla viikkoon 43 asti, jolloin ensimmäinen versio sivusta on valmis. Tämän jälkeen internet-ryhmä korjaa ja parantelee sivuja tarvittaessa ja toimii toimittajaryhmän teknisenä tukena.

Toimittajaryhmän osalta projekti käynnistyy koulutuksella ja harjoittelulla. Koulutus jakautuu opetukseen ja harjoitteluun. Opetus koostuu kolmesta osasta, jonka aiheet ovat 1. kuvaaminen ja äänittäminen, 2. perusjournalistiset taidot ja liikkuva kuva internetissä sekä 3. editointi ja tiedostojen siirto internet-sivulle. Toisessa ja kolmannessa osassa apuna käytetään laitoksen henkilökuntaa (Annamaija Manninen, Pertti Hurme ja Pertti Snellman).

Liite 2 Visio-projektin esittelymuistio 5.10.2000 3/4

Koulutuksen jälkeen toimittajat tekevät itsenäisesti tuottajien johdolla valmiin internet-ohjelman. Koulutusjakson jälkeen kokoonnutaan palautetilaisuuteen, jossa ensimmäinen koeversio sivuista on valmis.

Koulutusjakson jälkeen toimittajaparit toteuttavat itsenäisesti kahdesta kolmeen internet-ohjelmaa, joista ensimmäiset muodostettavat ensimmäisen julkistettavan Visio-sivun. Julkistuksen jälkeen sivun on tarkoitus toimia joulukuun asti siten, että jokaisesta ohjelmasta ilmestyy uusi jakso viikoittain.

Viikko	Ohjelma
40	Ensimmäinen kokoontuminen, ideointi
42	Opetusjakso
43–44	Harjoitusohjelma, ensimmäinen versio sivusta
45	Ensimmäiset ohjelmat
46	Koelähetysviikko
47	Sivujen julkistus ja käynnistäminen
48	II jaksot
49	III jaksot
50	IV jaksot

Projekti toteutetaan syksyn aikana pääosin viestintätieteiden laitoksen studioissa Tourulassa. Toisinaan ehkä tarvitaan käyttöaikaa myös A-talon työasemilta.

TEKNINEN TOTEUTUS

Sivut toteutetaan tavallisen internet-sivun tavoin. Liikkuvan kuvan muoto ei vielä ole varmistunut, luultavasti käytämme erilliseen RealMedia-ohjelman ikkunaan avautuvaa rm.-klippiä.

TULEVAISUUDESTA

Projektin tarkoituksena on rakentaa ”alusta” keväänä käynnistyvälle kaksikanavaiselle internet-televisiolle. Sekä sisällöllisesti että internet-toteutukseltaan Visio toteutetaan siten, että periaatteessa siihen voidaan liittää rajattomasti uusia kanavia. Tarkoituksena on liittää projektin aikana kehitettävään televisioon toinen kanava, joka jatkaisi tämän projektin ajaksi toimintansa lopettanutta PULPia, eli yliopistotelevisiota. Uuden PULP-kanavan tuottajat olisivat edelleen viestintätieteiden laitoksen opiskelijoita, mutta kaikkien yliopisto-opiskelijoiden PULP-nettitelevisio tulisi toimimaan A-talon tiloissa.

INTERNET-TELEVISIO KÄYTTÄJÄN NÄKÖKULMASTA

Internet-ulkoasu toteutetaan siten, että siinä pyritään korostamaan sivun televisiomaisuutta. Sivun pääasiallinen sisältö rakentuu liikkuvasta kuvasta ja äänestä. Yksittäiset ohjelmat ja

mahdolliset useammat kanavat profiloidaan vahvasti siten, että kaikki jaksot tunnistaa leimallisesti kanavan ja ohjelman jaksoiksi.

Tavalliseen televisioon verrattuna kuvan koko ja laatu ovat huonompia ja luultavasti ohjelmat tulevat olemaan huomattavasti televisio-ohjelmaa lyhyempiä. Internetin välityksellä lähetettävän television etuja taas ovat:

1. Riippumattomuus ajasta ja paikasta
2. Arkistointi
3. Välittömän palautteen antaminen
4. Linkitys lisätietoon

”Internetmäiset” ominaisuudet liitetään jokaisen ohjelman mukana kulkevaan info-ruutuun, joka pitää sisällään kuvauksen ohjelmasta ja jaksosta, palautteen antamisen sekä linkit muualle internetiin. Interaktiivisuuden mahdollisuutta ei siis käytetä ainakaan alkuvaiheessa itse ohjelmissa, mutta välittömästi ennen ja jälkeen katsomisen.

VETÄJIEN YHTEYSTIEDOT

Ippo Kiiskinen
Kauppakatu 18 c 30
40100 JKL
0500/211261
ilpokiis@st.jyu.fi

Niina Katainen
Löylykatu 1 a 6
40700 JKL
050/598 1876
niikata@st.jyu.fi

Liite 3 Vision etusivu

<http://www.jyu.fi/visio>
viitattu 24.6.2003



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Pääsivu | Haku



AVAA NETTITV INFO PALAUTE ARKISTO

Visio pahoittelee serveriongelmista johtuneita katseluongelmia!

Visiossa joka maanantai uusi Ilmiö, joka keskiviikko uusi osa Kultista ja joka perjantai esitetään uusi Totta ja Tarua -jakso.

Visio on nyt kesälomalla! Syksyllä jatketaan uusin toimittajin ja uusin ohjelmin!

VISIOSSA TÄLLÄ HETKELLÄ

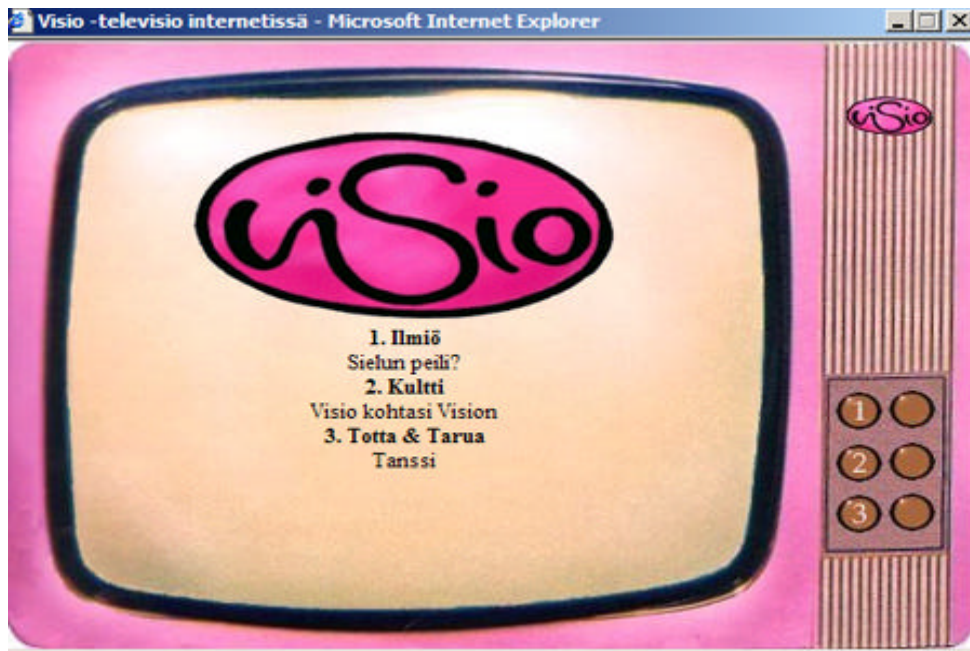
- **Ilmiö:** Sielun peili
- **Kultti:** Tarkista tämä!
- **Totta&Tarua:** Leenan tanssi



Nähdäksesi videot, koneellasi pitää olla asennettuna [RealPlayerin](#) versio 8. Katso [INFO-sivu](#).

Liite 4 Avaa nettiTV -linkistä aukeava sivu

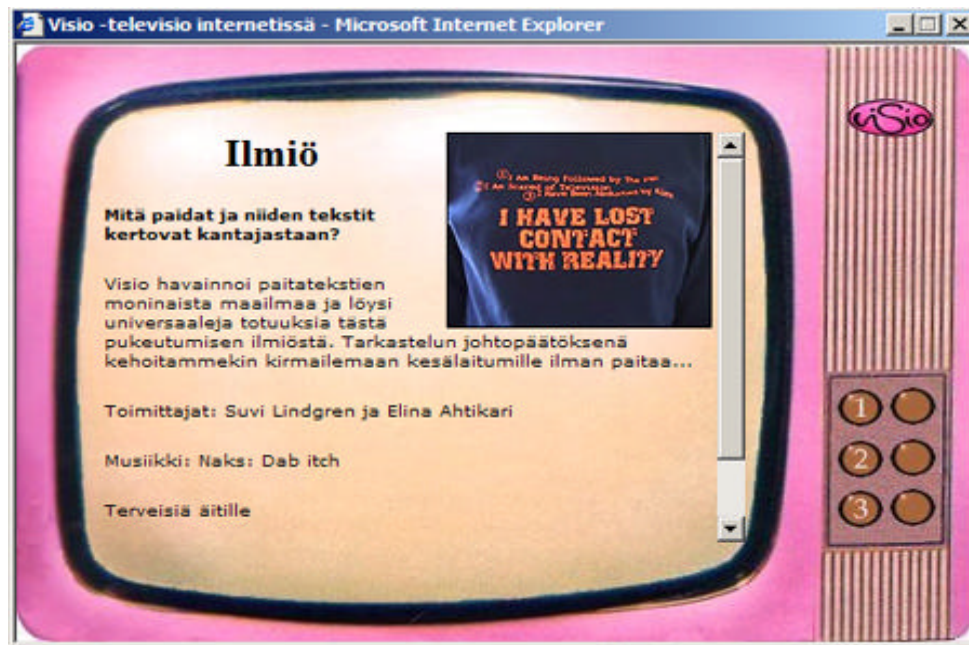
(ei omaa suoraa URLia)
viitattu 24.6.2003



Liite 5 Vision kanavakohtainen ohjelmasivu

(ei omaa suoraa URLia)
viitattu 24.6.2003

Kanavakohtainen ohjelmasivu, joka avautuu kanavapainikkeen klikkaamisen jälkeen. Katso-linkki ei näy tekstin määrän takia. Vierityspalkeista tulee vierittää sivua alaspäin, jotta ohjelman aloittava linkki löytyy.



Liite 6 Vision info-sivu 1/3

<http://www.jyu.fi/visio/visio/info.htm>
viitattu 24.6.2003



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Pääsivu | Haku



AVAA NETTITV ETUSIVULLE PALAUTE ARKISTO

1. VISIO...

on Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen opiskelijoiden nettiTV, joka aloitti toimintansa syksyllä 2000. Visio on internetsivu, jonka kautta lähetetään kolmea viikottain ilmestyvää internet-ohjelmaa.

Vision tarkoituksena on kehittää ja testata internetin välityksellä lähetettävää liikkuvaa kuvaa sekä teknisesti että sisällöllisesti.

Luetaan
lisää!



Kiinnostaa!

2. OHJEET

Visio vaatii toimiakseen kehyksiä tukevan selaimen eli Internet Explorerin tai Netscape Navigatorin version 4 tai uudemman. Videoklipit ovat Realmedia-muodossa, eli koneellasi pitää olla asennettuna [RealPlayerin](#) versio 8. Kaikista sivun toimintahäiriöistä kannattaa purnata Niina Kataiselle osoitteeseen niikata@st.jyu.fi.

Hae RealPlayer klikkaamalla logoa. HUOM! Ilmainen RealPlayer Basic 8 löytyy aukeavan sivun vasemmasta alakulmasta.



3. YHTEYSTIEDOT JA TEKIJÄT

Visio-tuottajat:
Niina Katainen, niikata@st.jyu.fi

Liite 6 Vision info-sivu 2/3

Esa Lilja, ejilija@cc.jyu.fi
Heta Kero, hhkero@cc.jyu.fi

Visio-toimittajat:

Riina Ahonen
Teijo Argillander
Reetta Arvila
Maria El Said
Jussi-Pekka Erkkola
Annastiina Heikkilä
Jari Heikkilä
Anu Hänninen
Janne Ikonen
Maisa Juntunen
Juha Kaija
Jaana Kallio
Minna Kokkonen
Raisa Krapu
Ulla Kulmala
Hanna Kuonanoja
Timo Kyllönen
Heidi Kämäräinen
Tuuli Lehto
Riikka Linna
Markku Malinen
Marko Mettenranta
Kimmo Mäkilä
Jenni Partanen
Essi Peltokangas
Jenni Poranen
Hanna Riittinen
Maarit Roiha
Jenni Räinen
Maria Saarela
Olli Sulopuisto
Iikka Taavitsainen
Varpu Takala
Jukka Vahti
Minttu Vilander
Sari Väyrynen

Visio-Internet-ryhmä (layout, grafiikka, toteutus):

Katja Ahola
Minna Koljonen
Marko Siitonen
Arkisto-sivut: Olli Sulopuisto

4. OHJELMAKUVAUKSET

Visiossa esitetään kolmea ohjelmaa, ja jokaisesta ilmestyy uusi jakso viikottain.

Maanantaisin ilmestyy Ilmiö. Ilmiö käsittelee ajankohtaisia aikamme populaari-ilmioita, esimerkiksi muotia, musiikkia, trendejä. Ilmiö siis kertoo mikä mahtaa olla pop ja mistä kaupungilla puhutaan.

Keskiviikon ohjelma on Kulttuuri ja Tiede. Kultti tutustuu vuoroviikoin tiede- ja kulttuurimaailman tapahtumiin. Tarkoituksena on esitellä tieteen ja opiskelun sekä kulttuurin kummallisuuksia.

Perjantaisin ilmestyy Totta & Tarua. Totta & Tarua on perjantain kunniaksi muita ohjelmia viihteellisempi. Ohjelman tekijät jättävät aivot Tourulaan ja heittävät moukaria, laulavat karaokea tai etsivät viuhahtelijoita.

Kaikista ohjelmista voit lähettää palautetta osoitteeseen visiopalaute@cc.jyu.fi. Perinteiseen malliin voit lähettää paperista postia osoitteeseen VISIO, Jyväskylän yliopisto, Viestintätieteiden laitos, PL 35, 40351 Jyväskylä.

Kaikkiin Visioon liittyviin kysymyksiin vastaavat äärimielellään tuottajat Niina Katainen, Esa Lilja ja Heta Kero.

[Takaisin etusivulle](#)

Liite 7 Vision palaute-sivu

<http://www.jyu.fi/visio/visio/palaute.htm>
viitattu 24.6.2003



AVAA NETTITV ETUSIVULLE INFO ARKISTO

Otamme mielellämme vastaan palautetta kaikesta mikä mieleen tulee, niin kauan kuin se liikkuu Vision rajoissa ja meidän mahdollisuuksiemme tavoitettavissa.

Ilmaise itseäsi siis vapaasti mutta harkiten, kiitos jo etukäteen uhraamastasi ajasta.

Yleisarvosana Visiolle:

Kerro meille mitä voisimme tehdä paremmin tai missä olemme onnistuneet:

Myös juttuideoita otetaan vastaan:

Lähetä - Send



Visio...
on tyydyttänyt minutkin.

Liite 8 Vision arkisto-sivu

http://www.jyu.fi/visio/visio/arkisto.php
viitattu 24.6.2003



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Pääsivu | Haku



AVAA NETTITV ETUSIVULLE INFO PALAUTE

Hae arkistosta	
Ohjelman nimi:	<input type="text"/>
Tekijä:	<input type="text"/>
Asiasana tai asiasanat	<input type="text"/>
Julkaisuaika:	<input type="text"/>
<input type="button" value="Hae"/>	
Listaa kaikki ohjelmat	

- Julkaisuaika-hakukenttää voi käyttää kahdella eri tavalla:
 - jos haluat etsiä tietynä päivänä julkaistun jutun, käytä muotoa pp.kk.vvvv (esim. 23.3.2001)
 - jos haluat etsiä tietynä aikana julkaistuja juttuja, käytä muotoa pp.kk.vvvv-pp.kk.vvvv (esim. 1.1.2001-1.2.2001)
- Jos käytät useampia hakuehtoja, saat vain ne tulokset joihin *kaikki* ehdot sopivat (ts. AND-tyyppinen haku)

Liite 9 Viestintätieteiden laitoksen opiskelijoille lähetetty Visio-projektin rekrytointisähköposti
21.9.2000

Date: Thu, 21 Sep 2000 14:36 +0200
From: Niina-Maria Katainen niikata@st.jyu.fi
To: yvilaiset@cc.jyu.fi, puhujat@cc.jyu.fi, journalistit@cc.jyu.fi
Aihe: Laitoksemme Internet-televisio-projekti

“INTERNET-TELEVISIO”-PROJEKTI VIESTINTÄTIETEIDEN LAITOKSELLA

Laitoksemme käynnistää internet-projektin. Projektin tarkoituksena on kehittää internetin kautta lähetettävän televisio-ohjelman konseptia ja toteuttaa ohjelma käytännössä.

Projektin organisaatio kasataan kokonaisuudessaan opiskelijoista. Ryhmä on tällä hetkellä asettumassa 2 tuottajan, 12 toimittajan ja kolmen internet-toteutuksesta vastaavan kokoiseksi.

Tavoitteena on koota ryhmä siten, että kaikki pääaineet (sekä journalistien maisteriohjelma) olisivat edustettuina.

Projektin sisältö:

1. Kuuden tunnin koulutusjakso. Jakson aikana ryhmän jäsenet perehdytetään kuvaamiseen, äänittämiseen, internet-tasoisien kuvien editointiin sekä valmiin jutun siirtämiseen ja tiedostotyyppien muokkaamiseen. Koulutuksen aikana on myös tarkoitus ryhmän ja projektin ohjaajien kanssa pohtia, mitä vaatimuksia internetin välityksellä levitettävälle materiaalille on ja miten se eroaa televisiojutun tekemisestä.
2. Internet-toimittaminen. Koulutuksen jälkeen muodostetaan toimittajaryhmät, jotka toteuttavat syyskauden loppuun mennessä kolme internet-juttua. Tarkoituksena on julkistaa ”Nettitelkkari” marraskuun alussa yliopiston uusien nettisivujen valmistuessa ja sen jälkeen testata ja kehittää sivua joulukuun asti.
3. Mahdolliset opintosuoritukset. Projektin voi liittää opintoihin! Puheviestinnän opiskelijat voivat tämän projektin puitteissa suorittaa ainakin ”puheviestintä ja viestintäteknologia” -kurssin. (Asiasta pitää neuvotella etukäteen Maarit Valon kanssa). Joun ja Yvin osalta asiasta tiedotetaan tarkemmin ensimmäisessä tapaamisessa.
Luonnollisesti opintoviikkojen saamiseen vaaditaan hieman ylimääräistä työtä, mutta varmasti mielenkiintoista sellaista.

Projekti on hyvin pioneeriluontoinen, Internet-televisiota ei ainakaan Suomessa ole vielä toteutettu. JOS siis haluat olla mukana rakentamassa kahden tämän hetken suurimman viestintävälineen kollaasia, ilmoittaudu kurssille pikaisesti, sillä mukaan mahtuu jokaisesta pääaineesta neljä opiskelijaa. Mieti jo ilmoittautuessasi, voitko varmasti sitoutua projektiin. Ensimmäinen tapaaminen järjestetään viikon 40 aikana.

ILMOITTAUDU PROJEKTIIN VIIMEISTÄÄN KESKIVIIKKONA 27.9. lähettämällä sähköpostia osoitteeseen niikata@st.jyu.fi. Kerro viestissä pääaineesi, ja se, kuinka pitkällä olet pääaineopinnoissasi. Laita viestiin myös puhelinnumerosi.

Lisätietoja projektista saat Ilpo Kiiskiseltä, ilpokiis@st.jyu.fi tai 0500-211261 taikka Niina Kataiselta, niikata@st.jyu.fi tai 050-598 1876.