

Opinnäytetyö (AMK)

Diakin viestinnän koulutusohjelma

Journalismi

2012

Tuomas Reinikainen & Michael Sundsten

NAISET YLEN TEKSTI-TV:N KÄYTTÄJINÄ



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tuomas Reinikainen & Michael Sundsten

NAISET YLEN TEKSTI-TV:N KÄYTTÄJINÄ

Tämä opinnäytetyö käsittelee Ylen Teksti-TV:n naiskäyttäjiä. Tutkielman päätarkoituksena on selvittää, kuinka usein naiset käyttävät Ylen tekstitelevisiota, mitä tietoa he sieltä hakevat ja mitä tietoja he kaipaisivat sinne lisää. Tarkoituksena on myös selvittää, voisiko julkisen palvelun Yleisradio palvella naispuolista väestöä entistä paremmin ja monipuolisemmin tekstitelevision avulla. Vastaukset tutkimuskysymyksiin saadaan käyttäjäkyselyn avulla, joka toteutettiin Webropol 2.0. -ohjelmalla kahden viikon aikana helmimaaliskuun vaihteessa vuonna 2012. Tutkimuskysely on samalla tilaustyö Ylelle. Opinnäytetyössä käsitellään yleisesti, millainen rooli tekstitelevisiolla on ollut vuosien varrella Suomessa, millainen rooli sillä tänä päivänä on ja miltä teksti-tv:n tulevaisuus näyttää. Tutkielmassa paneudutaan nimenomaan Ylen Teksti-TV:hen ja sen 30-vuotiseen historiaan. Työssä luodaan myös katsaus maamme muihin tekstitelevisioihin ja ulkomaiden tilanteeseen. Teksti-tv-osuuden jälkeen tutkielmassa käsitellään naisia median käyttäjinä.

Opinnäytetyössä katsastetaan naisten roolia ja asemaa median käyttäjinä sekä kuluttajina. Tutkielmassa tehdään selkoa myös Yleisradion toimintatavoitteista julkisen palvelun yhtiönä. Tutkielmaa varten on käyty läpi kirjallisuutta ja aikakauslehtiä sekä muutamia opinnäytetöitä. Näiden lisäksi opinnäytetyötä varten on haastateltu asiantuntijoita, jotka ovat olleet tekemisessä teksti-tv:n kanssa.

Käyttäjäkyselystä käy ilmi, että teksti-tv on internetin aikakaudellakin edelleen tärkeä osa ihmisten elämää. Kyselystä käy ilmi, että keskimääräinen Ylen Teksti-TV:tä käyttävä nainen asuu Uudellamaalla ja on iältään 35–49-vuotias. Ylen Teksti-TV:tä käytetään ensisijaisesti uutisten sekä urheilutulosten katsomiseen. Tämän tutkimuskyselyn perusteella näiden tietojen saamista teksti-tv:stä pidetään helppona. Valtaosa kyselyyn vastaajista on myös varsin tyytyväisiä Ylen Teksti-TV:n tämänhetkiseen tilaan. Vastaajat antoivat palvelulle arvosanaksi 4,04 viiden ollessa paras.

ASIASANAT:

Joukkoviestintä, naisten median käyttö, tekstitelevisio, teleteknikka, tiedonvälitys, Yle

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Diak's Degree Programme in Communication and Media | Journalism

2012 | 64

Samuel Raunio

Tuomas Reinikainen & Michael Sundsten

WOMEN AS YLE'S TELETEXT CHANNEL USERS

This bachelor's thesis converses on women as users in Finland's national public broadcasting company Yle's text-tv channel. The object of the thesis work is to clarify how often women use Yle's text-tv channel, what text-tv information is searched for and what information is additionally desired by women. Our main objective is to study whether the public broadcasting company Yleisradio is capable of meeting the needs of feminine population in greater lengths and more diversely through its text-tv service.

The answers to our problem setting were summoned by a user inquiry which was executed with a software, Webropol 2.0. The user inquiry is simultaneously a customization for Yle. The thesis in general presents what kind of role text-tv has played in Finland during the years, what its role is today and what the future has in store for text-tv in Finland. The thesis concentrates especially on Yle's text-tv channel and its three-decade history. The customization carries out an overview about the other Finnish text-tv services and text-tv services popularity abroad. After the basic text-tv part the thesis focuses on women as media users.

Notably the thesis also reveals the role and status of women in media field. The thesis explores and explains Yleisradio's aspirations as a national public-broadcasting company. The material for the thesis consists of printed works, numerous magazines since the early days of text-tv in Finland and some other published thesis's on text-tv. Furthermore some text-tv experts have been interviewed for this thesis.

The user inquiry results show that text-tv is despite the Internet era an integral part of people's lives. The inquiry reveals also that an average woman using Yle's text-tv lives in Uusimaa region and is 35–49 years old. Firstly Yle's text-tv channel is used for checking news headlines and sports results. According to the inquiry the easy usability is the main reason why Yle text-tv channel is still in use in the 2010s. The majority of answerers are quite satisfied with the state of Yle's text-tv services today. The users graded the service with a 4,04 rating, five being the maximum.

KEYWORDS:

Communication, Mass media, Telecommunications technology, Teletext, Women's media consumption, Yle

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	1
2 MIKÄ ON TEKSTI-TV?	3
2.1 Ylen Teksti-TV:n alku Suomessa	5
2.2 Teksti-tv:n nykyvaiheet	7
2.3 Teksti-tv ja urheilu	16
2.4 Teksti-tv:n tekstitysominaisuus	17
2.5 Muiden kanavien tekstitelevisiot	18
2.6 Teksti-tv median kentällä	21
2.7 Teksti-tv:n tulevaisuus Suomessa	23
3 NAISSET MEDIASSA JA NAISTEN MEDIAN KÄYTTÖ	25
4 TUTKIMUSKYSELY	30
5 TUTKIMUSAINESTON KÄSITTELY	32
5.1 Ylen Teksti-TV:tä katsotaan "kerran-pari päivässä"	32
5.2 Nuoret käyttäjät selaavat teksti-tv:tä eniten television kautta	35
5.3 15–24-vuotiaat arvostavat Ylen Teksti-TV:n nopeutta	37
5.4 Internet korvannut ei-käyttäjien teksti-tv:n selaamisen	38
5.5 Ei-käyttäjät nimittivät Ylen Teksti-TV:tä vanhanaikaiseksi	38
5.6 Suurkäyttäjät erittäin tyytyväisiä Ylen palveluun	39
5.7 Suurkäyttäjien teksti-tv:n käyttö on lisääntynyt	41
5.8 Twitter jakaa mielipiteitä	43
6 LOPPUYHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	45
7 YLEN TEKSTI-TV:N HUOMIOT KYSELYN TULOKSIIN	46
LÄHTEET	48
LIITTEET	52

LIITTEET

Liite 1. Tutkimuskyselyn kysymykset ja monivalintakysymysten vastaukset kaikkien vastaajien mukaan Webropol 2.0 -sovelluksessa.

Liite 2. Taulukko 1. Parhaiten ulkoa muistetut sivunumerot.

Liite 3. Taulukko 2. Millä välineellä käytetään Ylen Teksti-TV:tä?

KUVAT

Kuva 1. Ylen Teksti-TV:n logo	4
Kuva 2. Super-teksti-tv	9
Kuva 3. Ylen Teksti-TV:n 30-vuotisjuhlalogo	11
Kuva 4. Ylen Teksti-TV:n älypuhelinsovellusnäkyvä	13
Kuva 5. Twitter-Teksti-TV	15
Kuva 6. Über-Teksti-TV	16
Kuva 7. MTV3:n Tekstikanava	19
Kuva 8. När-TV Text	21

KUVIOT

Kuvio 1. Ylen Teksti-TV:n suosituimmat sivut	Error! Bookmark not defined. 4
Kuvio 2. 15–24-vuotiaiden Twitterin käyttö osana Ylen Teksti-TV:tä	37
Kuvio 3. Ylen Teksti-TV:n ei-käyttäjät ovat siirtyneet internetiin	38
Kuvio 4. Suurkäyttäjät eivät käytä kovin usein tekstityspalvelua	41

1 JOHDANTO

Teksti-tv:n tuntee varmasti lähes jokainen suomalainen. Tekstitelevisio voi sanoa olevan jokaisen kansalaisen saatavilla, sillä nykypäivänä teksti-tv:tä voi selata television lisäksi myös tietokoneelta, matkapuhelimesta ja tabletista eli taulutietokoneesta. Tuskin kukaan pystyi ymmärtämään, kuinka suosituksi palvelu tulisi, kun se julkaistiin vuonna 1981 (Ilmonen 1996, 151). Tämän tutkielman päätarkoituksena on selvittää, kuinka usein naiset käyttävät Ylen tekstitelevisiota, mitä tietoa he sieltä hakevat ja mitä tietoja he kaipaavat sinne lisää. Tarkoituksena on myös selvittää, voisiko julkisen palvelun Yleisradio palvella naispuolista väestöä entistä paremmin ja monipuolisemmin tekstitelevisio avulla. Tutkimuskyselyyn vastasi yhteensä 732 naista. Kysely oli avoimena internetissä kahden viikon ajan. Jo alun perin oli odotettavissa, että kyselyyn on vaikea saada vastauksia teksti-tv:tä käyttämättömiltä ihmisiltä. Suurkäyttäjät löysivät kyselyn helposti ja he myös antoivat palvelulle kiitettävän arvosanan. Teksti-tv aiheena on mielenkiintoinen, mutta toisaalta haasteellinen siksi, että teksti-tv:tä ei ole tutkittu paljon tieteellisissä julkaisuissa. Internetin aikakaudesta huolimatta tekstitelevisio ei ole kokenut suuria uhkia Suomessa. Toki tekstitelevisioiden toimituksissa on jouduttu miettimään, miten katsojat saadaan palaamaan palvelun pariin yhä uudestaan ja uudestaan.

Tekstitelevisio kehitettiin alun perin kuulovammaisille, mutta helpon seurattavuutensa vuoksi myös muutkin innostuivat vähitellen uudesta palvelusta (Lantto 1982). Teksti-tv:n vahvuus on liittynyt aina tuoreuteen. Palveluun saa nopeasti uusia uutisia, kun Suomessa tai muualla maailmassa tapahtuu jotain merkittävää. Myös tiiviys on ollut yksi tekstitelevisio vahvuuksista läpi historian. Teksti-tv on pärjännyt aina myös selkeydellään, vaikka ulkoasu on ollut positiivisestikin sanottuna tylsä. Nykyään monet mieltävät tekstitelevisio karun grafiikan retroksi, eikä sen haluta edes muuttuvan.

Tässä opinnäytetyössä teksti-tv:tä käsitellään vahvasti Yleisradion (Yle) kautta. Ylen Teksti-TV on Suomen suosituin tekstitelevisio 1,9 miljoonalla viikkokäyttäjällään (Turtiainen 2010). Palvelu täytti syksyllä 2011 30 vuotta. Tutkielmassa katsastetaan myös muiden televisiokanavien tekstitelevisioihin. Opinnäytetyössä käsitellään myös sitä, miksi tekstitelevisio ei ole niin suuressa roolissa muualla maailmassa. Esimerkiksi Yhdysvalloissa tekstitelevisio ei lyönyt koskaan varsinaisesti läpi (Nilsson, henkilökohtainen tiedonanto 5.3.2012).

Koville urheilufanaatikoille teksti-tv on ollut alusta asti korvaamaton apuväline. 1980- ja 1990-luvuilla ennen internetin tuloa osaksi jokaista kotia, oli tekstitelevisio käytännössä ainoa media, josta ihmiset saivat tiedon siitä, miten joku ottelu oli päättynyt. Ilman tekstitelevisiota kuluttajat olisivat joutuneet odottamaan tietoa seuraavaan aamuun, jolloin päivän sanomalehti kolahti postiluukusta. Tekstitelevisio onkin ollut eräänlainen ”köyhän miehen internet”.

Urheilusisällön runsaudesta johtuen tekstitelevisiota on pidetty vahvasti miesten medianä. Tämän vuoksi halusimme lähteä käyttäjäkyselyssä tutkimaan naisten kiinnostuksen kohteita Ylen Teksti-TV:n parissa. Yleisradiossa halutaan palvella tasapuolisesti myös naisia, joten siitä syystä oli mielenkiintoista lähteä selvittämään aihetta naiset Ylen Teksti-TV:n käyttäjinä. Naiset ovat Ylelle tärkeä ryhmä jo pelkästään siitäkin syystä, että naisia on Suomessa enemmän kuin miehiä. Käyttäjäkyselyn avulla opinnäytetyön tilaaja Ylen Teksti-TV saa tietoa siitä, mitä naiset odottavat tekstitelevisiolta.

Tutkielmamme alussa esitellään tekstitelevision syntyä ja sen historiaa. Tämän jälkeen kerrotaan siitä, miten Ylen Teksti-TV otettiin Suomessa vastaan. Tämän jälkeen edetään kohti nykypäivää ja pohditaan tulevaisuutta. Perustiedon jälkeen pohditaan naisten median käyttöä ja sitä minkälaisena naisten median käyttö on nähty ennen ja nyt. Tutkielman lopussa perehdytään käyttäjäkyselyyn, jossa selvittään muun muassa, kuinka tyytyväisiä naiset ovat Ylen Teksti-TV:hen. Osiossa avataan myös sitä, minkälaista tietoa kullakin kysymyksellä kyselyssä haettiin. Lopussa on vuorossa loppupäätelmät kyselyn annista.

2 MIKÄ ON TEKSTI-TV?

Tekstitelevisio on tv-kanavan tarjoama lisäpalvelu tekstimuotoisen tiedon välittämiseen. Teksti-tv:stä voi lukea esimerkiksi uutisia ja ohjelmatietoja. Uutisia voidaan julkaista salamannopeasti, eikä palvelu ole sidottu kiinteisiin lähetysaikoihin niin kuin radio ja televisio. (Lantto 1982.) Tekstitelevisio on kuvaruudulla näkyviä teksti- ja grafiikkasivuja, jotka lähetetään tavallisen tv-kuvan mukana. Tekstitelevisiota varten ei tarvita omaa tv-kanavaa eikä kaapelia. Normaalin tv-lähetyksen kuva- ja äänisignaalin on sen verran tilaa, että teksti-tv:n signaali voidaan lähettää sen mukana. Television kuva muodostuu 625 vaakatasossa kulkevasta juovasta. Elektronisäde piirtää juovat kuvaputkella. Elektronisäde alkaa kuvan piirtämisen ruudun vasemmasta yläreunasta ja etenee vaakariveittäin oikeaan alareunaan. Sieltä säde siirtyy seuraavaa pyyhkäisyä varten takaisin kuvaruudun yläosaan. Tämän välivaiheen aikana on tyhjää tilaa, jota sanotaan kentän sammutukseksi. Juuri tähän koloon on ahdettu tekstitelevisio-signaali. (Rekiaro 1984.)

Tekstisivut lähetetään niin sanotusti objektikarusellissa jatkuvana, yksisuuntaisena virtana. Sivujen pyörittäminen alkaa täten alusti heti viimeisen sivun lähetyksen jälkeen. Vastaanotin poimii ja pysäyttää karusellista näytölle käyttäjän haluaman sivun. (Turtiainen 2010.) Teksti-tv:n dekooderi erottelee kuvasignaalin teksti-tv-signaaliksi ja muuttaa sen merkkigeneraattorin avulla ruudulla näkyviksi kirjaimiksi ja numeroiksi sekä mosaiikkimaisiksi pienistä ruuduista koostuviksi kuviksi. Tällaisen alfamosaiikkisen järjestelmän haittana on, että graafiset esitykset ovat melko karkean näköisiä. (Rekiaro 1984.)

Teksti-tv:ssä yksi sivu muodostuu 40x25:stä merkistä, jotka voivat olla kirjaimia, numeroita ja alkeellisia kuva-alkioita. (Katso Kuva 1.) Näiden avulla ei ole mahdollista esittää kehittyneitä grafiikkaa tai esimerkiksi valokuvia. (Yle Teksti-TV 2011.) Sen sijaan sivuilla voidaan käyttää seitsemää eri väriä ja kahdeksaa taustaväriä (Rekiaro 1984). Ylen Teksti-TV:n ”grafiikkaguruna” 1990-luvulla toimi toimittaja Anniina Wallius, jonka pohjatyöstä Yle pystyy nykyään rakentamaan grafiikkaansa (Rämö, henkilökohtainen tiedonanto 16.3.2012).

1950-luvulla, kun television lähetysjärjestelmästä sovittiin, tekniikan kehitystaso edellytti tiettyjen juova- ja kuvasammutusjaksojen varaamista videosignaaliin, vastaanottimen kuvaruutua pyyhkäisevän elektronisuihkun ohjaamiseksi. Uudempi kehitys teki tällaisen ohjaamisen mahdolliseksi vähemmälläkin sammutusjaksoilla. Niihin varatut television kuvasignaalin osat voitiin siten ottaa muuhun käyttöön. Yhdeksi tällaiseksi tuli tekstitelevisio. Palvelu kehitettiin Englannissa 1970-luvun loppupuolella. (Turtiainen 2010.)



Kuva 1. Ylen Teksti-TV:n graafinen ulkoasu näytti 1980-luvulla tältä (Afterdawn.com).

Teksti-tv syntyi, kun eräs englantilainen BBC:n palveluksessa ollut insinööri sai tehtäväkseen kehittää erityispalvelun kuulovammaisille. Hän keksi sattumalta järjestelmän, joka kuulovammaisten lisäksi palvelee myös kuulevia. (Nilsson 1984.) Samoihin aikoihin BBC:n kanssa kilpaillut ITV-kanava esitteli oman vastaavan ehdotuksen. Pienen hiomisen jälkeen BBC ja ITV päätyivät yhteiseen normiin, jota nyt käytetään Suomessakin (Kiravuo 1981). BBC avasi oman teksti-tv:nsä vuonna 1976 (Himberg 2008). Ruotsin Sveriges Radio aloitti vuonna 1979 teletekstikokeilunsa, joka tarjosi kuulovammaisille suunnatun tekstityspalvelun lisäksi muun muassa säätietoja, urheilu-uutisia ja jalkapallon vedonlyöntivihjeitä. Kanadassa puolestaan kehitettiin Telidonia, jonka tavoitteena oli luoda eurooppalaisia järjestelmiä kehittyneempi laitteisto. Siinä olisi ollut kommunikointimahdollisuus ja graafiseen ilmaisuun kykenevä valokynä. (Turtiainen 2010.)

2.1 Ylen Teksti-TV:n alku Suomessa

Tekstitelevisio koelähetykset Yleisradio (Yle) aloitti vuonna 1977 Iso-Britannian yleisradioyhtiö BBC:ltä lainatulla laitteistolla (Turtiainen 2010). Kokeilut osoittivat sen, että palvelun vaatima tekniikka on yleisradioyhtiöille erittäin halpaa muuhun tv-tekniikkaan verrattuna (Lantto 1982). Teksti-tv:n tekninen laitteisto maksoi noin miljoona markkaa. Palvelun kustannukset hukkuivat yleisradioyhtiöiden menoihin, eikä erillistä lupamaksua harkittu Ylessä vakavasti. Kokeilut osoittivat myös sen, ettei signaali häirinyt televisio-ohjelman seuraamista. Suomalaisen videotekstijärjestelmän, Telsetin, koekäyttö alkoi puolestaan vuonna 1978. Sen kautta käyttäjät olisivat voineet päästä käsiksi säätiedotuksia, urheilutuloksia ja uutisia sisältäviin tietokantoihin, pelata pelejä, toimittaa pankkiasioita ja viestitellä toisten televisiokatsojien kanssa. Hankalakäyttöinen ja puhelinmaksujen vuoksi kallis palvelu ja sen kansainväliset verrokkit vaipeivat unohduksiin epäonnistuneiden kehityshankkeiden myötä. Yksinkertaistetut ja yksisuuntaisena lähetetyt teletekstijärjestelmät onnistuivat sen sijaan paremmin. Toinen epäonnistunut esimerkki teksti-tv:n vaiheissa on liittynyt WAP-puhelimiin, joiden avulla pyrittiin yhdistämään tekstitelevisio ja internetin toimintalogiikat. (Turtiainen 2010.)

World System Teletext Level 2.5 eli tekstitelevisio otettiin Suomessa käyttöön virallisesti lokakuun seitsemäs päivä vuonna 1981. Vuosi oli samalla Vammaisten vuosi (Ilmonen 1996, 151.). Ensimmäisen päivän ykkösuutinen oli ilmoitus uuden tietokanavan avaamisesta. Aivan aluksi teksti-tv:ssä oli 80 sivua tietoa (Matilainen 2011). Ylen *Hetkinen*-ohjelma opasti jo toisena lähetyspäivänä katsojia palvelun käyttöön (Matilainen 2011). Teksti-tv:n ensimmäisenä päivänä palvelua käytti muutama tuhat ahvenanmaalaista, jotka olivat tottuneet katsomaan Ruotsin yleisradioyhtiön televisiokanavan SVT:n vastaavaa palvelua parin vuoden ajan. Toisena päivänä teksti-tv:tä markkinoitiin kodintekniikkamessuilla. (Rämö 2011.)

Tekstitelevisio syntyvaiheessa palvelua markkinoitiin maksuttomana. Ainoa kustannus oli lisälaitte, jotta tekstitelevisio näkyisi. Lisälaitteen nimi oli dekooderi, joka poimi tv-signaalista tarvittavat tiedot ja muodosti kuvaputkelle ”sivun”. Dekooderin hinnaksi tuli silloiset 1 000 markkaa asennettuna. Jotta dekooderi voitiin asentaa sen aikaisiin vastaanottimiin, piti television olla suhteellisen uusi eli niin sanotusti teksti-tv-valmis. Tämä tarkoitti kaukosäätimen olemassaoloa. (Nilsson 1984.) Teksti-tv-ominaisuudet löytyivät

Saloran mikropiirtotelevisioista jo 1970-luvun lopussa. Muutamassa vuodessa toimintoa tukivat lähes kaikki uudemmat väritelevisiomallit. (Turtiainen 2010.)

Teksti-tv:tä mainostettiin sen alussa kertomalla, että ihmiset voivat lukea uutisensa silloin kun heillä on aikaa (Kiiskinen 1981). Palvelu herätti kansalaisten keskuudessa aluksi hämmennystä. Aluksi epäiltiin, että viihdepitoisen tarjonnan keskellä saattaisi tuntua siltä, että kuluttajilta ei liikene aikaa, eikä rahaa lähes puhdasta informaatiota jakaville ilmiänsultaan vähemmän houkutteleville tekstiviestimille (Lantto 1982). Suomalaisille kerrottiin useissa eri aikakausilehdissä uudesta palvelusta. 1980-luvulla tekniikasta herkästi innostuneet suomalaiset hullaantuivat tekstitelevisiosta. (Himberg 2008.) Toisaalta lehdet ihmettelivät uutta tulokasta. Muun muassa *Tekniikan Maailma* kysyi vuoden 1981 kolmannessa lehdessään: ”Onko teksti-tv:n tarkoitus sitoa meidät television ääreen jo aamusta ja pitääkö meidän siirtyä uutisseurannassamme reaaliaikaan?” (Kiiskinen 1981.) Suomessa pelättiin myös, että jo tuolloin kotien keskipisteeksi noussut televisio veisi entistä suuremman osan ihmisten ajankäytöstä. Toisaalta palvelun joustavuus tiedonvälityksessä pystyttiin myös valjastamaan apuvälineeksi todellista syrjäytymistä vastaan. Vuonna 1983 Ajankohtainen kakkonen suositteli teksti-tv:tä erityisesti työttömille. Palveluun tuotiin avoimien työpaikkojen ilmoituksia, ja vaikka sopivaa työpaikkaa ei aina löytynyt, tarjosi teksti-tv kuitenkin mukavaa näpertelyä ja ajanvietettä työttömien arkeen. (Matilainen 2011.) Epäilijöitä teksti-tv:llä riitti omastakin leiristä. Ylen Teksti-TV:n päällikkönä 1990-luvulla toimineen Jorma Lampisen mukaan Yleisradion entinen pääjohtaja Erkki Raatikainen kutsui tekstitelevisiota ”tarpeettomaksi rahanhukaksi”. (Kuukka 1996.) Ensimmäisenä vuotena teksti-tv:n vakiokäyttäjää oli 100 000, mutta kymmenen vuoden päästä innokkaita selaajia oli jo 700 000 (Yleisradio 2011). Entisen Ylen Teksti-TV:n vastaavan tuottajan Ritva Huolman-Pitkäsen mukaan palvelulle kävi vähän samoin kuin matkapuhelinten tekstiviesteille: suosio yllätti kaikki (Kilpeläinen 2010).

Jo tekstitelevision alkuaikoina Yle painotti, että teksti-tv ei pyri kilpailemaan sanomalehtien kanssa vaan pikemminkin täydentämään niitä (Rekiaro 1984). Suomalainen lehdistö oli 1980-luvun alussa huolissaan, että teksti-tv tulisi leikkaamaan pois osan sanomalehdille kuuluvasta viestinnästä. Mediakonvergenssi-tyyppinen ajattelu eli näkemys mediamuotojen yhdentymisestä oli siis muotia jo 1980-luvun alussa. Tutkija Henry Jenkinsin mukaan mediakonvergenssin nykyvaiheessa vanha ja uusi media vuorovaikuttavat keskenään entistä monivaihteisemmalla tavalla. Urheilun seuraajat ovat

malliesimerkki mediateknologioiden ”sekakäyttäjistä”, joiden toiminnassa korostuu toisinaan täydentävien viestintävälineiden erityispiirteiden yhdistely. (Turtiainen 2010.)

Alkuvuosina teksti-tv toimi arkisin kello 9–22. Lauantaisin ja sunnuntaisin palvelu oli auki iltapäivästä alkaen kello 22:een asti. (Rekiaro 1984). Teksti-tv alkoi näkyä ympäri vuorokauden lokakuussa 1991 ja yöllinen uutisseuranta aloitettiin tammikuussa 1995 (Yle Uutiset 2011). Vuonna 1984 Ylen Teksti-TV tarjosi luettavaksi 250 sivua uutisia, urheilua, kulttuuria ja muun muassa erilaisia keskustelufoorumeja (Turtiainen 2010). Tämä edusti eurooppalaista tasoa. Tuolloin jokainen sivu kirjoitettiin toimituksessa yksitellen. Pian siirryttiin kuitenkin vaiheeseen, jossa osa tiedoista, vaikkapa pörssikurssit, tulivat suoraan lähetykseen ilman toimittajan työtä. Ensimmäinen kokeilu oli tehty yleisurheilun MM-kisoissa 1983, jolloin tulokset olivat samanaikaisesti luettavissa niin stadionin tulostaululta kuin tekstitelevisiostakin. (Himberg 2008.) Vuodesta 1985 lähtien Ylen Teksti-TV:n toimituksessa työskennelleen Lauri Sihvosen mukaan ihmisiltä tuli haltioitunutta palautetta, kun jotain tapahtumaa seurattiin teksti-tv:ssä reaaliajassa. Pian palvelun käyttöön kuitenkin totuttiin ja siltä alettiin vaatia enemmän. Sihvosen mukaan palautetta alkoi tulla vain, jos jokin asia ei toiminut tai oli hoidettu huonosti. Menneinä vuosina teksti-tv:llä oli ongelmia päivittymisen kanssa, ja siitä tulikin palautetta. Syynä päivittämättömyyteen oli tietokoneen arkistolevyn täyttyminen tai palvelimen kaatuminen. (Turtiainen 2010.)

Vuonna 1996 Ylen Teksti-TV alkoi näyttää osaa sivujaan myös internetin puolella. Ylen Teksti-TV:n uutistoimituksen tuottamia uutis- ja urheilu-uutisia siirrettiin verkkoon 150–200 sivua. Teksti-tv:n sivuja ei kuitenkaan välitetty aivan sellaisenaan internetiin, vaan ne muokattiin visuaalisesti miellyttävämpään asuun. Aluksi sivuja päivitettiin internetissä joka kymmenes minuutti. Ruotsinkielisten käyttäjien iloksi sovittiin palvelusta, jossa Suomen teksti-tv:n sivuilta oli linkkejä Ruotsin tv:n kotisivuille. (Seppänen 1996.)

2.2 Teksti-tv:n nykyvaiheet

1990-luvulla kotitietokoneet ja internet yleistyivät, mutta myös teksti-tv:n suosio kasvoi. 2000-luvun alussa siirryttiin digiaikaan ja teksti-tv:n perinteistä mallia oltiin lakkauttamassa. Tarkoitus oli korvata alkuperäisversio niin sanotulla super-teksti-tv:llä, jota alettiin suunnitella Future-TV-hankkeen avulla vuonna 1998. (Matilainen 2011 & Walldén 2004, 6.). Urheilu oli yksi niistä aihealueista, jonka ympärille televisiokanavat yrittivät rakentaa

super-teksti-tv:n palvelukokonaisuutta (Ville Matilainen 2011). Super-teksti-tv:ssä olisi ollut mahdollista näyttää tekstin lisäksi kuvaa ja liikkuvaa kuvaa (Katso Kuva 2.) Näiden mahdollisuuksien lisäksi palvelu olisi ollut vuorovaikutteinen. (Huolman-Pitkänen, henkilökohtainen tiedonanto 7.3.2012.)

Uudistus ei kuitenkaan saavuttanut suosiota hankalan käytettävyytensä takia. Lisäksi digilaitteissa oli paljon yhteensopivuusongelmia, eivätkä ne soveltuneet vuorovaikutteiseen viestintään kuten alun perin oli suunniteltu. Laitteiden erilaisuudet ja korkea hintataso supistivat kohdeyleisön niin pieneksi, että teksti-tv päätettiin säilyttää alkuperäisessä muodossaan. (Matilainen 2011.) 25 vuotta teksti-tv:n parissa työskennelleen Lauri Sihvosen mukaan super-teksti-tv oli surullinen osa tekstitelevisiion historiassa. Sihvosen mukaan oli harmi, että super-teksti-tv:hen panostettiin voimakkaasti todella pitkään, mutta lopulta uudesta palvelusta ei tullutkaan mitään. (Turtiainen 2010.)

Yöaikaan, kun Ylen kanavilla ei ole lähetystä, näkyy TV1:n ja TV2:n lähetysvirrassa tietyistä vaihtuvista uutisista koostettu *Uutisikkuna*. Se alkoi näkyä jo 1990-luvulla ”mainostaen” teksti-tv:tä öiseen aikaan, kun muuta ohjelmaa ei tullut. 2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen lopussa *Uutisikkunassa* näkyvät pienet uutispätkät eivät tule enää teksti-tv:stä, vaan Ylen verkkosivuilta. 1990-luvun versioon verrattuna *Uutisikkunassa* näkyy tänä päivänä uutisen lomassa yksi kuva. (Rämö, henkilökohtainen tiedonanto 16.3.2012.)

Ylen Teksti-TV:n ”vanhassa” toimituksessa työskenteli neljä toimittajaa. Nykymallisessa työyhteisössä kun kaikki tekevät kaikkea, on Ylen Teksti-TV:n tarkkaa henkilömäärää hankala sanoa. Uutis-, urheilu- ja internettoimitukset avustavat teksti-tv:n väkeä tekemällä juttuja myös tekstitelevisioon. Jutut sovitetaan tekstitelevisiion näköisiksi ja pituisiksi oman ohjelman avulla. (Rämö, henkilökohtainen tiedonanto 16.3.2012.)



Kuva 2. Super-teksti-tv:ssä oli mahdollista näyttää tekstin lisäksi myös kuvia (Waldén 2004, s.14).

Analogisten lähetysten loppuminen toi pientä uhkaa tekstitelevisiolle, kun markkinoille vyöryi runsaasti halpoja digibokseja, joiden teksti-tv-ominaisuudet oli toteutettu heikosti. Eurooppalaisena ilmiönä kaikki aasialaiset laitevalmistajat eivät osanneet arvostaa teksti-tv:tä. Digiboksien ominaisuuskirjo on yhä olemassa, ja se näkyy muun muassa siinä, että teksti-tv:n fontti voi näyttää oudolta, grafiikka voi toistua eri tavalla ja häiriöalttius vierekkäisten sivujen hetkelliselle päällekkäin menolle voi olla herkempää. (Rämö 2011.) Ennen digitelevisioaikaan siirtymistä muun muassa Ilta-Sanomien digi-tv-palsta sai vastata osiossaan teksti-tv:tä koskeviin kysymyksiin. Ihmiset olivat huolissaan siitä, miten teksti-tv tulisi toimimaan digiboksin kautta. (Turtiainen 2010.)

Ylen Teksti-TV:llä on tänä päivänä noin 1,9 miljoonaa käyttäjää viikossa. Luku on suuri, kun huomioi, että esimerkiksi yle.fi-sivustolla käy viikon aikana "vain" 1,4 miljoonaa vierailijaa. (Rämö, henkilökohtainen tiedonanto 16.3.2012). Internetissä Ylen Teksti-TV:n käyttäjiä on yli 200 000 viikossa, ja määrä kaksinkertaistuu aina isojen urheilutapahtumien aikana (Turtiainen 2010). Ylen Teksti-TV:n verkkokäyttäjät ovat vierailutiheydeltään kaikkein ahkerimpia ja surffailuaktiivisuudeltaan toiseksi ahkerimpia yle.fi-verkkosivuston käyttäjiä (Koivisto 2009, 7.). Ylen Teksti-TV:n www-sivut uudistuivat helmikuun alussa 2012. Verkkoersion perusidea pysyi edelleen samana, mutta sisältö näkyy kevyemmässä muodossa. Sisältöön pääsee käsiksi myös kevyemmällä yhteyksillä. Sivujen selaaminen on tehty helpommaksi: sivun kaikki alisivut voi halutessaan ladata näkyviin kerralla. Myös

omaa suosikkilistaa voi kerätä. Aivan uutta on Yle Teksti-TV:n oma arkisto, johon kertyy valikoituja juttuja Viikkomakasiini-sivuilta. Arkistosta voi myös hakea artikkeleita vapaalla sanahauulla tai arkiston etusivun asiasanahauulla. Uutis- ja urheilutoimitusten sisällöt eivät tallennu tähän teksti-tv:n arkistoon vaan ne löytyvät edelleenkin uutisten omasta arkistohausta. Lisäksi kiinnostavia artikkeleita voi jakaa yhteisö- ja mikroblogipalvelu Twitterissä. (Matilainen 2011.)

Tyypillinen Ylen Teksti-TV:n katsoja on 30–40-vuotias kaupunkilainen. Hänelle tekstitelevisio on nopea ja luotettava tietolähde, josta päivän merkittävistä tapahtumista saa käsityksen yhdellä vilkaisulla. Ylen Teksti-TV:n suosituimpia sisältöjä ovat uutis- ja urheilusivut. Myös sää-, liikenne- ja ohjelmatiedot sekä Viikkomakasiini keräävät runsaasti katsojia. (Yleisradio 2011.) Tämän opinnäytetyön yhteydessä toteutettu kyselytutkimus vahvistaa Ylen Teksti-TV:n suosituimmat sivut: selatuimmat sivut olivat järjestyksessä pääsivu, kotimaan uutiset, ulkomaan uutiset ja urheilu-uutiset.

Uusia tulokkaita Yle Teksti-TV:n palveluissa ovat muun muassa omakotitalojen ja tonttien hinnat. Keväällä 2012 Ylen Teksti-TV:n sivuilla on päässyt nauttimaan myös retrohenkisestä teksti-tv-tekniikalla toteutetusta taiteesta. (Yleisradio 2011.)

Ylen Teksti-TV juhli syksyllä 2011 palvelun 30-vuotismerkkipäivää. Samalla Ylen Teksti-TV julkaisi tunnuslauseensa, joka kuuluu: ”Luota kolmekymmppiseen”. (Katso Kuva 3.) (Yleisradio 2011.) Toimintaperiaatteiltaan teksti-tv on ollut käytössä Suomessa lähes sellaisenaan ensimmäisestä päivästä lähtien (Turtiainen 2010). Ylen Teksti-TV:llä on nykyisin lähetyksessä 1 600 sivua, kun kaikki alisivut lasketaan mukaan (Yleisradio 2011). Tekstitelevisio toimii tänä päivänä vuorokauden ympäri kaikkina viikonpäivinä. Nykyään Teksti-TV kaatuu enää aniharvoin. Silloinkaan sitä ei useimmiten kukaan edes huomaa, koska kyse on vain minuuteista. (Turtiainen 2010.)

Television lisäksi teksti-tv:n käyttö on jo arkipäivää matkapuhelimella. Mobiililaitteen, kuten matkapuhelimen avulla, Ylen Teksti-TV:tä on voinut katsoa vuodesta 2007 lähtien (Koivisto 2009, 6.). Ensimmäinen Android-mobiilisovellus tekstitelevisiota varten julkaistiin lokakuussa 2011. (Katso kuva 4.) (Simula 2011.) Myös Applen iPhoneen saa oman teksti-tv-sovelluksensa. Suomalainen ohjelma on nimeltään Iteletext ja se tarjoaa yli 70 teksti-tv-kanavaa kaikkiaan 17 maasta ympäri Eurooppaa. Kotimaisten kanavien lisäksi voi siis harjoitella vaikkapa italiaa katselemalla saapasmaan tekstitelevisiota. (Antin 2008.)

Matkapuhelimen kosketusnäytön avulla kuluttaja voi navigoida sivuja ja alisivuja navigointinäppäimellä eli vetämällä ylös, alas ja sivuille. Lisäksi käyttäjä voi palata edelliselle sivulle vetämällä vasemmalle alaviistoon. Sivunumeron syöttöruudun avaus tapahtuu vasemman yläkulman sivunumeroa näpäyttämällä. Lisäksi koko ruudun tilan päälle ja pois saa yhdellä näpäytyksellä. Matkapuhelimeen maksullinen tekstitelevisiopalvelu tulee suoraan tv-lähetyksestä eikä tv-kanavien www-sivuilta. Ulkomailla käyttäessä teksti-tv-sovellus onkin yksi edullisimmista tavoista lukea kotimaan uutisia. (Rämö, henkilökohtainen tiedonanto 16.3.2012.)

Telkkarissa teksti-tv:n käyttöni on jäänyt hyvin vähäiseksi, mutta iPhoneissa se on varsin näppärä tapa pysyä ajan tasalla.

– Tietokone-lehden blogisti Teemu Masalin 2009



Kuva 3. Ylen Teksti-TV juhlisti teemasivuilla palvelun 30-vuotista taivalta syksyllä 2011 (Yleisradio 2011).

Erillinen ohjelma on web-sivuja näppärämpi tapa teksti-tv-sisällön lukemiseen puhelimissa, joissa on huono selain. Teksti-tv-sovellus osaa hyödyntää koko näytön. Se osaa vierittää kuvaa, jolloin kännyköiden korkeat näytöt saadaan hyödynnettyä mainiosti. Uusimmat versiot tukevat myös kosketusnäyttöpuhelimia. (Pitkänen 2009.) Katsojatutkimusten mukaan internet sekä mobiilipalvelut ja teksti-tv täydentävät toisiaan (Yleisradio 2011). Myös muutamat käyttäjäkyselyyn vastanneista muistuttivat tästä asiasta. Heidän mukaan Ylen Teksti-TV ei päihitä varsinaisesti muita viestimiä, vaan eri viestimet pikemminkin täydentävät toisiaan. Ylen Teksti-TV:n käyttäjistä kaikkiaan seitsemän prosenttia selaa

palvelun sivuja mobiilipäätteen avulla (Yleisradio 2011). Tämän opinnäytetyön yhteydessä olevassa tutkimuskyselyssä 11 prosenttia vastasi käyttävänsä tekstitelevisiota puhelimen välityksellä ja kaksi prosenttia tabletin eli taulutietokoneen kautta.

Teksti-tv:n sisältöön pystyy saamaan nykypäivänä myös avaimen API-pintoihin. Tämä hyödyttää mobiililaitteiden käyttäjiä niin, että käyttäjät voivat esimerkiksi optimoida ja personoida sovelluksia teksti-tv:n sisällön käyttöön. Avaimia API-pintoihin saa yle.fi-palvelupäälliköltä. (Rämö, henkilökohtainen tiedonanto 16.3.2012.) Ohjelmointirajapinta, englanniksi Application programming interface, on määritelmä, jonka mukaan eri ohjelmat voivat tehdä pyyntöjä ja vaihtaa tietoja eli keskustella keskenään. (Wikipedia 2012.)



Kuva 4. Tältä näyttää Ylen Teksti-TV:n pääsivu älypuhelimien sovelluksesta katsottuna (n8fin.com).

Myös sosiaalinen media on rantautunut Ylen Teksti-TV:hen, sillä Twitter-pikaviestipalvelua on voinut hyödyntää tietyissä Ylen ohjelmissa parin viime vuoden aikana. (Katso Kuva 5.) Palvelua kokeiltiin ensi kertaa laajamittaisemmin teksti-tv:ssä Euroviisujen aikaan toukokuussa vuonna 2010. Yleisradion sisällä kehitettiin ohjelma, jonka avulla Twitter-viestejä voitiin julkaista tekstitelevisiossa. (Kilpeläinen 2010.) Teknisesti se tapahtui niin, että hashtagilla #euroviisut julkaistut kommentit hakeutuivat RSS-syötteen kautta moderoituun julkaisujärjestelmään. Teksti-tv:n sivun 398 avaamisen kautta "tweetit" upposivat osaksi Euroviisu-lähetyksen näkymään tekstityksen tavoin. (Turtiainen 2010.)

Kokeiluun tarvittiin Euroopan Yleisradioliiton EBU:n erityislupa. Sen saadakseen teksti-tv:n oli muun muassa luvattava huolehtia siitä, ettei kappalekohtaisia äänestysnumeroita peitetä ja että kommentteja julkaistaan vain Suomen kansalliskielillä. Viimeksi vastaavalla systeemillä katsojat pystyivät osallistumaan lähetykseen tämän vuoden presidentinvaalitientien aikana. Valtakunnallisiin uutisotsikoihin saakka ”teksti-tv-twiittailu” nousi ensimmäisen kerran Linnan juhlien 2011 yhteydessä. Tuolloin ”twiittien” keräämiseen käytetty #linnanjuhlat -hashtag nousi hetkeksi koko maailman suosituimpien puheenaiheiden joukkoon Twitterissä, ensimmäisenä suomenkielisenä tunnuksena. ”Twiittien” näyttämistä teksti-tv:n kautta on myös kritisoitu. Katsojat ovat ihmetelleet muun muassa sitä, miksi ”twiittejä” ei näytetä kaikille, vaan ne haudataan teksti-tv:hen, jota eivät tavalliset käyttäjät käytä? Ylen mukaan kommenttien julkaiseminen teksti-tv:n kautta mahdollistaa sen, että ”twiitit” ovat tauotta kaikkien saatavilla samalta tv-ruudulta kuin itse ohjelmakin, mutta ilman pakkosyöttöä. (Koivisto 2012.) Twitter on tullut myös muihin Ylen televisio-ohjelmiin. Vuoden 2012 puolella aloittanut TV1:n uusi A-Stream-ohjelma alkaa näyttää Twitter-viestejä ruudussa kevään 2012 aikana. Urheilun erikoisohjelmiin Twitter ei ole kuitenkaan näillä näkymin tulossa. (Rämö, henkilökohtainen tiedonanto 16.3.2012.) Tämän opinnäytetyön yhteydessä teetetyssä käyttäjäkyselyssä 732 vastaajasta 73 prosenttia ei ollut lukenut eikä kommentoinut Twitter-viestejä Ylen Teksti-TV:n kautta.

Twitter-kommenttien näyttäminen televisiossa teksti-tv:n kautta on alun perin ruotsalainen keksintö. Ruotsissa maan katsotuimman ohjelman *Melodifestivalenin* toimittajat ”twiittasivat” takahuonetunnelmia kokeiluluontoisesti SVT:n tekstitelevisioon niitä kaipaaville. (Koivisto 2012.) Twitter-viestit osana Ylen Teksti-TV:n lähetyksiä on nostanut pinnalle jälleen myös vision uudesta super-teksti-tv:stä tai ainakin sen kaltaisesta käyttöliittymästä. Yle Areenan tapaisten palveluiden käyttäminen niin sanotun älykkään television kautta onnistuu jo nyt, ja haave interaktiivisen television kautta tapahtuvasta urheiluedonlyönnistä elää myös edelleen. (Turtiainen 2010.)

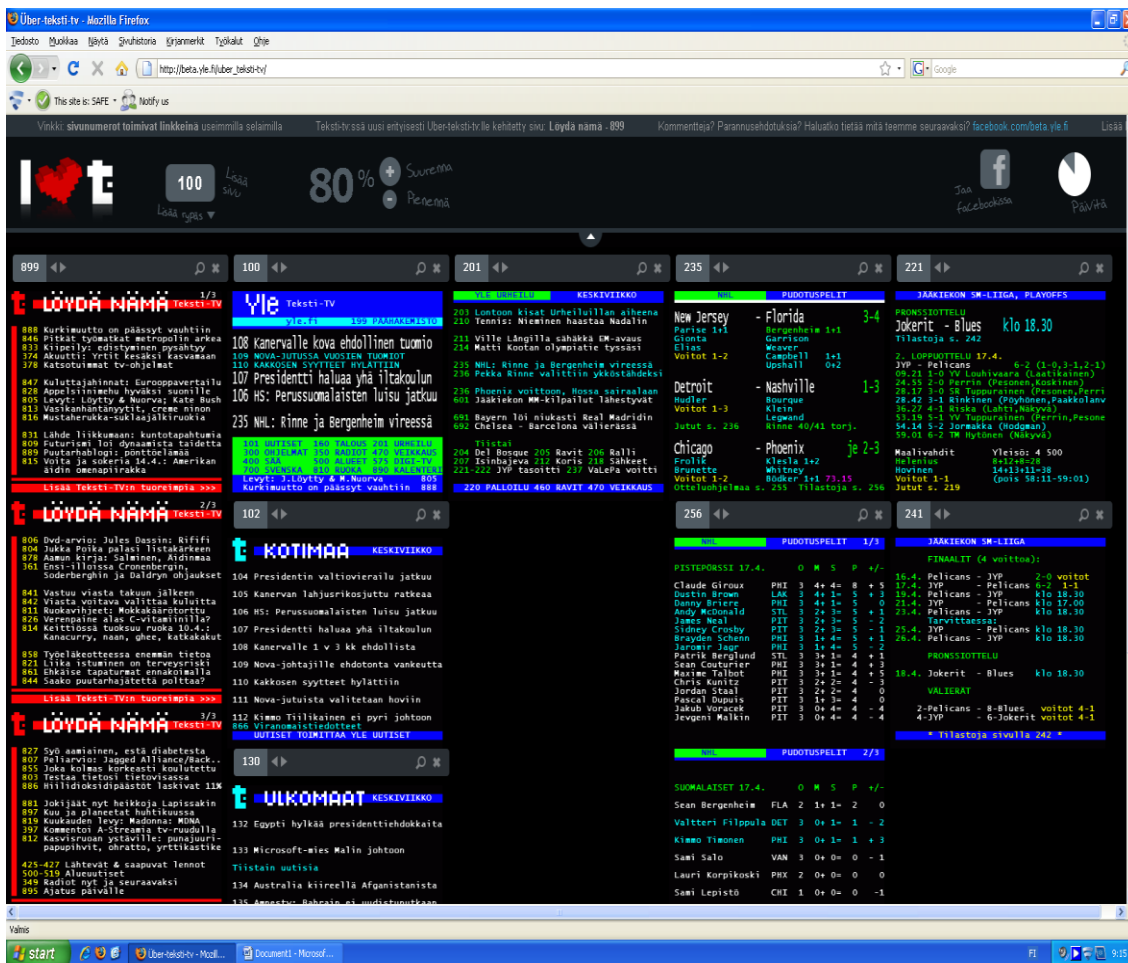
Ylen Teksti-TV:tä voi tänä päivänä katsella internetissä myös uudenaikaisessa käyttöliittymässä. Käyttöliittymään kutsutaan mahtipontisesti nimellä Über-Teksti-TV. (Katso Kuva 6.) Se avautui käyttäjille vuonna 2010. Über-Teksti-TV:ssä pystyy pitämään lukuisia eri tekstitelevisio sivuja auki samanaikaisesti. Kyseinen palvelu on tarkoitettu ja kehitetty lähinnä tekstitelevisio tosifaneille, jotka haluavat seurata samanaikaisesti esimerkiksi monen eri urheilusarjan reaaliaikaisen tilanteen kehittymistä. Ylen Teksti-TV:n

tuottajan Matti Rämön mukaan Über-Teksti-TV syntyi, kun Ylen ”koodareilla” oli pari viikkoa luppoaikaa muista töistä. (Rämö, henkilökohtainen tiedonanto 16.3.2012.) Über-Teksti-TV:stä puhutaan kaksi vuotta käyttöönoton jälkeenkin vielä beta- eli testiversiona. ”Virallista” versiota palvelusta ei ole kuitenkaan suunniteltu tehtävän raha- ja resurssipulan takia. Über-Teksti-TV:n käyttäjälukuja on vaikea arvioida, mutta Ylen mukaan käyttäjiä on muutamasta tuhannesta lähelle kymmentätuhatta. Tämän opinnäytetyön yhteydessä teetetyssä käyttäjäkyselyssä 732 vastaajasta ainoastaan 18 prosenttia tiesi varmasti, mikä on Über-Teksti-TV. Yle ei suunnittele palvelua kotitelevisioihin, joten Über-Teksti-TV:stä voi nauttia jatkossakin ainoastaan internetin puolella. (Rämö, henkilökohtainen tiedonanto 16.3.2012)



Kuva 5. Vuoden 2011 eduskunta- ja vuoden 2012 presidentinvaaleja pystyi kommentoimaan Ylen Teksti-TV:ssä yhteisö- ja mikroblogipalvelu Twitterin avulla (Yle internetsivut 2011).

Tekstitelevision tosifanit Riku Honkanen ja Jan Moilanen ovat ”koodanneet” teksti-tv:stä epävirallisen sovelluksen internetiin. Tämä palvelu kulkee nimellä Teksti-TV Mix ja sen toiminta perustuu Ylen Teksti-TV:n sisältöön. Perinteisestä teksti-tv:stä poiketen Teksti-TV Mixissä voi katsoa usean sivun sisällön yhdellä kertaa. Sillä voi myös luoda omia hakurajauksia teksti-tv-sisältöön hakusanoilla tai –kategorioilla. Mixissä on mahdollista myös tallentaa määritellyt hakurajaukset käytettäväksi www-sivuina tai RSS-syötteenä ja sisällyttää syötteeseen myös vanhojen, Ylen palvelusta jo poistuneiden sivujen sisältöä. Palvelu ei vielä sisällä kaikkia teksti-tv:n sivuja, eikä sisältö ole reaaliaikaista. Teksti-tv:n historia-aineistoa palveluun on tallennettu lokakuusta 2011 lähtien. Sisältö Teksti-TV Mixiin on haettu Ylen Teksti-TV:n rajapinnan kautta. (Rajaniemi 2011.)



Kuva 6. Über-Teksti-TV:ssä voi käyttää samanaikaisesti useita eri sivuja (Über-Teksti-TV 2012).

2.3 Teksti-tv ja urheilu

Urheilu on ollut Ylen Teksti-TV:n kivijalka historian alusta lähtien. Urheilusta kiinnostuneille teksti-tv:stä tuli sen alkuvuosina tärkeä uutiskanava. Internetin tulon asti teksti-tv oli ikään kuin monopoliasemassa, sillä mikään muu taho ei pystynyt ennen internet-aikakautta jatkuvasti välittämään tuloksia ja tilanteita reaaliaikaisesti. (Turtiainen 2010.) Esimerkiksi Johanna Jääsaaren vuonna 1997 tekemän tutkimuksen mukaan ihmisten urheilutulosten ensisijainen hakupaikka oli 53 prosentin kannatuksella Ylen Teksti-TV. Toiseksi eniten prosentteja, 26, sai aamun sanomalehti. Tuolloin internetistä tuloksia haki vain prosentin verran vastaajista. (Jääsaari 1998.) Reaaliaikaisuudesta saatiin urheilun puolella myös dramaattinen näyte, kun Ylen Teksti-TV uutisoi ralliajaja Henri Toivosen kuolemasta Korsikan rallissa 1986, vaikkei oltu varmistettu, että lähiomaiset ovat saaneet tiedon ensin. Toivosen äiti luki suru-uutisen teksti-tv:stä. Ylen Teksti-TV:n pitkäaikaisen toimittajan Juha Alasen mukaan kyseinen tapahtumasarja on Ylen Teksti-TV:n historian suurin moka. (Turtiainen 2010.)

Jääkiekko-otteluiden pysyvä online-seuranta käynnistyi vuonna 1988, minkä jälkeen otteluseuranta laajeni vaihteittain muihin kotimaisiin palloilusarjoihin. Urheilu erotettiin omaksi alueekseen palvelun uutisvirrasta vuonna 1984. Alkuaikoina teksti-tv:stä vastasi yksi toimittaja, jolle soitettiin tai faksattiin tilannetietoja urheilutapahtumista. Tärkeimmissä tapahtumissa toimittaja tai avustajat kävivät paikan päällä ja soittelivat tietolähteiden perään. Matkapuhelinten yleistyminen helpotti hektistä työtä ja internetin myötä tulospalvelutoiminta on automatisoitunut entisestään. Nykyään kaikki Euroopan palloilupääsarjat päivittävät Ylen Teksti-TV:n sivuille ”automaattisesti”, sillä niiden tulospäivitys on ulkoistettu kansainvälisille palveluntarjoajille. Urheilun osuus Ylen Teksti-TV:n sisällöstä on huomattavat 25 prosenttia. Sen lisäksi on vielä veikkaus- ja raviurheilusivut. (Turtiainen 2010.) Ylen Teksti-TV:tä voi pitää ”lottomediana”, sillä monet suomalaiset ovat tottuneet tarkistamaan lauantai-iltana loton oikeat numerot sieltä. Tämä tulos selvisi myös suosituimmista sivunumeroista (katso Taulukko 1.), jossa loton sivunumero 471 sijoittui listalla yhdeksänneksi.

Urheilun seuraajien keskuudessa on tavallista, että tekstitelevisio painetaan päälle heti heräämisen jälkeen aamulla esimerkiksi yöllä pelattujen NHL-otteluiden lopputulosten tarkastamiseksi. Eikä urheilufanien tekstitelevision käyttö jää tähän, vaan selaaminen toistuu samanlaisena useita kertoja saman päivän aikana. Yksi urheiluseurannan motiiveista on vedonlyönti. Urheilun seuraajan kannalta teksti-tv:n tärkeimmät ominaisuudet ovat reaaliaikaisuus, luotettavuus ja kätevyys. Monille urheiluihmisille television hankinnan tärkeimpiä kriteereitä on pitkään ollut nopea ja kätevä tekstitelevisio. Tällä tarkoitetaan alasivun selausmahdollisuutta, hyvää sivumuistia ja kuvanjakamistoimintoa. (Turtiainen 2010.)

2.4 Teksti-tv:n tekstitysominaisuus

Teksti-tv:tä voidaan käyttää myös televisio-ohjelmien tekstittämiseen (Rekiaro 1984). Erityisesti kuulovammaisille tarkoitettu televisio-ohjelmien tekstityspalvelu käynnistyi tekstitelevision kautta vuonna 1982 (Lantto 1982). Kuulovammaisia myös tuettiin palvelun käyttöönottamiseksi ja valtio kustansi heille lisälaitteen, jonka avulla palvelu ensivuosiin tuotiin televisioihin (Matilainen 2011). Vaikka Ylen Teksti-TV:hen kehitettyä tekstityspalvelua ajateltiin alun perin kuulovammaisille, huomattiin pian, että sitä voi hyödyntää kuka tahansa muukin. Esimerkiksi henkilö, joka opettelee suomea tai henkilö, joka katsoo televisiota tilassa, jossa television ääni häiritsisi muita henkilöitä. Vuonna 2009

tekstitystiimissä oli tuottajan lisäksi seitsemän vakituista tekstittäjää ja joukko freelancereita. Tuolloin voitiin silloisilla voimavaroilla ja budjetilla tekstittää vajaat 30 prosenttia kotimaisista televisio-ohjelmista. (Eronen 2009.) Kyseessä on siis täysin eri palvelu kuin elokuvissa ja televisiosarjoissa olevat tekstitykset esimerkiksi ulkomaisten ohjelmien kohdalla. Ylellä on kokeiltu pariin otteeseen myös tekstitystä televisiosarjan alkuperäisellä kielellä. Resurssipulan takia kokeilut ovat jääneet ainoastaan pariin kertaan (Rämö, henkilökohtainen tiedonanto 16.3.2012). Tämän opinnäytetyön yhteydessä teetetyssä käyttäjäkyselyssä kaikista 732 vastaajasta 48 prosenttia on edes joskus käyttänyt tekstityspalvelua.

Tekstitystä tehdään myös ruotsiksi, mutta tässä filosofia on hieman toisenlainen. Ruotsinkielinen tekstitys teksti-tv:n kautta on lähinnä jo tavalliseen tapaan suomeksi tekstitettyjen ohjelmien käännös ruotsin kielelle, ei siis kuulovammaisille, vaan vähemmistölle tarkoitettua tekstitystä (Nilsson 1984). Ruotsinkielinen toimitus tekstitti ruotsiksi yhden ohjelman viikossa vuonna 2005. (Kääpä 2005). Kaupalliset kanavat, kuten MTV3 tai Nelonen, eivät tarjoa ohjelmien tekstitystä.

2.5 Muiden kanavien tekstitelevisiot

Mainostelevisio eli MTV3 avasi maaliskuun alussa 1994 oman teksti-tv:n. Se myi ilmoitustilaa niin tavallisille katsojille kuin yrityksille. (Helsingin Sanomat 1994). Internetiin MTV3:n Tekstikanava tuli vuonna 1996 (Alasuutari 2001, 42).

MTV3:n Tekstikanava ei alkuun yrittänyt olla journalistinen tuote, vaan se kilpaili lähinnä Helsingin Sanomien luokiteltujen ilmoitusten kanssa. Kolmostelevisiion tuolloinen suunnittelupäällikkö Carina Stenvall totesi, että ”emme näe mielekkääksi kilpailla Ylen kanssa uutispalvelusta”. (Helsingin Sanomat 1994.) Nykyisin MTV3:n Tekstikanava on jo hyvin journalistinen tuote. (Katso Kuva 7.) Sieltä löytyy kotimaan, ulkomaan ja talousuutisia sekä monipuolisesti urheilu-uutisia. Ylen vastaavaan palveluun verrattuna MTV3:lta löytyy myös viihdeuutisia. Tämän opinnäytetyön yhteydessä teetetyssä käyttäjäkyselyssä vain alle kymmenen vastaajaa kaipasi viihdeuutisia Ylen Teksti-TV:seen.

100 **MTV3** 20.04. 14:48:02

MTV3
TEKSTIKANAVA

KUKA SOITTI? Tekstaa
vieras numero **16400**.
1.5e/haku, Fonecta.

Nokian alamäki jatkuu **162**

Microsoftin tulos ylitti odotukset **161**

Leijonien kentälliset illan peliin **581**

Lopettamispäätös huojensi Lepistöä **121**

MTV3.fi: Maajussille Morsian alkaa -
tutustu heihin jo nyt!

MTV3 14.00 Kadonneen jäljillä **383**
15.00 Rita Rocks **383**

Hakemisto **199** Tv-opas **300** Uutiset **102**

JUTTUSEURAA

0700-120-120

Cr Oy P1 396 Hki 12 katso s.841
VAIN 1,99/min+pvm

MTV3 OSALLISTU s.800

Kuva 7. MTV3:n Tekstikanavan pääsivulla on uutisotsikoiden lisäksi myös mainoksia (MTV3 Tekstikanava).

Ylen Teksti-TV:n pitkäaikaisen toimittajan Lauri Sihvosen mukaan MTV3 on Ylen ainoa kotimainen kilpailija tekstitelevisio-osalta. Urheilun seuraajat ovat kokeneet MTV3:n Tekstikanavan keskittyvän vain omistamiensa televisio-oikeuksien mukaisiin urheilulajeihin. (Turtiainen 2010.) MTV3:n Tekstikanavaa seuraa viikkotasolla noin 1,2 miljoonaa suomalaista ja se on Ylen jälkeen Suomen toiseksi suosituin tekstitelevisio (MTV3 Tekstikanava 2012).

Samalla asialla tässä ollaan MTV3:n kanssa. Meillä on käynnissä mukava Suomi–Ruotsi-maaottelu. On pelkästään terve ilmiö, että heidän tekstiteleviiossa on myös muita juttuja kuin meillä, esimerkiksi viihdeuutisia.

– Ylen Teksti-TV:n tuottaja Matti Rämö (henkilökohtainen tiedonanto 16.3.2012)

Nelonen perusti oman teksti-tv:nsä TekstiNelosen huhti-toukokuussa vuonna 1998. Sen toiminta on selvästi suppeampaa kuin Ylen ja MTV3:n vastaavissa palveluissa. Marraskuun alusta 2009 lähtien TekstiNelonen uudistui siten, että sivuille ei enää päivitetä uutisia, vaan näkyvillä ovat ainoastaan uutisotsikot ja internet-osoitteet, joista varsinaiset uutiset voi lukea. Subteksti aloitti toimintansa puolestaan vuonna 2001.

Kaapelikanavilla näkyvä englanninkielinen Music Television eli MTV aloitti tekstitelevisiopalvelun loppukesästä 1992. Aluksi MTV:llä tekstiä oli parisataa sivua ja sivut sisälsivät ohjelmatietoja, hittilistoja, keikka-aikatauluja, kilpailuja, haastatteluja, ihailijakerhojen osoitteita ja uutisia. (Helsingin Sanomat 1992).

Suomessa toimii myös paikallistekstitelevisiota. Näistä närpiöläisessä *När-TV Textissä* (Katso Kuva 8.) työskentelee yksi vakituinen ja yksi osa-aikainen työntekijä.

Paikallistekstitelevision tarkoitus on tarjota paikkakunnan asukkaille ajankohtaista tietoa kaupungin tapahtumista ja palveluista. (Eriksson, henkilökohtainen tiedonanto 8.3.2012.) Tekstitelevisiopalvelu sisältää muun muassa paikkakuntaa koskevia hyvin yksityiskohtaisia urheiluennätyksiä ja presidentinvaalikäyttäytymistä. När-TV text on myös nähtävillä verkossa. Osa paikallistekstitelevioiden sivuista on sisällöllisesti vanhentunutta. Esimerkiksi uusikaarlepyyläisestä *Nykarleby Lokal-TV:s Text-TV*:stä löytyy paljon menneiden vuosien äänestyskäyttäytymistä Uusikaarlepyyssä. Kummatkin edellä mainittujen paikallistekstitelevioiden sivut on kirjoitettu miltei läpikotaisin ruotsiksi. (Nykarleby Lokal-TV.)

Englannissa, Irlannissa ja Hollannissa on käytössä Fastext eli FLOF (Full Level One Feature). Se on järjestelmä, jossa sivujen tuottaja voi määritellä jokaiselle sivulle neljän (punaisen, vihreän, keltaisen ja sinisen) värinäppäimen alle hyperlinkkejä toisille sivuille. (Walldén 2004, 6.) Ylen Teksti-TV:ssä vuosia työskennelleen Rabbe Nilssonin mukaan Yhdysvalloissa tekstitelevisio ei koskaan menestynyt, koska televisiokanavia on paljon ja lisäksi internet söi kilpailullaan teksti-tv:n. Tekstitelevisiotoimintaa on Yhdysvalloissa ollut Nilssonin mukaan ainakin Chicagossa ja Ohiossa. (Nilsson, henkilökohtainen tiedonanto 5.3.2012.)

Ruotsin TV3- ja TV6-kanavien tekstitelevisiota käyttää viikossa miljoona käyttäjää per kanava. Näiden kanavien käyttäjistä 52 prosenttia on miehiä ja 48 prosenttia naisia. Kaikista käyttäjistä 64 prosenttia on 18–44-vuotiaita. (TV3.se & TV5.se 2012.) Amerikassa tilanne oli eri verrattuna Eurooppaan siksi, että Yhdysvalloissa palveluiden kehittäminen on ollut lähes kokonaan yksityisten firmojen kontolla. Firmat ovat kiinnostuneet tekstitelevisiosta ja videotexistä niistä saatavien suurten voittojen takia – toisin kuin esimerkiksi Iso-Britanniassa, Ranskassa ja Kanadassa. Siellä valtiojohto on näytellyt suurta osaa telepalveluiden (tekstitelevisio ja videotex) kehittämisessä suoraan tukemalla perustutkimustyötä ja varsinaista palveluiden toteuttamista. Kaapelitelevision luvatussa

maassa Yhdysvalloissa on totuttu näyttämään katsojille televisioruudun alalaidassa sivuttain rullaavia tekstejä. Näin ollen Yhdysvaltain kaapelioperaattorit eivät ole osoittaneet syvällistä kiinnostusta teksti-tv-palveluiden kehittämiseen kaapelikanavilla. (Binder 1985.)



Kuva 8. Närpiön paikallistekstitelevisiosta saa talvisin tietoa muun muassa paikkakunnalla järjestettävistä hiihtokilpailuista. (När-TV Text).

Tekstitelevisio onkin kaikin puolin eurooppalainen mediana. Yhdysvaltojen lisäksi palvelun käyttö on vähäistä myös Aasiassa. Euroopan ylivoimaisesti laajimpana ja edistyneimpänä tekstitelevisiona voidaan pitää BBC:n teksti-tv:tä. Englannin jälkeen seuraavassa rypässä tulevat Suomen, Ruotsin, Italian, Sveitsin ja Saksan vastaavat palvelut. Saksassa tekstitelevisiot toimivat paikallistasolla. (Rämö, henkilökohtainen tiedonanto 16.3.2012.)

2.6 Teksti-tv median kentällä

Ylen Teksti-TV on luonteeltaan nopea ja uutisia keräävä väline. Kerääminen tarkoittaa sitä, että uutisia kirjoitetaan teksti-tv:n sivulle koko päivän ajan ja uutisjuttujen määrä lisääntyy sitä mukaa, kun jotain uutisoitavaa tulee. Toinen teksti-tv:n selkeä vahvuus verrattuna muihin viestimiin on valinnaisuus. Käyttäjän ei tarvitse käydä läpi kaikkia tarjolla olevia juttuja, vaan hän voi valita niistä mieleisensä. (Huovila 2001.) Ylen Teksti-TV:n toimituksessa mieluummin odotetaan kuin julkaistaan epävarma tieto. Internetiin verrattuna teksti-tv:ssä nähty tieto näyttyy katsojien silmiin ”varmempana”. Teksti-tv:n napakan sisällön voi omaksua nopealla silmäyksellä, mikä helpottaa navigoimista

uutistulvan keskellä. (Turtiainen 2010.) Teksti-tv sopii erityisesti laajoille joukoille tarkoitetun ajankohtaisen tiedon välittämiseen. Luonteeltaan se on koko kansan kuvaruutulehti, eikä sivumäärien rajoituksen vuoksi voida mennä kovin pitkälle erikoistiedon tarjontaan. (Lantto 1982.)

Se on ihmeellinen painetun sanan ja television avioliitto. Uutiset ovat salamannopeita. Toimittajalle tämä on taivas.

– Kalifornialainen toimittaja Teksti-TV:stä 1980-luvulla (Binder 1985)

Ylen Teksti-TV:n alkuaikojen toimitussihteerin Mikko Bruunin mukaan tekstitelevisio on sähköinen sanomalehti tai aikakauslehti. Ylen Teksti-TV:n entisen päällikön Jorma Lampisen mukaan teksti-tv:llä on aina ollut kolme keskeistä toimialuetta: mahdollisimman ajantasainen uutis- ja urheiluseuranta, palvelu- ja harrastesivut sekä ohjelmien tekstittäminen. (Kuukka 1996.)

Teksti-tv:n käytön mahdollistaneen välineen, kaukosäätimen, roolia on tutkittu mielenkiinnolla. Kaukosäätimen osuus historian aikana on ollut mullistava. Väline teki passiivisesta tv-katsojasta aktiivisen osallistujan. Televisioteknologioiden sosiokulttuurista historiaa tutkineen Jukka Kortin mukaan mediatutkija Dan Steinbock nimitti 1980-luvulla samaa ilmiötä, jossa televisiota koskevat ylhäältä ohjailut päätökset muuttuvat alhaalta käsin tehdyiksi valinnoiksi, ”kaukosäätimen estetiikaksi”. Kortin mukaan kaapelitelevision ja videoiden myötä toteutunut valinnan mahdollisuus konkretisoituu kaukosäätimessä, jota perheiden television käyttöä 1980-luvulla tutkinut David Morley on puolestaan pitänyt näkyvänä vallan symbolina. (Turtiainen 2010.)

Vivien Marx rinnastaa kaukosäätimen tietokoneen hiireen, koska ne molemmat tarjoavat käyttäjälleen mahdollisuuden muokata mediasisällöistä omanlaisensa kokonaisuuden, ”kuljettaen yleisöä lähemmäs tuottajan roolia”. Kaukosäätimen kohdalla on herätelty keskustelua niin sanotusta osallistuvasta mediakulttuurista, joka liitetään yleisemmin internetiin ja erityisesti 2000-luvun sosiaalisen median käyttäjälähtöiseen sisältötuotantoon. Sosiaalista mediaa tutkineen Lisbeth Klastrupin mukaan kaukosäätimen avulla omanlaisensa televisiokokemuksen rakentavat ihmiset voi rinnastaa internet-sisältöjen käyttäjiin. Mediakäytön aktiivisuusasteikolla kummatkin ”klikkaajakäyttäjät” ovat kutakuinkin samalla tasolla. Teksti-tv tuottaa omanlaisensa aktiivisen käyttäjän, mutta ei liian aktiivista. Se ei sido käyttäjänsä keskittyneisyyttä kokonaan itseensä, vaan antaa

mahdollisuuden käyttää samanaikaisesti jotain toista mediateknologiaa. Teksti-tv:n ja internetin käyttö ei ole toisiaan poissulkevaa, ja molempien kävijämäärät ovat kasvaneet rinnakkain. Visuaalisen materiaalin ylitarjonnasta ja liikkuvan kuvan mahdollisuuksista huolimatta teksti on säilyttänyt asemansa digitaalisella aikakaudella. Tekstimuotoiseen esittämiseen keskittyminen voi olla yksi pääsyy tekstitelevision hiipumattomaan suosioon. Silti teksti-tv mieltyy vanhanaikaiseksi teknologiaksi, joka edustaa menneisyyttä. Tämä symbolisuus voi selittää osittain myös sitä, miksei teksti-tv ole kelvannut laajemmin tieteellisen tutkimuksen kohteeksi. (Turtiainen 2010.)

2.7 Teksti-tv:n tulevaisuus Suomessa

Ylen Teksti-TV:n ohjelmapäällikön Reijo Perälän mukaan tekstitelevision tulevaisuuden tavoitteena on, että käyttäjät voivat profiloida omaa teksti-tv-näkymäänsä samaan tyyliin kuin Über-Teksti-TV:n beta- eli testiversiossa. Tekstitelevisio ei ole jäänyt polkemaan paikallaan myöskään internetin aikakaudella. Sitä todistaa se, että netin kautta katsottava Teksti-TV on vuonna 1996 tapahtuneen julkaisunsa jälkeen muodostunut Ylen suosituimmaksi internet-palveluksi. (Yleisradio 2011.) Lauri Sihvosen mukaan teksti-tv:n lähitulevaisuus ei tule sisältämään dramaattisia muutoksia. Sihvosen mukaan myös urheilun osalta automaattisen tai ulkopuolisen tulospäivityksen tarve tulee lisääntymään. Sihvosen mukaan säännöllisen suuret käyttäjämäärät pitävät huolen siitä, ettei tekstitelevisiota olla ajamassa alas tai supistamassa. Hänen mukaan suomalaiset ovat edelleen niin paljon television ääressä ja teksti-tv on iskostunut niin syväälle ihmisten tottumuksiin, että tekstitelevisio tulee pysymään uusimmissakin vastaanottimissa mukana. (Turtiainen 2010.) Tietokirjailija ja tietotekniikan asiantuntija Petteri Järvisen mukaan on ihme, jos tekstitelevisiolla on vielä yhtä paljon käyttäjiä kymmenen vuoden päästä. Järvisen mukaan teksti-tv:n suurimpana uhkana voi pitää internettelevisiota, jossa on kaikki palvelut samassa paketissa. (Järvinen, henkilökohtainen tiedonanto 6.3.2012.)

Vahva mökkikulttuuri on ollut teksti-tv:n eräänlainen pelastus Suomessa. Mökeillä ei haluta näprätä tietokonetta ja nettiä, vaan uutiset selataan mieluummin tekstitelevisiosta.

– Petteri Järvinen (henkilökohtainen tiedonanto 6.3.2012)

Yhtenä isona uhkakuvana Ylen Teksti-TV:lle voivat olla nyt 15–24 vuoden iässä olevat nuoret. Kyseisen ikäluokan suhtautuminen Ylen tekstitelevisioon on muuttunut vuosien varrella. Johanna Jääsaaren vuonna 1997 teettämän tutkimuksen mukaan parhaan

arvosanan Ylen Teksti-TV:lle antoivat juuri 15–24-vuotiaat. (Jääsaari 1998.) Vuonna 2009 valmistuneen Sami Koiviston opinnäytetyön mukaan kyseinen ikäluokka arvioi Ylen Teksti-TV:n huonommaksi mediaksi kuin MTV3:n vastaavan palvelun (Koivisto 2009). Teini-ikäisiä yritetään saada Ylen Teksti-TV:n pariin nykyään elokuva-, levy- ja peliarvostelujen avulla. Tämän opinnäytetyön käyttäjäkyselyssä 15–24-vuotiaista nuorista kahdeksan prosenttia eli viisi vastaajaa käytti säännöllisesti levy-, kirja- ja taidearvosteluja. Ylen Teksti-TV:n tuottajan Matti Rämön mukaan teini-ikäiset ovat vaikea kohde Ylelle, mutta hän uskoo nuoremman väestön varttuessaan löytävän myös Ylen Teksti-TV:n. Teini-ikäisiäkin pahempi uhka voi Rämön mukaan tulla organisaation sisältä. Hänen mukaan Ylen sisällä jokainen osasto taistelee resurssien puolesta voimakkaasti ja tässä taistelussa teksti-tv voi joutua alakynteen. (Rämö, henkilökohtainen tiedonanto 16.3.2012.)

3 NAISET MEDIASSA JA NAISTEN MEDIAN KÄYTTÖ

Euroopassa ja Yhdysvalloissa toimineiden mediatutkijoiden mukaan naiset olivat pitkään eristettynä siitä, mikä on ymmärretty viralliseksi julkisuudeksi. Tutkijoiden mukaan naisten ja muidenkin vallan marginaalissa eläneiden ihmisryhmien ulossulkeminen ydinjulkisuudesta on ollut yleistä länsimaisissa demokratioissa sanomalehdistön syntyajoista lähtien. Näin ollen naiset ovat tottuneet kehittämään omia, epävirallisiakin julkisuuden muotoja. Tällaisia ovat olleet kirjalliset salongit, naistenlehdet ja naisille suunnatut radioasemat. Feministit ovat toivoneet julkisen palvelun mediayhtiöiden ottavan huomioon naisten erityistarpeet julkisuuden muodostumisessa. Joissakin Euroopan julkisen palvelun yleisradioyhtiöissä on naisryhmien toimittamien ei-kaupallisten radioasemien rinnalla luotu ohjelmia uutisoimaan ja herättämään keskustelua tasa-arvon toteutumisesta. Suomessa Yleisradion kanavaudistuksen aallokossa alkoi tasa-arvo- ja naiskysymyksestä uutisoiva *Naisten tunti* (1990–2002), joka päättyi naisjärjestöjen vastustuksesta huolimatta radiokanavan muuttaessa ilmettään vuosituhannen alussa. Samankaltaisia ohjelmia on tehty muissakin Euroopan vahvoissa yleisradioyhtiöissä. Näistä pisimpään on jatkunut brittiläinen *Woman's Hour*. Suomalainen *Naisten tunti* oli ensimmäinen valtakunnallinen tasa-arvokysymyksiin erikoistunut kotimainen radioformaatti. Sitä edelsi ensimmäinen naisradio *Radiosi Vuotaa* (1988–1989), jota seurasi Radio Hämeen alueradiossa vuosina 1989–1990 toiminut *Naisradio*. Naiskunta-projektin tukemana Yleisradiossa kehitettiin naisille suunnatut erikoisohjelmat *Radio Ilona*, myöhemmin *Ilonan ystävät* ja *Moninainen*. Tammikuussa 2009 Yle alkoi lähettää ohjelmaa *Tulta munille!* (Ruoho 2009, 55–56)

Radio-ohjelmien lisäksi naiset ovat hakeneet paljon tietoa kautta aikojen naisille suunnatuista lehdistä. Raili Malmbergin määritelmän mukaan naistenlehtiä ovat kaikki ne naisten ja kotien lehdet, joiden sisältö on suunnattu pääasiallisesti naisille, usein myös koko perheelle. Naistenlehdet jaetaan sisältönsä puolesta kahteen eri ryhmään: yleislehtiin ja erikoislehtiin. Yleislehdissä toistuvat samat elementit, esimerkiksi ruokaan, muotiin, asumiseen ja sisustamiseen liittyvät artikkelit sekä erilaiset reportaasit sekä kysymys- ja vastauspalstat. Yleislehtien vakiosisältöä ovat myös kolumnit, henkilöjutut, horoskoopit ja seurapiiripalstat. Naisten erikoislehdet keskittyvät yleensä vain yhteen teemaan, kuten käsitöihin, sisustamiseen, muotiin tai kauneuteen ja terveyteen. (Leppäranta 2009, 28.)

Kaikesta kritiikistä huolimatta naistenlehdet ovat koko olemassaolonsa ajan olleet haluttuja ja paljon luettuja. Vuonna 1980 naistenlehtien kokonaislukijamäärä oli lähes kymmenen miljoonaa. Aikakauslehtien liiton mukaan vuonna 2009 Suomessa ilmestyi 13 naisten yleislehteä ja 22 naisten erikoislehteä. Luetuin naisten yleislehti vuonna 2008 oli *Kodin Kuvalehti*, jolla oli keskimäärin 585 000 lukijaa. Naisten erikoislehdistä suosituin oli puolestaan *Hyvä Terveys*, jonka yksi numero keräsi 454 000 lukijaa. (Leppäranta 2009, 30.)

Irma Kaarina Halonen avasi keskusteluun sukupuolikriittisen näkökulman vuoden 1986 artikkelissaan *Naiset, julkisuus ja journalismi*. Halonen kysyi, voisiko journalismi tukea naisten vapauttamista ja olisiko sen mahdollista tuoda julkisuuteen sellaisia naisille tärkeitä asioita, joista on aiemmin vaiettu. Halonen pohti, voitaisiinko luoda erityinen naisjournalismi. Ruotsissa asiaa kokeiltiin. Iltapäivälehti *Aftonbladetista* saadut kokemukset eivät olleet kannustavia, kun naistoimittajien yritykset muuttaa julkisuutta törmäsivät moniin esteisiin. Naisten asioista kirjoittaminen leimattiin ”akkojen jutuksi”. Feministisen mediatutkimuksen kannalta julkisuuden rapautuminen on ongelmallista siksi, että sen myötä journalismin nähdään muuttuneen jotenkin naisellisemmäksi. Erityisesti uutisjournalismin kaupallistumista ja popularisoitumista sekä informaatiota ja viihdettä yhdistelevän lajityypin yleistymistä on alettu pitää journalismin feminisoitumisena. Ilmiöstä puhutaan myös tabloidisaationa viitaten iltapäivälehtien journalistiseen tyyliin. Tämä kytkös perustuu journalismin itseymmärrykseen. Journalismissa on pitkään pyritty pitämään erillään maskuliiniseksi mielletyt ”kovat uutiset” ja feminiinisinä pidetyt ”pehmeät uutiset”. Kovat uutiset ovat olleet valtiontaloutta ja politiikkaa, kun taas pehmeiksi on luokiteltu henkilöjutut ja esimerkiksi kuluttajauutiset. Juttuluokkien rajat ovat kuitenkin alkaneet hämärtyä journalismin kaupallistuttua. Vaikka uutisjournalismi on joutunut ottamaan huomioon naisten lisääntyneen taloudellisen itsenäisyyden ja aseman kuluttajana, tämä ei ole merkinnyt vallan siirtymistä naisille tai journalismin luonteen muuttumista naisystävällisemmäksi. (Ruoho 2006, 174 & 182–183.)

Joukkoviestinnän seuraaminen on yleisimpiä internetin käyttötapoja. Miehistä internetiä käyttää 87 prosenttia ja naisista 85 prosenttia. Naisista 73 prosenttia on lukenut verkkolehtien tai televisiokanavien internetsivuja. Kaikista 16–74-vuotiaista Suomessa asuvista kolme neljästä on seurannut verkkolehtien tai televisiokanavien internetsivuja kolmen kuukauden otannalla ja melkein joka toinen seuraa niitä liki päivittäin. Tämä on lähes yhtä yleistä kuin painettujen sanomalehtien päivittäinen lukeminen, 16–74-vuotiaista

55 prosenttia kertoo tekevänsä näin. Sukupuolten välillä ei ole suuria eroja verkkolehtien tai televisiokanavien internetsivujen ja blogien seuraamisessa. Kuitenkin näiden päivittäisessä seurannassa miehet ovat naisia aktiivisempia. Samoin miehet seuraavat useammin uutisista käytäviä keskusteluja ja ulkomaisia verkkolehtiä tai televisiokanavia. Tämä voi olla yhteydessä siihen, että miehet kirjoittavat keskustelufoorumeille ja kommentoivat verkkouutisia naisia useammin. Keskusteluja saatetaan laajentaa blogeista tai ulkomaisista viestimistä poimittavilla syventävillä tiedoilla tai näkemyksillä. (Tilastokeskus 2010.)

Sanomalehdet ja televisiokanavat ovat ottaneet internetin käyttöön vahvana uutisten ja artikkeleiden jakelukanavana. Internet muokkaa mediasisältöjen tuottamista, jakelua ja kuluttamista. Tämä tarkoittaa myös uusia toimintoja, joihin voidaan viitata sosiaalisen median käsitteellä. Internet tarjoaa kaikille mahdollisuuden tuottaa ja julkaista tekstiä, kuvia tai musiikkia. Osa tästä tuotannosta on organisoitunut yhdessä (Wikipedia) ja osa yksin tehtäväksi (blogi). Osa uudenlaisesta sisällöntuotannosta tapahtuu uudessa sosiaalisessa mediassa, kuten verkkoyhteisöissä ja erilaisissa sisällön julkaisupalveluissa. Tällaisia ovat muun muassa Youtube ja Flickr, jotka toimivat tiedotusvälineitä enemmän käyttäjiensä varassa, mutta jotka toisaalta rahoittavat toimintaansa mainostuloilla perinteisten viestimien tapaan. (Tilastokeskus 2010.)

Naisista Ylen Teksti-TV:tä katsoo 55 prosenttia, kun puolestaan miesten vastaava luku on 71 prosenttia (Mediaviikon toimitus 2006). Ylen Teksti-TV:n tuottajan Matti Rämön mukaan naisia on pyritty saamaan viime vuosien aikana teksti-tv:n pariin Viikkomakasiini-sivujen avulla. Viikkomakasiini-osiossa on runsaasti ajatonta juttumateriaalia liittyen vapaa-aikaan, hyvinvointiin ja ruokaan. (Rämö, henkilökohtainen tiedonanto 16.3.2012.)

Yle Teksti-TV:n kulmakivisivuja, kuten uutisia, säätä ja lottoa katsovat myös naiset. Naisissa on paljon myös urheilufriikkejä, vaikka toki vähemmän kuin miehissä. Kyllä tekstitelevisio houkuttelee näillä peruspalveluillaan myös hyvän määrän naisia.

– Ylen Teksti-TV:n tuottaja Matti Rämö (Henkilökohtainen tiedonanto 16.3.2012)

Eläkkeellä olevan Ylen Teksti-TV:n toimittajan Rabbe Nilssonin mukaan naisia voisi saada enemmän tekstitelevision pariin muoti- ja juorupalstoilla. Hänen mukaan myös ruokaohjeet ja horoskoopit saattaisivat tuoda lisää naiskäyttäjiä. (Nilsson, henkilökohtainen tiedonanto 5.3.2012.) Tämän opinnäytetyön lomassa teetetyssä käyttäjäkyselyssä ruokareseptejä

ilmoitti katsovansa 144 vastaajaa kaikista vastaajista. MTV3:n kanavapäällikkö Carina Stenvall näki vuonna 2001, että MTV3:n Tekstikanavan ruokavinkit ja -reseptit selittivät suhteellisesti suurempaa naiskäyttäjämäärää verrattuna Ylen palveluun (Alasuutari 2001, 41).

Sami Koiviston vuonna 2009 tekemässä tutkimuksessa paljastui, että aihealue, josta naiset kaipaavat lisää juttuja, on alueuutiset. Toiseksi eniten kaivattiin uutisia ja niiden taustoja ja kolmanneksi eniten televisio-ohjelmien taustatietoja. Yllätyksenä ei voi pitää sitä, että naisista monet kokevat urheiluaiheita olevan liikaa. Heitä oli peräti 19 prosenttia vastaajista. Huomion arvoista on samalla kuitenkin se, että naisissakin on enemmän heitä, jotka kaipaavat lisää urheilujuttuja kuin heitä, jotka niitä vastustavat. (Koivisto 2009.) Urheilun osuus Ylen Teksti-TV:n sisällöstä on huomattavat 25 prosenttia. Lisäksi on veikkaus- ja raviurheiluja. (Turtiainen 2010). Riikka Turtiaisen mukaan urheilun suuri osuus ja nimenomaan miehille suunnattu urheilu karkottavat naisia pois teksti-tv:stä. Monet naisten urheilulajien aladivisioonat loistavat poissaolollaan teksti-tv:stä ja niiden tuloksia on pakko hakea internetistä. (Turtiainen, henkilökohtainen tiedonanto 12.3.2012.)

Television puolella Yle Urheilu pyrkii muistamaan naisia urheilutarjonnassaan. Vuoden alussa lanseerattu urheilun erikoisohjelma *Urheilukatu 2* yrittää houkutella vahvasti myös naiskatsojia. Ylen keräämien tietojen mukaan naiskatsojia kanavan urheilulähetyksissä on maksimissaan noin 40 prosenttia. Numerot vaihtelevat kuitenkin suuresti. Esimerkiksi jalkapallon Mestareiden liigan lähetystä seuraavista katsojista vain 25 prosenttia on naisia. Ravilähetyksen kohdalla tilanne on välillä jopa luokkaa 50–50. Jylhäsalon mukaan Yle Urheilun internetsivuilla vierailevista ihmisistä 30 prosenttia on naisia. Tämä johtuu siitä, että naisia kiinnostavat urheilun taustat enemmän eikä niinkään tulokset. Sama pätee Jylhäsalon mukaan myös Ylen Teksti-TV:hen, joka on vielä verkkoakin tulosorientoituneempi väline. (Jylhäsalon, henkilökohtainen tiedonanto 12.3.2012.)

Yleisradion erityis- ja vähemmistöryhmien palvelustrategian mukaan Yle tukee ja vahvistaa eri väestöryhmien ja niihin kuuluvien yksilöiden kokemusta tasa-arvoisesta yhteisöllisestä hyväksynnästä. Yhtiön tavoitteena on tuoda täyden palvelun televisio- ja radio-ohjelmisto siihen liittyvine oheis- ja lisäpalveluineen jokaisen saataville yhtäläisin ehdoin. Näitä ja muita julkiseen palveluun liittyviä sisältöpalveluja voidaan tarjota kaikissa televerkoissa. (Yle 2005). YK:ssa vuonna 1995 hyväksytyssä Pekingin asiakirjassa puolestaan korostetaan naisten näkyvyyden lisäämisen ja heidän äänensä kuuluviin saamisen

tärkeyttä. Naisia on saatava mukaan erityisesti päätöksentekoon, jotta naisten tarpeet ja huolenaiheet tulisivat asianmukaisesti huomioituiksi ja naisille kohdistettujen ohjelmien määrä lisääntyisi. (Puhakainen 2004.)

4 TUTKIMUSKYSELY

Tutkimuskyselymme pohjautuu naisten teksti-tv:n katseluun sen vuoksi, että naiset ovat Suomessa enemmistönä. Toisaalta myös siksi, että yleinen luulo on, etteivät naiset käytä palvelua läheskään yhtä paljon kuin miehet. Lisäksi koimme naiset mielekkääksi rajaukseksi, koska Ylen Teksti-TV:n nykyinen toimittaja Sami Koivisto teki vuonna 2009 opinnäytetyönään selvityksen Yle Teksti-TV:n katsojatyytyväisyydestä molempien sukupuolien osalta. Muutos kolmen vuoden aikana ei tuntunut olevan niin suuri, että olisi kannattanut lähteä tutkimaan uudestaan molempien sukupuolien teksti-tv-käyttäytymistä tässä opinnäytetyössä. Näiden mietteiden pohjalta oli relevanttia lähteä selvittämään mitä Yle julkisen palvelun yhtiönä on tehnyt ja on valmis tekemään, jotta naisetkin voisivat hyötyä paremmin tekstitelevisiosta. Lähtökohta empiirisen tutkimusaineistomme kokoamiseen oli tavoittaa naiset, jotka käyttävät Ylen Teksti-TV:tä ja myös ne, jotka eivät kyseistä palvelua käytä laisinkaan. Tavoitteena oli saada kyselyyn iso otanta erilaisia vastaajatyyppejä, joten tämän vuoksi kysely laitettiin näkyville paikoille Ylen Teksti-TV:hen ja Ylen Teksti-TV:n internetsivuille sekä Ylen internetsivuille. Käyttäjäkysely ”Naiset Ylen Teksti-TV:n käyttäjinä” toteutettiin Webropol 2.0 -ohjelman kyselylomakkeen avulla. Julkaisimme kyselytutkimuksen 20. helmikuuta 2012 ja siihen oli mahdollista vastata maaliskuun viidenteen päivään asti. Näiden kahden viikon aikana kyselyyn vastasi yhteensä 732 naista. Kysely houkutteli nimestä huolimatta myös 76 miesvastaajaa, joiden vastaukset on luonnollisesti lopullisessa analysoinnissa poistettu. Kyselyssä tavoiteltiin vastaajia koko maasta, koska Ylen Teksti-TV tavoittaa käyttäjiä ympäri Suomen.

Jos tutkimuskyselystä haetaan jotain parannettavaa, olisi siihen voinut hakea enemmän niitä ihmisiä, jotka eivät käytä Ylen Teksti-TV:tä laisinkaan. Jotta edes nykyinen ei-käyttäjien vastaajamäärä tavoitettiin oli varmistettava, että kyselyä mainostettiin teksti-tv:n internetsivujen ja teksti-tv:n lisäksi Ylen verkkosivuilla. Hyvänä ja kahtaalta myös huonona puolena on se, että tavoitimme niin sanotut tosikäyttäjät eli ne, jotka käyttävät palvelua monta kertaa päivän aikana. Teksti-tv:n käyttäjäkuntaan kuuluu paljon vanhempia ihmisiä, joita tämä kysely ei tavoittanut. Kysely ei siis edusta koko maan tyytyväisyyskyselyä Ylen Teksti-TV:stä. Tutkimuskyselyssä olisi voinut olla talouden kokoa tiedusteleva kysymys. Lisäksi naisvastaajilta olisi voinut kysyä muiden perheenjäsenten teksti-tv:n käytöstä ja sitä kuka perheessä selaa innokkaimmin teksti-tv:tä. Nämä olisivat jälkikäteen ajateltuna olleet relevantteja kysymyksiä, sillä voi ajatella, että monessakin tapauksessa miehen aktiivinen

tekstitelevisiion käyttö on saanut myös puolison käyttämään teksti-tv:tä enemmän. Näiden lisäksi kyselyssä olisi voinut tiedustella sitä, katsooko vastaaja nykypäivänä eri sivuja kuin aikaisemmin.

Tämän kyselyn vastaajille ei suoritettu minkäänlaista tavarapalkintoarvontaa. Harkinnassa oli muistaa jotenkin vastaajia, mutta lopulta päädyttiin kyselyyn ilman kannustinta. Tämä päätös syntyi keskustelussa Ylen Teksti-TV:n nykyisen toimittajan ja vuonna 2009 opinnäytetyön tekstitelevisiosta tehneen Sami Koiviston kanssa. Koiviston teettämässä käyttäjäkyselyssä arvottiin vastaajien kesken palkintoja, mutta hänen mukaan se voi myös helposti vääristää kyselyn tuloksia. Näin ollen tässä kyselyssä päädyttiin palkinnottomaan tutkimukseen.

Kyselylomake todettiin ajallisesti ja taloudellisesti kannattavimmaksi toteuttaa internetissä Webropol 2.0 –sovelluksella (Katso Liite 1.).

Käyttäjäkyselyssä naisilta tiedusteltiin 23 eri kysymyksen avulla Ylen Teksti-TV:hen liittyviä asioita. Kysymyksistä 16 oli vaihtoehtokysymyksiä ja seitsemän avoimia kysymyksiä.

Tutkimuskysely sisälsi avoimia kysymyksiä siksi, että halusimme vaihtoehtovastausten lisäksi myös tarkempaa tietoa käyttäjiltä ja enemmän konkretiaa siitä, miten he palvelua käyttävät. Avoimien vastauksien maksimivastauspituudeksi asetettiin 500 merkkiä.

Palautteista kävi ilmi, että monet vastaajat olisivat halunneet kirjoittaa yli 500 merkin pituisia vastauksia. Kysymyksen 15. lomaan laitoimme vastaajille kannustusviestin ”*Hyvä, olet jo melkein kyselyn loppusuoralla*”. Halusimme tällä viestillä ilmoittaa, että kysely on jo aivan viittä vaille valmis, jottei kukaan enää siinä vaiheessa jättäisi kysymystutkimusta kesken. Tutkimuskysymyksen 12. vastaukset on koottu yhteen taulukkoon (Katso Taulukko 1.). Kyseisessä kohdassa tiedusteltiin vastaajien ulkoa muistamia Ylen Teksti-TV:n sivunumeroita.

Mainos käyttäjäkyselyyn oli Ylen Teksti-TV:n sivulla 873 ja lisäksi Ylen internetsivuilla sekä Ylen Teksti-TV:n internetsivuilla. Mainoksessa kerrottiin, että Turun ammattikorkeakoulun kaksi opiskelijaa haluavat selvittää naisten teksti-tv:n käyttöä. Tekstissä pyydettiin auttamaan opiskelijoita tutkimusmateriaalin keruussa ja kertomaan samalla mielipide Ylen Teksti-TV:n toimitukselle palvelun käytettävyydestä.

5 TUTKIMUSAINEISTON KÄSITTELY

Tarkastaessa kyselylomakkeen kerryttämiä vastauksia valikoitui analyysin yhdeksi merkittäväksi kohteeksi Ylen Teksti-TV:lle haastavin käyttäjäryhmä, 15–24-vuotiaat naiset. Toisena ovat ne vastaajat, jotka eivät käytä laisinkaan Ylen Teksti-TV:tä, sillä on erityisen kiinnostavaa havaita syyt käyttämättömyyteen. Kolmantena kohtana on se, millä välineellä teksti-tv:n käyttäjät selaavat palvelua. Onko siis televisio edelleen ensimmäisenä ja missä määrin teksti-tv:tä katsotaan nykypäivänä matkapuhelimen, taulutietokoneen ja tietokoneen kautta? Huomionarvoista on myös tarkastella, mitä kautta eri ikäryhmät käyttävät teksti-tv:tä. Neljäntenä analyysin kohteena ovat palveluun tyytyväisimmät ja sitä ahkerimmin käyttävät kansalaiset. Tässä kohdassa on mielenkiintoista katsoa, miksi suurkäyttäjät kokevat teksti-tv:n niin mainiona palveluna. Viimeisessä tutkimuskohdassa tutkitaan tarkemmin Ylen Teksti-TV:n uutta tulokasta, Twitteriä. Twitter osana tv-lähetystä jakoi vahvasti mielipiteitä puolesta ja vastaan.

5.1 Ylen Teksti-TV:tä katsotaan ”kerran–pari päivässä”

Käyttäjäkyselyyn vastanneista 732 naisesta 33 prosenttia ilmoitti iäkseen 35–49 vuotta. Hieman tätä ikäryhmää vähemmän (28 prosenttia) vastaajia oli ikäryhmästä 25–34-vuotiaat. Jokaisesta ikäryhmästä osallistui käyttäjäkyselyyn vastaajia. Vähiten heitä oli 15–24-vuotiaiden ikäryhmässä. Tämän kyselyn perusteella Ylen Teksti-TV:n keskimääräinen naiskäyttäjä asuu Uudellamaalla, sillä vastaajista peräti 31 prosenttia ilmoitti sen asuinmaakunnakseen. Muut tekstitelevisiion käyttäjät näyttävät ainakin tämän kyselyn perusteella asuvan tasaisesti ympäri maan. Ulkomailta kyselyyn tuli kymmenen vastausta ja Ahvenanmaaltakin yksi. Kyselyyn vastanneista 39 prosenttia ilmoitti koulutukseensa toisen asteen opinnot eli lukion, ammattioppilaitoksen tai kauppaoppilaitoksen. Hieman tätä vähemmän (28 prosenttia) vastaajat olivat opiskelleet alemman ammattikorkeakoulututkinnon. Yksi vastaaja ilmoitti, ettei hänellä ole koulutusta.

Ammattiryhmät jakaantuivat vastaajien keskuudessa odotetun paljon. Eniten vastaajia työskentelee sosiaali- ja terveysalalla sekä hallinnon ja talouden parissa. Vähiten tähän kyselyyn vastanneista työskentelee maa- ja metsätalouselialalla. Suomi oli vastanneiden yleisin äidinkieli. Sen klikkasi 717 vastaajaa. Ruotsin äidinkielekseen ilmoitti 14 vastaajaa ja vaihtoehdon ”joku muu” vastasi yksi vastaaja. Ylen Teksti-TV:tä katsotaan edelleen mieluiten televisiosta. Tässä kyselyssä teksti-tv:n käyttäjistä 92 prosenttia ilmoitti

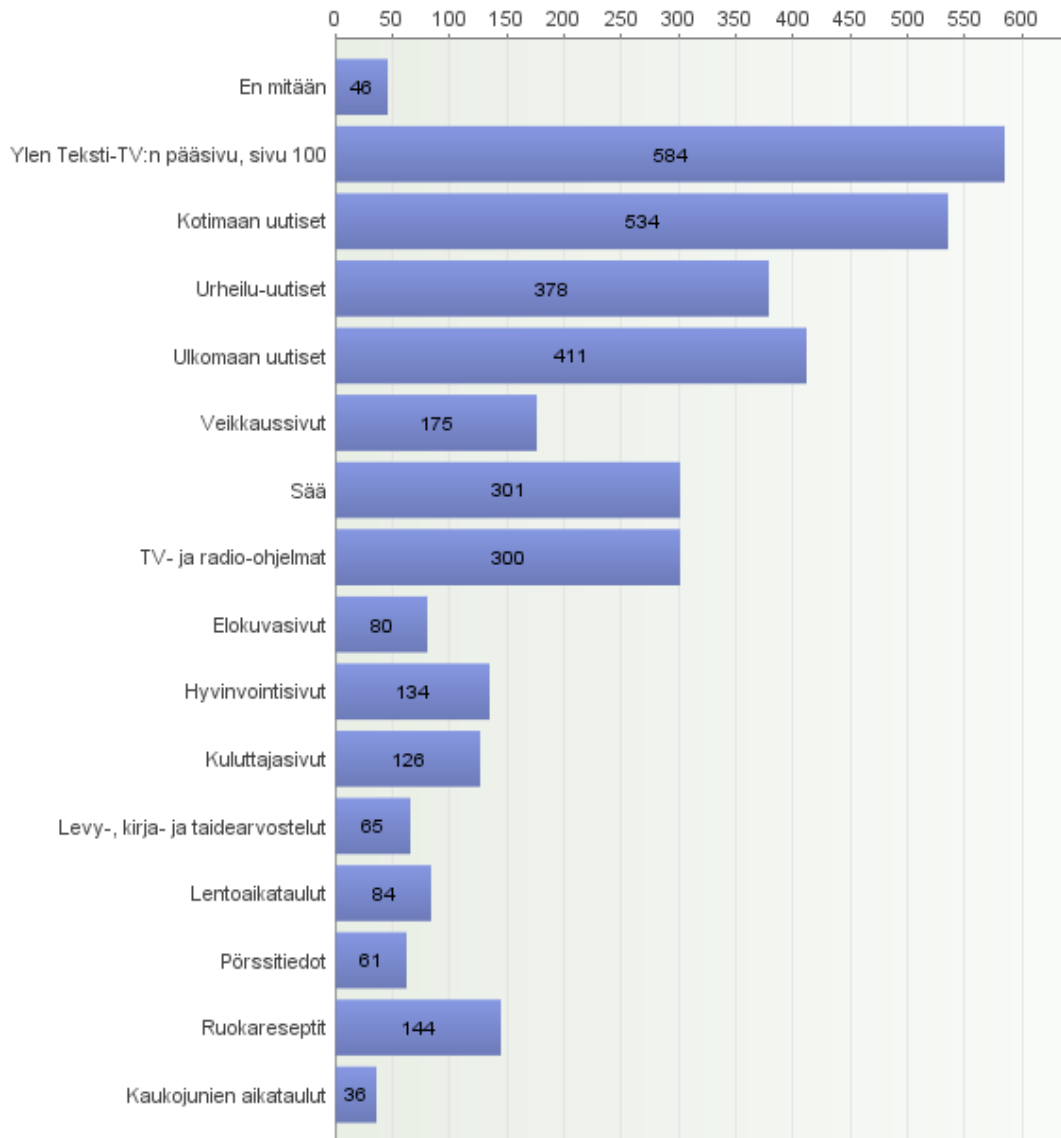
käyttävänsä palvelua televisioruudulla. Tietokoneelta Ylen Teksti-TV:tä ilmoitti katsovansa 48 prosenttia vastaajista. Puhelimen välityksellä käyttäjiä oli 11 prosenttia ja tabletin kautta 2 prosenttia. Tähän kohtaan 33 vastaajaa eli viisi prosenttia rastitti, ettei käytä lainkaan Ylen Teksti-TV:tä. Tähän kysymykseen pystyi vastaamaan useamman kuin yhden vaihtoehdon.

Psyykkisesti sairaalle sisarelleni teksti-tv on todella tärkeä ruokareseptejä ja terveystalvlistusta myöten. Hänellä ei ole tietokonetta eikä hän tilaa lehtiä. Samoin monelle sukumme vanhukselle.

– Eräs 35–49-vuotias vastaaja.

Ylen Teksti-TV:tä tunnutaan käyttävän edelleen myös melko ahkerasti. Kysymys ”Kuinka usein katsot Ylen Teksti-TV:tä?” sai kokonaisarvosanaksi 4,03 viiden ollessa maksimi. Asteikolla yksi tarkoitti, ettei katso koskaan palvelua ja viisi puolestaan, että katsoo teksti-tv:tä joka päivä useaan kertaan. Tämän kyselyn keskiarvoksi kaikkien käyttäjien mukaan tuli edellä mainittuun kysymykseen tuli ”kerran–pari päivässä”.

Tähän kysymykseen 28 ilmoitti, ettei käytä lainkaan palvelua, vaikka edellisessä kohdassa heitä oli 33. Todennäköisesti tämä eroavaisuus voisi selittyä sillä, että tekstitelevisio mielletään helposti sellaiseksi palveluksi, jota ei käytä ollenkaan, vaikka käyttäisikin satunnaisesti. On siis mahdollista, että käyttöä ei tule ajatelleeksi, jos selailee vähän ajattelua vaativia sivuja, kuten tulevia televisio-ohjelmistoja tv:n katselun lomassa. Ylen Teksti-TV:stä palvelun käyttäjät selaavat monia eri sivuja, jotka kuitenkin rajoittuvat tuttuihin sivuihin (Katso Kuvio 1.). Eniten ihmiset käyttävät (584) Ylen Teksti-TV:n pääsivua. Seuraavaksi eniten katsotaan kotimaan uutisia (534), ulkomaan uutisia (411) ja urheilu-uutisia (378). Myös sääsivut ja tv- ja radio-ohjelmat saivat vielä yli 300 vastaajan huomion. Muut palvelun sivut jäivät huomattavasti edellä mainituista luvuista. Tässä kohdassa 46 vastaajaa ilmoitti, ettei käytä mitään teksti-tv:n sivuja. Ylen Teksti-TV:n tilaan oltiin kyselyssä myös varsin tyytyväisiä. Kokonaisarvosanaksi tuli 4,02 viiden ollessa maksimi. Asteikolla 1–5 yksi tarkoitti, ettei ole laisinkaan tyytyväinen palvelun tämänhetkiseen tilaan ja viisi puolestaan, että on täysin tyytyväinen palvelun tämänhetkiseen tilaan. Eniten vastauksia sai neljäs kohta ”olen melko tyytyväinen Ylen Teksti-TV:hen, jonka klikkasi 347 vastaajaa. Vastaajista 16 ei ollut ollenkaan tyytyväinen Ylen Teksti-TV:hen.



Kuvio 1. Ylen Teksti-TV:n suosituimmat sivut.

Ylen pari vuotta vanha verkkoversio Über-Teksti-TV ei näytä olevan vastaajille tuttu, sillä peräti 573 vastasi kieltävästi kysymykseen ”Oletko kuullut Ylen Über-Teksti-TV:stä? Vain 129 oli kuullut kyseisestä palvelusta ja 30 ei osannut sanoa, oliko kuullut Über-Teksti-TV:stä. Twitter-viestien lähettely tai kommentointi ei näytä ainakaan vielä olevan Ylen Teksti-TV:n käyttäjien suuressa suosiossa. Vain 185 käyttäjää oli lukenut toisten lähettämiä Twitter-viestejä. ”Ei lukenut eikä kommentoinut” oli suosituin vastaus (537 vastaajaa). Tekstityspalvelua on käyttänyt edes kerran liki puolet kaikista vastaajista. Heitä on yhteensä 353 eli 48 prosenttia kaikista vastaajista. Tekstityspalvelua käyttämättömiä on 379 vastaajaa eli 52 prosenttia.

5.2 Nuoret käyttäjät selaavat teksti-tv:tä eniten television kautta

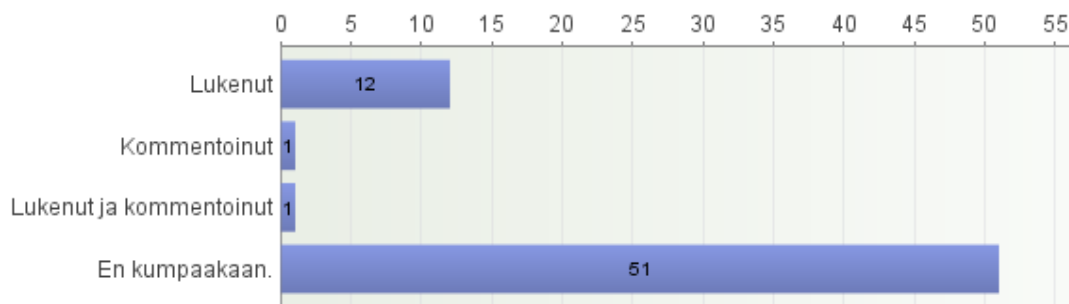
Tutkimuskyselyyn osallistuneista 732 naisesta 65 vastaajaa ilmoitti iäkseen 15–24 vuotta. Se on 9 prosenttia kaikista vastaajista ja kyseisestä ikäryhmästä vastaajia oli kaikista vähiten. Eniten 15–24-vuotiaita vastaajia tuli suurista maakunnista Varsinais-Suomesta (25 prosenttia) ja Uudeltamaalta (23 prosenttia). Yhtään ainutta vastausta tästä ikäryhmästä ei tullut Etelä-Savosta, Keski-Pohjanmaalta, Satakunnasta tai ulkomailta. Ennen tutkimuskyselyä oli tiedossa, että nuoret alle 25-vuotiaat ovat Ylen Teksti-TV:lle haastava ikäryhmä ja tämä käyttäjäkysely osoitti sen pienellä vastaajamäärällään. Nuoret vastaajat olivat tästä käyttäjäryhmästä opiskelleet 54-prosenttisesti toisen asteen tutkinnon itselleen. Tämä on tietenkin loogista, sillä eivät läheskään kaikki 25-vuotiaat ole ehtineet suorittaa alemman tai ylemmän korkeakouluasteen tutkintoa. Tämän ryhmän vastaajista 69 prosenttia ilmoittikin ammatikseen opiskelija. Ikäryhmän 15–24-vuotiaat käyttäjät katselevat ja selaavat tekstitelevisiota perinteisesti television kautta. 65 vastaajasta 57 vastaajaa käyttää teksti-tv:tä televisiosta. Tietokone sai 35 vastaajan kannatuksen. Kännykän välityksellä teksti-tv ei ainakaan vielä näytä saavan nuorten suurta suosiota, sillä siltä alustalta palvelua käyttää vain seitsemän käyttäjää. Tabletti ei saanut yhtään kannatusta. Tässä kysymyksessä 11 vastaajaa valitsi kohdan ”En käytä Ylen Teksti-TV:tä”. Kyseiseen kysymykseen pystyi valitsemaan useamman kuin yhden vastausvaihtoehdon. Vertailtaessa nuoria (65 vastaajaa) yli 25-vuotiaisiin (667 vastaajaa) vastaajiin ilmeni vastauksissa eroja. Nuoret käyttävät suhteellisesti teksti-tv:tä enemmän tietokoneella kuin televisiolla verrattuna yli 25-vuotiaisiin. Nuoret selaavat tekstitelevisiota myös tietokoneella 54-prosenttisesti, kun taas yli 25-vuotiaat 7 prosenttiyksikköä vähemmän 47-prosenttisesti. Suurin ero nuorten ja yli 25-vuotiaiden välillä löytyi teksti-tv:n käyttämättömyydestä. Nuoria ei-käyttäjiä oli 17 prosenttia, kun yli 25-vuotiaissa heitä oli vain 3 prosenttia. Television kautta nuoret selaavat teksti-tv:tä 88-prosenttisesti, kun taas yli 25-vuotiaat katsovat palvelua televisiosta 92-prosenttisesti. Huomioitavaa on, että tabletin avulla tähän kyselyyn vastanneet nuoret eivät katso tekstitelevisiota ollenkaan. Yli 25-vuotiaissa tabletilla teksti-tv:tä katsoo kaksi prosenttia (Katso Taulukko 2.). Pieni määrä selittyy sillä, että taulutietokone on vielä harvinainen väline Suomessa. Puhelimen kautta katsottaessa nuorten ja yli 25-vuotiaiden kohdalla ei ollut mainittavaa eroa.

Alle 25-vuotiaat käyttäjät selaavat teksti-tv:tä koko kyselyn keskiarvoa vähemmän. Yleisimmin palvelua katsotaan ”kerran–pari päivässä”. Näin ilmoitti 25 prosenttia vastanneista 15–24-vuotiaista käyttäjistä. Tulevaisuutta ajatellen kuitenkin huomattavaa

on, että vaihtoehto ”joka päivä useaan kertaan” sai enemmän kannatusta verrattuna ”muutaman kerran viikossa” -vaihtoehtoon. Kysymyksessä ”Kuinka usein käytät Ylen Teksti-TV:tä” keskiarvoksi nuorten osalta muodostui 3,25 viiden ollessa maksimi.

Seuraavaksi tiedusteltiin ei-käyttäjiltä sitä, miksi he eivät käytä Ylen Teksti-TV:tä. Tähän kohtaan vain 12 oli antanut vastauksen. Heistä puolet ei käytä tekstitelevisiota sen vuoksi, että internet on korvannut palvelun. Viisi oli vastannut, ettei ole kiinnostunut käyttämään Ylen Teksti-TV:tä. Yhden mielestä palvelua on hankala käyttää ja siksi se ei kiinnosta. 15–24-vuotiaat seuraavat eniten Ylen Teksti-TV:n pääsivua. Se sai 40 vastaajan osuuden. Myös urheilu näyttää kiinnostavan nuoria, sillä se ohitti jopa kotimaan uutiset suosituimpien sivujen joukossa. Urheilusivuja kertoi seuraavansa 38 vastaajaa ja kotimaan uutisia 23. Kotimaan uutiset jäivät jopa ulkomaan uutisille sekä tv- ja radio-ohjelmille, jotka saivat 25 vastausta. Sääsivuja seuraa säännöllisesti 14 tähän kyselyyn vastanneista 65 nuoresta.

Veikkaussivut ovat yksi Ylen Teksti-TV:n peruspilareista, mutta siihen kohtaan vain kolme nuorta käyttäjää vastasi selaavansa kyseisiä sivuja. ”Mitä sivuja seuraat säännöllisesti Ylen Teksti-TV:stä kohtaan” sai valita useamman kuin yhden vastausvaihtoehdon. 15–24-vuotiaat käyttäjät ovat melko tyytyväisiä Ylen tämänhetkiseen tilaan. Kysymys antoi keskiarvoksi 3,91. Viiden pisteen kohta ”täysin samaa mieltä” oli suosituin vastausvaihtoehto 37 prosentilla. ”Jokseenkin samaa mieltä” sai 35 prosentin suuruisen rästityksen. 8 prosenttia vastaajista ei ollut lainkaan tyytyväisiä Ylen Teksti-TV:n nykytilaan. Tällä hetkellä 15–24-vuotiaat nuoret eivät täysin usko käyttävänsä Ylen Teksti-TV:tä 2020-luvulla. Jokseenkin samaa mieltä kohdan väittämän kanssa oli 39 prosenttia vastaajista. Täysin eri mieltä ja siis vähiten ensi vuosikymmenen palvelun käyttämiseen uskoi 15 prosenttia nuorista. ”Uskon käyttäväni Ylen Teksti-TV:tä myös 2020-luvulla” -väittämä antoi keskiarvoksi 3,52 viiden ollessa maksimi. Vaikka nuoret ovat sosiaalisen median suurkuluttajia, Twitterin muovautuminen teksti-tv:hen ei ole saanut nuoria käyttämään sitä juurikaan Ylen suorissa tv-lähetyksissä (Katso Kuvio 2.). 79 prosenttia tähän kyselyyn vastanneista nuorista ei ole lukenut eikä kommentoinut Twitterin avulla Ylen tv-lähetyksiä. 19 prosenttia on lukenut Twitter-viestejä kuvaruudulta. Nuoret käyttäjät eivät myöskään käytä tekstityspalvelua kovin ahkerasti. 65 vastaajasta 37 ei ollut käyttänyt lainkaan edellä mainittua palvelua. Yhteensä 28 vastaajaa vastasi käyttävänsä tekstityspalvelua harvoin tai muutaman kerran kuukaudessa.



Kuvio 2. 15–24-vuotiaiden Twitterin käyttö osana Ylen Teksti-TV:tä.

5.3 15–24-vuotiaat arvostavat Ylen Teksti-TV:n nopeutta

Käyttäjäkyselyyn vastanneet nuoret ajattelevat suhteellisen positiivisesti Ylen Teksti-TV:stä. Kysymykseen ”Millainen mielikuva sinulle syntyy sanoista Ylen Teksti-TV?” liki neljännes sisällytti avoimeen vastaukseen sanan ”luotettava”. Lisäksi nuorilla on palvelusta mielikuva paikkana, josta saa nopeasti ja asiallisesti uutisia. Negatiivisia vastauksia oli hieman vähemmän kuin positiivisia. Ne vastaajat, joilla oli negatiivinen mielikuva Ylen Teksti-TV:stä, näkivät sen joko tylsänä tai vanhanaikaisena. Kuten määrällisestä analyysistä ilmeni, nuoret naiset suosivat Ylen palvelusta urheilusivuja. Urheilun sivunumeroita myös muistetaan paljon ulkoa, ja varsinkin jääkiekkoaiheiset sivut ovat jääneet nuorten muistiin. Myös kotimaan uutissivut tuntuvat olevan hyvin 15–24-vuotiaiden hallussa.

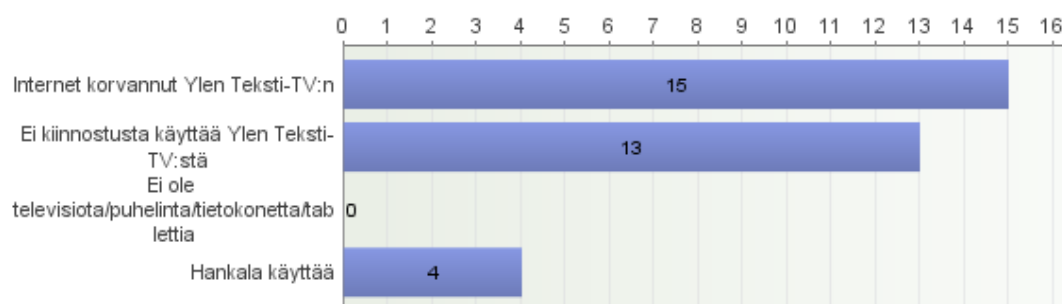
15–24-vuotiaiden mukaan Ylen Teksti-TV päihittää muut mediat nopeudellaan. Näin vastasi 50 nuoresta 18. Toiseksi eniten Ylen palvelu sai nuorilta positiivista palautetta uutispalvelullaan, jonka mainitsi 12 vastaajaa. Helppouden ansiosta Yle päihittää muut viestimet seitsemän vastaajan mielestä. Viidentoista nuoren käyttäjän mukaan mikään ei saisi heitä käyttämään Ylen Teksti-TV:tä nykyistä enempää. Osa tähän kategoriaan kuuluneista vastaajista kertoi näin, sillä he selaavat palvelua jo niin paljon. Osa taas sen vuoksi, ettei heillä oli ylipäätään kiinnostusta käyttää teksti-tv:tä.

Kuusi vastaajaa penäsi käytön lisäämiseksi toimivampaa kodin televisiotekniikkaa ja viisi puolestaan alkaisi käyttää enemmän teksti-tv:tä, jos palvelu muuttuisi nykyaikaiseksi eli näiden käyttäjien mukaan ulkoasun suhteen modernimmaksi. Kaksi eri vastaajaa mainitsi oman television hankkimisen, television katselun lisääntymisen, internetin kaatumisen, kiinnostuksen lisäämisen, viihdeuutiset, teksti-tv:n mainonnan ja tietouden lisäämisen,

jääkiekkotapahtumat ja reaaliaikaisuuden. Myös syyt, kuten nopeus, kätevyys, isompikokoinen tekstitystoiminto, lisäpalvelut tai interaktiivisuus ja uudempi matkapuhelin, saivat tähän kohtaan yhden maininnan.

5.4 Internet korvannut ei-käyttäjien teksti-tv:n selaamisen

Käyttäjäkyselyn 732 naisesta 33 ilmoitti, ettei käytä lainkaan Ylen Teksti-TV:tä. Näistä 33 ei-käyttäjistä 11 vastaajaa ilmoitti iäkseen 15–24 ja toiset yksitoista 25–34 vuotta. Loput vastaajat olivat iältään 35–59-vuotiaita. Huomionarvoista on, että tämä kysely ei tavoittanut ainuttakaan 60-vuotiasta tai sitä vanhempaa ei-käyttäjää. Niistä, jotka eivät käytä Ylen Teksti-TV:tä, 12 asui Uudellamaalla. Se, miksi Ylen Teksti-TV ei kiinnosta, on internet (Katso Kuvio 3.). 48 prosenttia ei-käyttäjistä kertoo, että internet on korvannut teksti-tv:n täysin. 41 prosentilla ei ole vain syytä eikä intoa käyttää Ylen palvelua. 13 prosentin mukaan Ylen Teksti-TV:tä on hankala käyttää. Teksti-tv:tä käyttämättömät ovat myös odotetusti tyytymättömiä palvelun tämänhetkiseen tilaan. Ylen Teksti-TV:n nykytila sai keskiarvonumerokseen ei-käyttäjiltä 2,67 viiden ollessa maksimi. Vielä jyrkempi arvio ei-käyttäjiltä tuli kysymykseen, aikovatko he käyttävää teksti-tv:tä 2020-luvulla. Tähän kysymykseen keskiarvoksi tuli 1,91 viiden ollessa jälleen maksimi. Teksti-TV:tä vähän tai ei ollenkaan selaavat eivät myöskään käytä palvelun tekstitystoimintoa. Nämä vastaajat eivät myöskään kommentoi, eivätkä lue Twitter-viestejä televisioruudulta. Ainoastaan yksi 33 vastaajasta oli lukenut Twitter-viestejä ja kaksi oli kommentoinut sekä lukenut tekstejä.



Kuvio 3. Ylen Teksti-TV:n ei-käyttäjät ovat siirtyneet internetiin.

5.5 Ei-käyttäjät nimittivät Ylen Teksti-TV:tä vanhanaikaiseksi

Ylen Teksti-TV:n ei-käyttäjille ei synny palvelusta kovin mairittelevaa kuvaa. 29 tähän avoimeen kysymykseen vastanneista 12 mainitsee sanan vanhanaikainen. Monen vastaajan mielikuvana on myös laaja urheilutarjonta. Tylsäksi Ylen Teksti-TV:n nimeää

viisi vastaajaa. Teksti-tv:tä käyttämättömien mukaan palvelu ei päihitä muita tiedotusvälineitä missään olosuhteissa. Näin väittää 12 vastaajaa. Yksi vastaajista muistutti kuitenkin ohjelmien tekstityspalvelusta, joka on ainutlaatuinen Ylellä.

Ylen Teksti-TV:tä karsastavien mukaan on muutamia syitä, jonka takia palvelun käyttö on vähentynyt viimeisen kymmenen vuoden aikana. Yhdeksän vastaajaa kertoo internetin olleen pääsyy, miksi käyttö on vähentynyt radikaalisti. Internetin yleistymisen myötä teksti-tv:tä käyttämättömät haluaisivat muun muassa paremman ulkoasun ja sen, että teksti-tv:tä olisi helpompaa ja nopeampaa käyttää. Yhden vastaajan mukaan teksti-tv:n käyttö on lisääntynyt Twitterin tulon myötä.

Ei päihitä. Vertaus nettiin: Teksti-tv lataa sivuja ärsyttävän hitaasti, mitä ei jaksaa odotella. Lehdissä on laajemmat tiedot ja radio puolestaan passivoi vähemmän kuin netti, tv tai teksti-tv.

– 25–34-vuotiaan käyttäjän analyysi kysymykseen päihittääkö Ylen Teksti-TV muut viestimet?

Teksti-TV:tä vierastavat vastaajat voisivat käyttää palvelua vain suurimmassa hädässä. Tämä tarkoitti kolmen käyttäjän osalta internetyhteyden katkeamista. Monet ei-käyttäjät voisivat tulla palvelun käyttäjäksi, jos teksti-tv uudistuisi. Teksti-TV:hen kaivattiin muun muassa iloisempaa ilmettä, miellyttävämpää taustaa sekä fonttia ja muuten vain visuaalisempaa yleisilmettä. Kaksi vastaajaa sanoi palaavansa palvelun käyttäjäksi, jos teksti-tv:hen tulee jotain sellaista, mitä internet ei tarjoa. Neljän vastaajan mukaan mikään ei saisi heitä palaamaan tekstitelevisioon ääreen.

5.6 Suurkäyttäjät erittäin tyytyväisiä Ylen palveluun

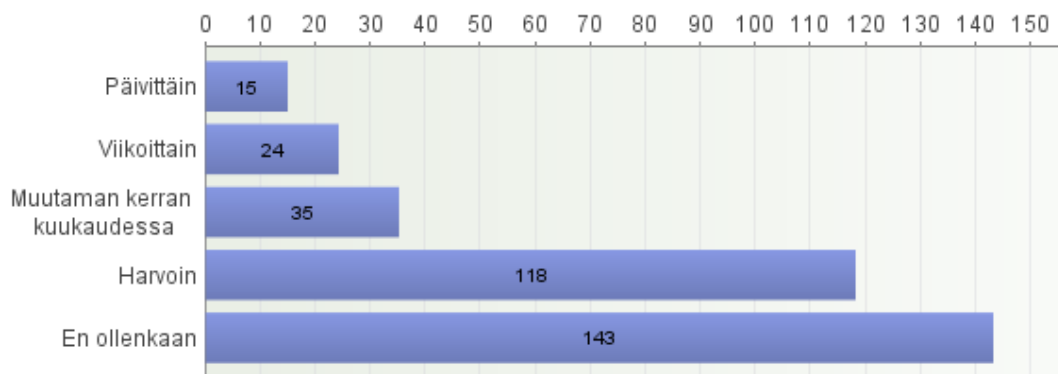
Ylen Teksti-TV:n suurkäyttäjiksi tässä kohtaa nimitetään vastaajat, jotka kertoivat tutkimuskyselyn kohdassa numero yhdeksän käyttävänsä palvelua päivittäin useaan kertaan. Näitä vastaajia oli 335. Suurkäyttäjät ovat myös ryhmänä kaikista tyytyväisimpiä Ylen Teksti-TV:hen. Nämä tekstitelevisiion tosifanit antoivat palvelulle arvosanaksi 4,32 viiden ollessa maksimi. Joka päivä useaan kertaan teksti-tv:tä vilkuilevat käyttäjät ovat suurimmaksi osaksi 35–49-vuotiaita. Heitä oli 34 prosenttia tässä kyselyssä ja tässä suodatetussa käyttäjäryhmässä. Vähiten tosifaneja on nuorissa 15–24-vuotiaissa, joita ei ollut kuin neljä prosenttia vastaajista. Koulutustasoltaan innokkaimmat teksti-tv:n käyttäjät ovat toisen asteen käyneitä. Heitä on 45 prosenttia vastaajista. Ylempi korkeakoulututkinto sai 26 prosentin vastausosuuden ja ohitti kolmella prosenttiyksiköllä alemman

korkeakoulututkinnon. Ammatillaan tosifanit ovat yleisimmin hallinnon tai talouden ammattilaisia. Tällaisella alalla työskentelee 14 prosenttia vastaajista. Huomioitavaa on, että toiseksi eniten suurkäyttäjät ovat työelämästä poistuneita eli ovat eläkkeellä. Eniten suurkäyttäjät katselevat teksti-tv:tä televisiosta. Näistä käyttäjistä 325 käyttää sitä ainakin televisiosta. Tietokoneen kautta palvelua selaa 170 käyttäjää, puhelimen kautta 40 vastaajaa ja taulutietokoneen kautta 10 vastaajaa. Suurkäyttäjät seuraavat odotetun paljon eri sivuja Ylen Teksti-TV:stä. Näistä todella paljon teksti-tv:tä seuraavat vastaajat selaavat eniten Ylen Teksti-TV:n pääsivuja ja kotimaan uutisia. Kumpikin näistä vastauksista oli saanut 300 ihmisen kannatuksen. Myös ulkomaan uutiset (250), urheilu-uutiset (210), sää (180) sekä tv- ja radio-ohjelmasivut (170) saavat huomattavan paljon huomiota suurkäyttäjiltä. Tähän kohtaan pystyi vastaamaan useammalla kuin yhdellä vaihtoehdolla.

Teksti-tv on "vakio", osa päivää ja iltaa, siinä missä aamupuuro aamuisin.

– Eräs 25–34-vuotias vastaaja.

Suurkäyttäjät eivät ole hylkäämässä Ylen Teksti-TV:tä myöskään jatkossa. 335 tosifanista nimittäin 64 prosenttia uskoo käyttävänsä palvelua täysin varmasti myös 2020-luvulla. Melko varmastikin tekstitelevisiota tiirailee ensi vuosikymmenellä 24 prosenttia tämän ryhmän vastaajista. Nykyisistä suurkuluttajista ainoastaan kaksi oli täysin varma, ettei käytä Ylen Teksti-TV:tä enää 2020-luvulla. Keskiarvoksi väittämä "Aion käyttää Ylen Teksti-TV:tä myös 2020-luvulla" antoi 4,50 viiden ollessa maksimi. Todella intensiivisesti palvelua seuraaville Ylen Über-Teksti-TV ei ole tuttu. Vain hieman reilut 20 prosenttia tiesi, mistä siinä on kysymys ja näistä vastaajista reilut 65 prosenttia ei ollut käyttänyt Über-Teksti-TV:tä. Suurkäyttäjät eivät ole myöskään ainakaan vielä kovin aktiivisia yhdistämään teksti-tv:tä ja Twitteriä. Vähän vajaat 70 prosenttia tästä ryhmästä ei ollut lukenut eikä kommentoinut Twitter-viestejä Ylen Teksti-TV:n kautta osana tv-lähetystä. 33 prosenttia vastaajista oli lukenut Twitter-viestejä kuvaruudulta. "Lukenut ja kommentoinut" -kohta sai vain kolmen prosentin kannatuksen. Tekstitelevision suurkäyttäjät käyttävät eniten kaikista vastaajaryhmistä tekstityspalvelua, joskin eivät kovinkaan ahkerasti (Katso Kuvio 4.). Tämän ryhmän 335 vastaajasta neljä prosenttia katsoo teksti-tv:n kautta tekstitettyjä ohjelmia päivittäin. Prosenttimäärät nousevat sitä mukaa, mitä harvemmaksi käyttökerrat jäävät. Tekstityspalvelua on edes kerran käyttänyt 55 prosenttia teksti-tv:n suurkäyttäjistä.



Kuvio 4. Suurkäyttäjät eivät käytä kovin usein tekstityspalvelua.

5.7 Suurkäyttäjien teksti-tv:n käyttö on lisääntynyt

Ylen Teksti-TV:n käyttö on palvelun suurkuluttajilla enimmäkseen lisääntynyt viimeisen kymmenen vuoden aikana. Tähän avoimeen kysymykseen 164 vastasi käytön lisääntyneen vuosikymmenessä. Syitä tekstitelevisiion käytön lisääntymiseen on useita. Monet vastaajat muistuttivat, että teksti-tv:ssäkin on nykypäivänä tietoa enemmän saatavilla ja ylipäättään tarjonta on monipuolistunut. Muutamat vastaajat kertoivat tehneensä ”sivulöytöjä”, jolloin käyttö on kasvanut. Ylen kannattaisikin tiedottaa näkyvämmiin teksti-tv:n moninaisista palveluista. Tietokoneen tai nykyaikaisen matkapuhelimen ostaminen on myös yksi syy käytön lisääntymiselle. Jotkut teksti-tv:n nykyiset suurkäyttäjät ovat puolestaan luopuneet sanomalehden tilaamisesta ja tämän takia Ylen Teksti-TV on auki vähän väliä. Lisääntynyt päivittäinen vapaa-aika on lisännyt eläkkeelle jääneiden ihmisten teksti-tv:n käyttöä. Nuoremmille ihmisille taas vanhenemisen myötä tuleva kiinnostus yhteiskunnallisiin asioihin on lisännyt palvelun käyttöä viimeisen kymmenen vuoden aikana. Monet vastaajat painottivat yksinkertaisesti sitä, että Ylen Teksti-TV:stä näkee selkeimmin ja helpoimmin sen, mitä maailmalla on tapahtunut, ja siksi sen käyttö on lisääntynyt. 107 tämän ryhmän vastaajan mukaan tekstitelevisiion käyttö on pysynyt ennallaan. Monen mukaan siitä syystä, että palvelun selaaminen on jo niin aktiivista, ettei sitä voisi tehdä enää enempää. Jotkut olivat hieman kriittisempiä ja sanoivat, että teksti-tv ei tarjoa mitään sen kummempaa, jotta sitä voisi katsoa ainakaan enempää. Ylen Teksti-TV:n tosifaneista 23 vastaajalla palvelun käyttö on vähentynyt vuosien saatossa. Yleisin syy oli internet, josta moni teksti-tv:n katselua vähentänyt käyttäjä poimii nykyään tietonsa.

104 suurkäyttäjän mukaan Ylen Teksti-TV päihittää muut viestimet nopeudellaan. Tällä eri vastaajat tarkoittivat kahta eri asiaa, joita he pitivät nopeana. Useimmat olivat sitä mieltä, että tekstitelevisio on siitä syystä yliverainen verrattuna muihin viestimiin, koska palvelun saa nopeasti päälle television katselun lomassa. Useat tarkoittivat nopeudella Ylen Teksti-TV:n toimituksen ripeyttä. Näiden vastaajien mukaan siis uutiset päivittyvät nopeasti palveluun. 66 vastaajaa korosti, että Ylen Teksti-TV on korvaamaton uutisten laadussa ja tiiviudessa. Näiden vastaajien mukaan juuri Ylen palvelu uutisoi tapahtumista asiallisemmin ja luotettavammin kuin muu media. Muutamien vastauksissa kiiteltiin Yleä siitä, että julkisen palvelun yhtiöllä ei ole ”hömppä”- eikä ”liirumlaarum”-juttuja sivuillaan, eikä Yle myöskään revittele otsikoillaan teksti-tv:ssä. 60 vastaajaa puolestaan piti Ylen Teksti-TV:n selkeänä vahvuutena helppoutta. Monet muistuttivat, että teksti-tv on aina saatavilla, jos vaikka internetyhteys pätkii tai ei toimi lainkaan. Helppoutta kiitelleet vastaajat huomauttivat myös Ylen Teksti-TV:n pääsivun ainutkertaisuudesta. Sivun 100 avaamalla näkee kootun kattauksen siitä, mitä kotimaassa ja maailmalla on tapahtunut. 13 henkilön mielestä Ylen palvelu päihittää muut viestimet ajantasaisuudellaan. Saman määrän merkintöjä sai myös urheilun seuraaminen. Kahdeksan ihmistä pitää Ylen Teksti-TV:tä mainiona mediana verrattuna kilpailijoihinsa mainosten puuttumisen takia. Vain muutama teksti-tv:n tosifani vastasi, ettei Ylen Teksti-TV päihitä varsinaisesti muita viestimiä millään osa-alueella. Nämä vastaajat muistuttivat, että eri viestimet pikemminkin täydentävät toisiaan. Erään vastaajan mukaan tekstitelevisiosta löytyy uutisten ydin, mutta jos haluaa enemmän tietoa jostain tietyistä tapahtumista, on katsottava televisiouutisia, käytävä Ylen internetsivuilla tai luettava sanomalehdestä lisää haluamastaan uutisesta.

Voiko tätä käyttää vielä enemmän kuin mitä käytän jo... Eräät työtoverini kehuvat viisauttani, joka on heidän mielestään peräisin teksti-tv:stä!!!

– 50–59-vuotias vastaaja

Suurkäyttäjät selaavat tekstitelevisiota niin paljon, että heidän on vaikea enää keksiä syitä lisäkäytölle. Avoimeen kysymykseen ”Mikä saisi sinut käyttämään Ylen Teksti-TV:tä enemmän?” sai 108 tosifanilta vastauksia, kuten ”enempään käyttöön ei ole enää tarvetta.” Suurkäyttäjien mukaan tekstitelevisio on jo nyt niin hyvä sisällöllisesti, ettei selaamisen lisääminen sen takia ole mahdollista. Monet myös käyttävät jo niin paljon teksti-tv:tä, ettei vastaajien mukaan ole ajallisesti enää mahdollista käyttää sitä enempää. Nämä kaksi edellä mainittua vastausta olivat selvästi suosituimmat kysymykseen ”Mikä saisi sinut

käyttämään Ylen Teksti-TV:tä enemmän?”. Seuraavaksi yleisin vastaus löytyi 23 käyttäjän vastauksesta. Sen mukaan heidän käyttönsä lisääntyisi, jos Ylen Teksti-TV:n sivustot laajentuisivat nykyisestä. Vastaaajien mukaan tämä tarkoittaisi lisää uusia aihealueita sekä taustoja uutisjuttuihin. Muut syyt lisäkäytölle saivat sitten jo hajaääniä.

Kymmenen suurkäyttäjää viettäisi aikaa palvelun parissa vieläkin useammin, jos alisivujen siirtonopeus toimisi nykyistä ripeämmin. Yhdeksän mukaan käyttö lisääntyisi, jos uutiset päivittyisivät yhtä nopeasti teksti-tv:hen kuin Ylen internetsivuille. Seitsemän vastaajaa lisääisi puolestaan käyttöä, jos Ylen palvelussa olisi vastaavanlaisia viihdeuutisia kuin MTV3:n Tekstikanavalla. Sama määrä selaisi Ylen Teksti-TV:tä vielä ahkerammin, jos sivuilta löytyisi enemmän alueuutisia. Neljä ihmistä puolestaan selaisi Ylen palvelua enemmän, jos siellä julkaistaisiin tavallisten kansalaisten kirjoituksia tai pidettäisiin mielipidepalstaa yllä. Seuraavat asiat teksti-tv:n lisäkäytölle löytyivät kahden vastaajan lomakkeesta: television hankkiminen, sujuvampi selaaminen, jatkuva ohjelmien tekstittäminen ruotsiksi ja/tai englanniksi, parempi ulkomaiden säätietojen kattaus, sanomalehden peruutus, vähemmän sivunumerovirheitä ja internetin puuttuminen. Lisäksi yksittäisissä vastauksissa kaivattiin kirpputoripalstaa, lisää ”hyviä” sivuja, kirkon päivän sanaa, neuleohjeita, eläkeläissivustoa sekä parempaa graafista ilmettä.

5.8 Twitter jakaa mielipiteitä

Toteutetun tutkimuskyselyn "Naiset Yle Teksti-TV:n käyttäjinä" kerryttämien käyttäjäkokemusten mukaan kysymys "Jos olet kommentoinut tai lukenut Twitter-viestejä teksti-tv:n kautta osana Ylen tv-lähetystä, mitä lisäarvoa se on tuonut ohjelmaan" toi esiin hyviä näkemyksiä. 168 vastauksen joukosta negatiivisesti Twitteriin teksti-tv:n välityksellä suhtautuvat kokivat sen häiritsevän itse televisio-ohjelman seuraamista, kun ei joko ollut kiinnostusta tai aikaa lukea viestejä ja seurata ohjelmaa samanaikaisesti. Erään vastaajan mielestä kommenttien taso oli huono. Joku kommentoi jo olevansa Twitterissä, eikä sen vuoksi tarvitse teksti-tv-sovellusta lisäksi tv-ruudulle. Toinen vastaaja koki sen helpoksi, kun ei tarvinnut lisäksi avata internetyhteyttä viestien seuraamiseksi.

Koskaan eivät vaaliohjelmat ja Euroviisut ole olleet niin mielenkiintoisia kuin nyt Twitter-aikana. Se on todella viihdyttävä palvelu.

– 35–49-vuotias vastaaja

Euroviisuissa Twitter-sovellus on ollut aivan järjettömän hauska.

– 25–34-vuotias vastaaja

Positiivisia seikkoja ilmeni useita. Osa käyttäjistä näki hyvänä, että oma mielipide tuli laajemminkin luetuksi ja pystyi vaikuttamaan asioihin, vieläpä reaaliajassa. Twitter-sovellus teksti-tv:n kautta koettiin siis jopa demokratian edistäjänä. Yleisesti osallistumismahdollisuus lähetykseen nähtiin väylänä oman kiinnostuksen lisääntymiseen. Myös mahdollisuuden interaktiivisuuteen lähetyksissä koettiin sitouttavan ohjelman seuraamiseen. Erään vastaajan mukaan viestit lisäsivät paljon mielenkiintoa poliitikan ohjelmien sekä pitkien ja tasaisten ohjelmien, kuten Linnan juhlien seuraamiseen. Joku aprikoi sosiaalisen median kautta virtaavan kokonaan uusia katsojia Ylen ohjelmille. Eräs toivoi useamman viestin näkyvän samanaikaisesti ruudussa.

Tuo interaktiivisuutta ohjelmaan – mielestäni hyvä esimerkki siitä, että teksti-tv voi olla myös 2010-luvun media.

– Eräs 25–34-vuotias vastaaja

Älkää siis vain teksti-tv:tä lopettako! Teksti-tv on usein paljon nopeampi kuin tietsikka. Etenkin mökillä, jossa ei 3G toimi, niin tietsikan avaaminen ja sieltä uutisten tai tv-ohjelmien hakeminen kestää tuhattoman kauan. Teksti-tv on nopea!

– Eräs 50–59-vuotias vastaaja

Eräät kokivat kuuluvansa isompaan katsojajoukkoon, vaikka katsoisivatkin kotona ohjelmaa yksin. Palvelua toivottiin myös urheilulähetyksiin. Twitterin kautta pystyttiin tuomaan puheenaiheisiin huomionarvoisia uusia näkökulmia ja hyviä vitsejäkin. Tv-ohjelmien suvantovaiheiden ratoksi Twitter-viestit nähtiin hyvänä viihteenä. Eräs vastaaja totesi, että TV-ohjelmiin lähetetyt tekstiviestit eivät olisi yhtä monipuolisia ja syvällisiä, vaikka merkkimäärä on myös Twitter-viesteissä rajallinen. Vastaajista jotkut kehottivat kuitenkin mediakriittisyyteen, kun he uskoivat, että osa Twitter-viestittelijöistä pyrkii tarkoituksella muokkaamaan yleistä mielipidettä.

Vielä kun ohjelmien juontajat ottaisivat ”twiittaajien” kommentit/kysymykset ohjelmiin mukaan, niin ehkä itsekkin aktivoituisin kotisohvalla.

– Eräs 35–49-vuotias vastaaja

6 LOPPUYHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän opinnäytetyön yhteyteen teetetty käyttäjäkysely antoi selkeän vastauksen kysymykseen, katsovatko ihmiset teksti-tv:tä vielä niin paljon, että palvelua kannattaa ylläpitää? Vastaus kentältä oli selvä: suomalaiset katsovat jatkossakin Ylen Teksti-TV:tä. Teksti-tv:tä tuntuvat katsovan erityisesti uutisista ja urheilusta kiinnostuneet naiset. Yksi syy Ylen Teksti-TV:n suurelle suosiolle näyttää olevan asiallisuus eli toisin sanoen laatujournalismi. Suurkäyttäjistä, eli niistä jotka käyttävät palvelua monta kertaa päivässä, paistoi selvä intohimo teksti-tv:tä kohtaan. Vanhempien ikäryhmien vastapuolena ovat nuoret käyttäjät, jotka suhtautuvat Ylen Teksti-TV:hen selvästi kriittisemmin. Nämä 15–24-vuotiaat kansalaiset hakevat muita useammin tietonsa internetistä, eikä teksti-tv näytä olevan heille mieluisin tiedonhakukanava. Osa nuorista pitää teksti-tv:tä kivikautisena uutisvälineenä, joka vielä näyttääkin tylsältä. Ylen Teksti-TV sai osalta nuorista käyttäjistä puolestaan kehua palvelun luotettavuudesta ja nopeudesta.

Ei-käyttäjät olivat todella kriittisiä Ylen Teksti-TV:n nykytilaan. Voi kuitenkin olla, koska tavoitimme kuitenkin vain tuon reilun 30 ei-käyttäjää, että suurempi viisaus meidän tutkimuskyselyämme tarkasteltaessa piilee niissä sadoissa innokkaasti palveluun suhtautujissa, joista monet osoittautuivat penkkiurheilijoiksi. Liian pitkälle meneviä johtopäätöksiä ei pidä siis tutkimuskyselymme pohjalta lähteä ei-käyttäjien osalta vetämään.

Suomalaiset nuoret ovat vasta kunnolla löytämässä Twitterin, mutta sen ja teksti-tv:n yhdistely jatkossakin voisi tavoittaa uuden sukupolven myös itse teksti-tv:n piiriin. Kun nuori kokee pääsevänsä vaikuttamaan ja saa äänensä kuuluviin, syntyy hänelle olo, että hänkin voi vaikuttaa ja hänen mielipiteellään on merkitystä mahdollisesti laajemmin. Jatkovaa innovoimista ja kehitystyötä teksti-tv-toimitukselta on siis penättävä. Kaikenlainen kehitystyö saattaisi lisätä ainakin hetkittäistä suosiota "twitteröityjen" ohjelmien yhteydessä.

7 YLEN TEKSTI-TV:N HUOMIOT KYSELYN TULOSSIIN

Lähetimme käyttäjäkyselyn Ylen Teksti-TV:n toimitukseen. Koko käyttäjäkyselyn lisäksi poimimme Ylelle yhden A4-sivun verran tärkeimpiä huomioita kyselystä. Kirjoitimme Ylelle nuorista käyttäjistä, suurkäyttäjistä ja ei-käyttäjistä sellaista tietoa ylös, jonka uskoimme kiinnostavan ensisijaisesti Ylen Teksti-TV:n toimitusta. Näiden lisäksi laitoimme toimitukselle tiedoksi suoria palaute-ehdotuksia, joita tilaaja pystyy käymään läpi myöhemminkin.

Ylen Teksti-TV:n tuottajan Matti Rämön mukaan tutkimuskysely vahvistaa näkemyksiä ja oletuksia naisten teksti-tv:n käytöstä. Tehty tutkimuskysely on Ylen Teksti-TV:lle erittäin tärkeä työkalu, kun teksti-tv:n toimitus perustelee lähitulevaisuudessa tai viimeistään syksyllä 2012 sisältökokonaisuutta Yleisradion sisällä. Teksti-tv:hen tuotettua materiaalia tehdään nykyään useammassa toimituksessa, eikä teksti-tv:n toimituksessa pystytä vaikuttamaan esimerkiksi Ylen uutistoimituksen tapaan tehdä uutisia tekstitelevisiolle. Rämön mukaan teksti-tv:n toimitus on pieni palanen tulevassa isossa organisaatiouudistuksessa, joka koskee www.yle.fi:tä ja myös teksti-tv:tä.

Rämön mukaan teksti-tv:n sisältö ei tule todennäköisesti kovin radikaalisti muuttumaan jatkossakaan, mutta silti teksti-tv joutuu perustelemaan muun muassa eritoten naisille suunnattujen Viikkomakasiini-sivujen olemassaoloa nykyajajuuudessaan. Tämän vuoksi teksti-tv:lle oli hyvin tärkeää käyttäjäkyselyssä oleva naisnäkökulma. Käyttäjäkyselyn tulosten avulla teksti-tv:n toimitus pystyy esittelemään hyötyjä, joilla esimerkiksi Viikkomakasiini-sivut voitaisiin jatkossakin turvata. Avoimien kysymysten vastauksista teksti-tv:n väki saa vinkkejä, joiden avulla teksti-tv:n sisältöjä pystytään kehittämään tulevaisuudessa.

Uusia kampanjoita Ylen Teksti-TV:lle on tulossa myös teksti-tv:n taidefestivaalien jälkeen. Teksti-tv julkaisee muutaman viikon ajan katsojien omia taidekuvia Viikon kuva -sivulla 525. Kesätapahtuma- ja kesäfestivaalisivuja Ylen Teksti-TV:n toimitus pystyy pitämään yllä vielä ainakin tämän kesän ajan. Rämön mukaan tulevaisuudesta ei ole näiden sivujen osalta varmuutta.

Ylen Teksti-TV:n toimittajan Sami Koiviston mukaan käyttäjäkyselyn tulokset tukevat monilta osin Koiviston omaa vuona 2009 tekemää kyselyä. Koiviston mukaan naisten

käyttötottumukset eivät näytä eroavan kovinkaan paljon miesten käyttötottumuksista. Tätä selittänee osittain Ylen Teksti-TV:n sisältö. Koiviston mukaan Ylen pitäisikin nyt kyetä suuntaamaan nykyistä enemmän palveluita naisille. Koiviston mukaan Viikkomakasiini-sivujen lopettaminen tässä tilanteessa ”olisi typerintä, mitä naiskäyttäjien kannalta voisimme Ylessä tehdä”. Ylelle merkittävää tietoa käyttäjäkyselystä on se, että naiset, jotka käyttävät Ylen Teksti-TV:tä eniten (suurkäyttäjät), ovat lisänneet viimeisen kymmenen vuoden aikana palvelun käyttöä siksi, että teksti-tv:n tarjontaa on monipuolistettu. Koiviston mukaan tutkimuksesta välittyy erittäin selvästi, että yleisö kiinnittää huomiota siihen, ettei Ylen Teksti-TV:tä markkinoida juuri lainkaan. Koiviston mukaan Yleisradion johtotason olisi hyvä tietää tämäkin asia, jotta nimenomaan naisille suunnattuja Viikkomakasiini-sivuja osattaisiin nähdä keinona tasapainottaa käyttäjäkunnan ”vinoutunutta” sukupuolijakaumaa. Kyselytutkimus paljasti teksti-tv:n toimitukselle sen positiivisen seikan, että Twitter-Teksti-TV:n ja Taidefestivaali-sivujen ansiosta Ylen palvelu on saanut arvokasta lisänäkyvyyttä. Koiviston mukaan lisänäkyvyys on ollut tarpeen, koska Ylen Teksti-TV:n markkinoinnissa on ollut parannettavaa. Teksti-tv:n erilaisia vähemmistöjä koskevista palveluista kullanarvoinen esimerkki Koiviston mukaan on toive kohdentaa palveluja maahanmuuttajille kielenoppimisvälineenä sekä palvelun parempi kohdentaminen kotiäideille.

LÄHTEET

Afterdawn. 2011. http://fin.afterdawn.com/uutiset/artikkeli.cfm/2011/10/03/yle_teksti-tv_tayttaa_30_vuotta

Alasuutari, J. 2001. Text-TV Som medium fall: MTV3 Text. Svenska handelshögskolan.

Antin, N. 2008. ITeletext – teksti-tv Iphonessa. <http://macmaa.com/2008/11/30/iteletext-teksti-tv-iphonessa/>

Binder, M. 1985. Videotex and Teletext: New Online Resources for Libraries. Greenwich, Connecticut : Jai Press.

Eriksson, L. 8.3.2012. Henkilökohtainen tiedonanto.

Eronen, R. 2009. Kielikello 2. Ohjelmatekstitys: Puheesta kirjoitusta.

Helsingin Sanomat. 21.8.1992. Music TV aloitti tekstitelevision.

Himberg, P. 2011. Teksti-tv mullisti tiedonvälityksen.
http://yle.fi/elavaarkisto/artikkelit/teksti-tv_mullisti_tiedonvalityksen_35255.html#media=35260

Huolman-Pitkänen, R. 7.3.2012. Henkilökohtainen tiedonanto.

Huovila, T. 2001. Uutinen eri välineissä. Vantaa: Inforviestintä Oy.

Ilmonen, K. 1996. Yleisradion historia 1926–1996. Helsinki: WSOY.

Jylhäsalu, M. 12.3.2012. Henkilökohtainen tiedonanto.

Järvinen, P. 6.3.2012. Henkilökohtainen tiedonanto.

Jääsaari, J. 1998. Radio- ja TV-tutkimuksen käsikirja: Teksti-tv:n katselu syksyllä 1997. Helsinki: Yleisradio.

Jääsaari, J. 1998. Radio- ja TV-tutkimuksen käsikirja: Yle Teksti-TV viestii tiiviisti mediavirrassa. Helsinki: Yleisradio.

Kiiskinen, K. 1981. Tekniikan Maailma 3. Tv-viestintä lukutaitoisille.

Kilpeläinen, V-M. 2010. Lapin ylioppilaslehti 6. Teksti-TV viestii tiiviisti mediavirrassa.

Kiravuo, K. 1981. Sähkö 54: Teksti-TV.

Koivisto, S. 2009. Selvitys Ylen Teksti-TV:n katsojatytyväisyydestä. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.

Koivisto, S. 2012. Twitter-Teksti-TV – mikä se on? http://yle.fi/tekstiv/arkisto/mika_teksti-tv/twitter-teksti-tv - mika se on 1455.html

Kuukka, K. 31.7.1996. Ilta-Sanomat. Teksti-tv on köyhän internet.

Kääpä, K. 2005. Kuuloviesti 7. Tekstityksen kehitys kulkee teknologian ehdoilla.

Lantto, R. 1982. Uudet sähköiset viestimet. Helsinki: Weilin+Göös.

Leppäranta, R. 2009. Yhden Demin sukupuoli: Sukupuolen rakentuminen tyttöjenlehti Demissä. Journalistiikan pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitos.

<https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/22890/URN%3aNBN%3afi%3ajyu-201002031180.pdf?sequence=1>

Matilainen, V. 2011. Teksti-tv pysyy ajan hermolla, välittämättä ajan hampaasta.

http://yle.fi/elavaarkisto/artikkelit/teksti-tv_pysyy_ajan_hermolla_valittamatta_ajan_hampaasta_73392.html#media=73402

Masalin, T. 2009. Parhaat iPhone-ohjelmat? <http://blogit.tietokone.fi/mac/363/parhaat-iphone-ohjelmat/>

Mediaviikko. 2006. Kolme neljäsosaa nuorista miehistä lukee päivittäin teksti-tv:tä.

<http://mediaviikko.fi/kaikki/uutinen/kolmeneljasosaa-nuorista-miehista-lukee-paivittain-teksti-tvta.html?p114=8&p115=1&p118=3&p119=1&p1543=76>

MTV3 Tekstikanava. 2012. MTV3 Tekstikanava tavoittaa laajasti.

http://spotti.mtv3.fi/site/mtv3/mainostaminen.jsp?sl2=4&ss=mm_mtv3txt&id=8537

N8fin.com. <http://www.n8fin.com/teksti-tv-suomi-teksti-tv-v1-22/>

Nilsson, R. 1984. Kuluttajatietoa 3: Mitä hyötyä Teksti-tv:stä?

Nilsson, R. 5.3.2012. Henkilökohtainen tiedonanto.

Nykarleby Lokal-TV. 2012.

Pitkänen, J. 2009. Teletextiä puhelimella. http://www.tietokone.fi/softa/mobiili/teksti_tv

Puhakainen, R. 2004. Friidu: Tyttöjen ja naisten ihmisoikeudet.

<http://www.ihmisoikeudet.net/uploads/materiaali/friidu.pdf>

Rajaniemi, J. 2011. Sovellus: Teksti-tv Mix.

<http://www.apps4finland.fi/fi/kilpailutyot/sovellus-teksti-tv-mix>

Rekiaro, I. 1984. Tekniikan Maailma 7: Tiivistettyä tietoa kuvaruudulta.

Ruoho, I. 2006. Sukupuolishow: Johdatus feministiseen medatutkimukseen. Tampere: Gaudeamus.

Ruoho, I. 2009. Suhteissa mediaan. Jyväskylän yliopiston nykykulttuurin tutkimusyksikkö.

Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Rämö, M. 2011. Teksti-TV pelastaa maailman! <http://blogit.yle.fi/elava-arkisto/21122012-teksti-tv-pelastaa-maailman>

Rämö, M. 16.3. 2012. Henkilökohtainen tiedonanto.

Seppänen, A. 1996. Markkinointi & Mainonta 3. Tv-uutiset ja teksti-tv tulevat verkkoon: Yleisradio laajentaa internet-palveluaan.

Tilastokeskus. 2010. Sosiaalinen media: verkkomedia ja yhteisöpalvelujen käyttö.

http://www.stat.fi/til/sutivi/2010/sutivi_2010_2010-10-26_kat_003_fi.html

Timetoast. 2011. Teksti-tv:n vuosikymmenet <http://www.timetoast.com/timelines/teksti-tvn-vuosikymmenet>

Turtiainen, R. 2010. Tekniikan Waiheita 4. ”Tulos ei päässyt edes teksti-tv:lle”: miksi vanhanaikainen teknologia on säilyttänyt asemansa digitalisoituneessa mediaurheiluympäristössä?

Turtiainen, R. 12.3.2012. Henkilökohtainen tiedonanto.

TV3. 2012. www.tv3.se

TV5. 2012. www.kanal5.se

Über-Teksti-TV. 2012. http://beta.yle.fi/uber_teksti-tv/

Utain, Tampereen yliopiston toimittajakoulutuksen viikkolehti. 2011. Kolme vuosikymmentä pikseliruudun ääressä.

<http://utain.uta.fi/henkil%C3%B6t/kolme-vuosikymment%C3%A4-pikseliruudun-%C3%A4%C3%A4rell%C3%A4>

Virtuaaliurheilu. 2011. <http://www.virtuaaliurheilu.fi/tutkija.phtml>

Yleisradio 2005. Ylen erityis- ja vähemmistöryhmien palvelustrategia.

http://avoinyyle.fi/www/fi/liitetiedostot/erityisryhmat_strategia.pdf

Yle internetsivut 2011.

http://yle.fi/uutiset/teemat/vaalit_2011/2011/04/kommentoi_vaaleja_tv-ruudulla_2493987.html

Yle Teksti-TV 2011. <http://yle.fi/tekniikka/?ID=106&group=106>

Yleisradio. 2011. Ylen Teksti-TV tavoittaa päivittäin noin miljoona suomalaista.

http://avoinyyle.fi/www/fi/?we_objectID=436

Yleisradio. 2011. Teksti-tv täytti 30 vuotta. http://yle.fi/uutiset/kotimaa/2011/10/teksti-tv_taytti_30_vuotta_2929881.html

Yleisradio. 2011. Ylen toimintaperiaatteet. <http://yle.fi/yleisradio/toimintaperiaatteet>

Yleisradio. 2011. <http://blogit.yle.fi/elava-arkisto/21122012-teksti-tv-pelastaa-maailman>

Yleisradio. 2012. Yle teksti-tv:n www-sivut uudistuivat.

http://www.yle.fi/tekstiv/arkisto/mika_teksti-tv/teksti-tvn_www-sivut_uudistuivat_1437.html

Waldén, S. 2004. Käyttäjakeskeisen supertekstitelevisiön suunnittelu: käytettävyys ja menetöt. Tampereen yliopisto. <http://www.cs.uta.fi/reports/bsarja/B-2004-6.pdf>

Wikipedia. 2012. <http://fi.wikipedia.org/wiki/Ohjelmointirajapinta>

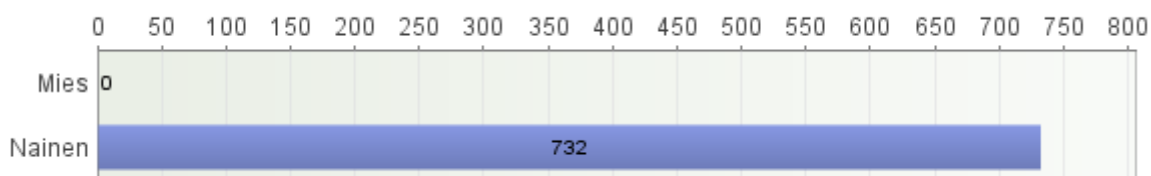
LIITTEET

Liite 1. Tutkimuskyselyn kysymykset ja monivalintakysymysten vastaukset kaikkien naisvastaajien mukaan Webropol 2.0 -sovelluksessa

Naiset Ylen Teksti-TV:n käyttäjinä

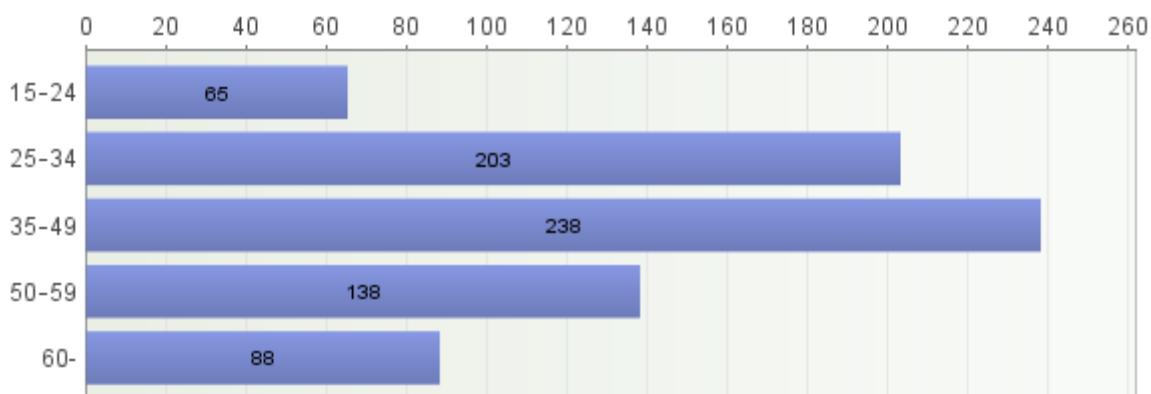
1. Sukupuoli

Vastaajien määrä: 732



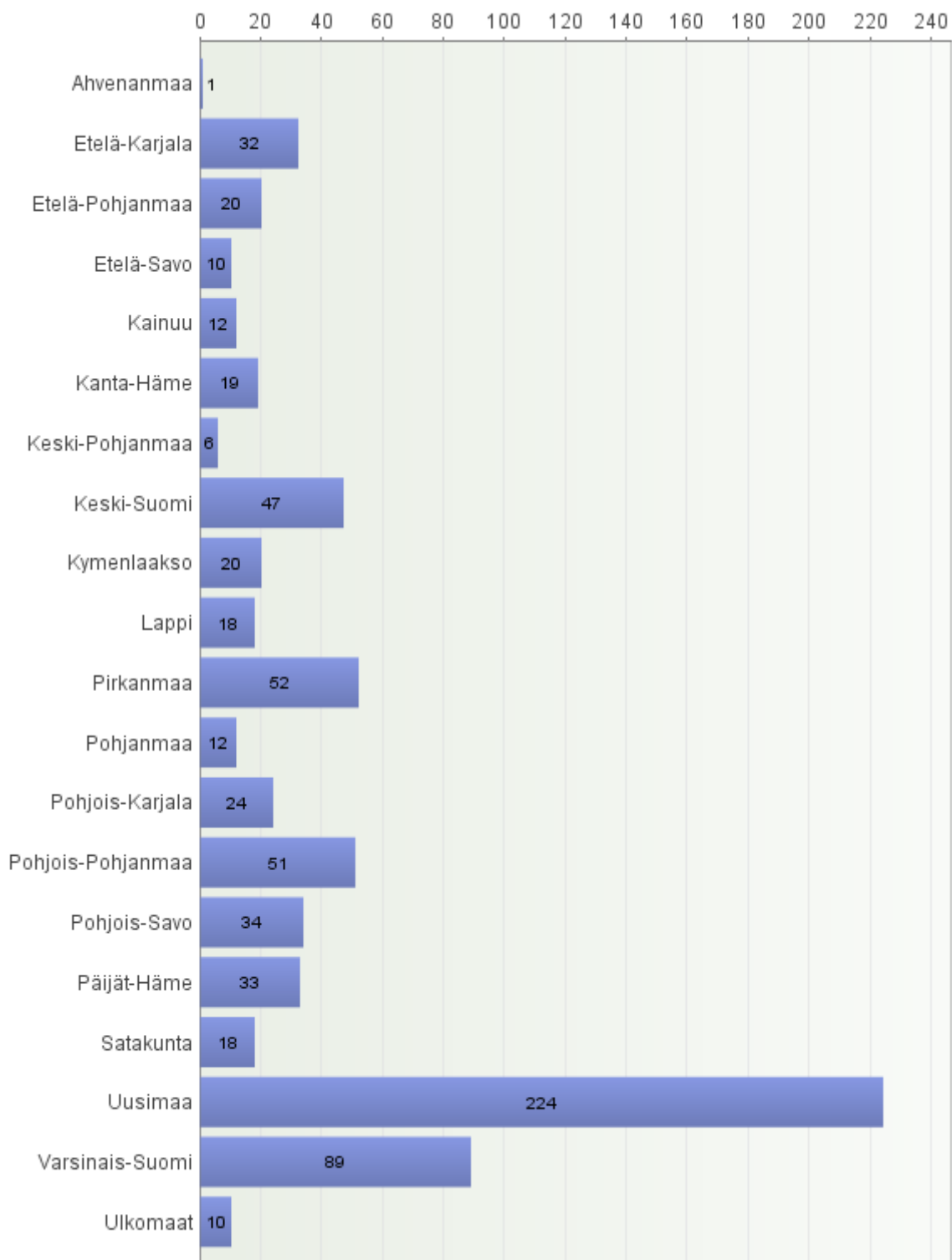
2. Ikäryhmä, johon kuulut

Vastaajien määrä: 732



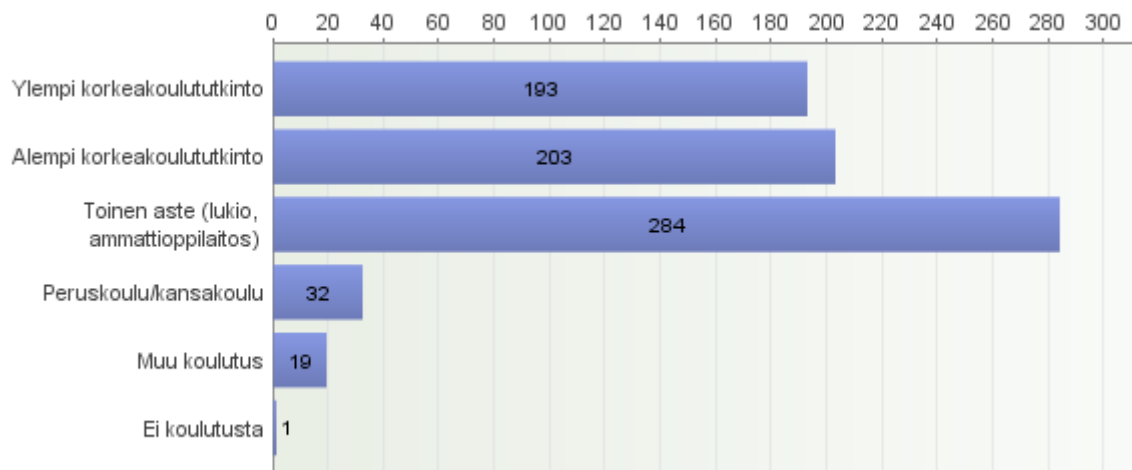
3. Asuinpaikka

Vastaajien määrä: 732



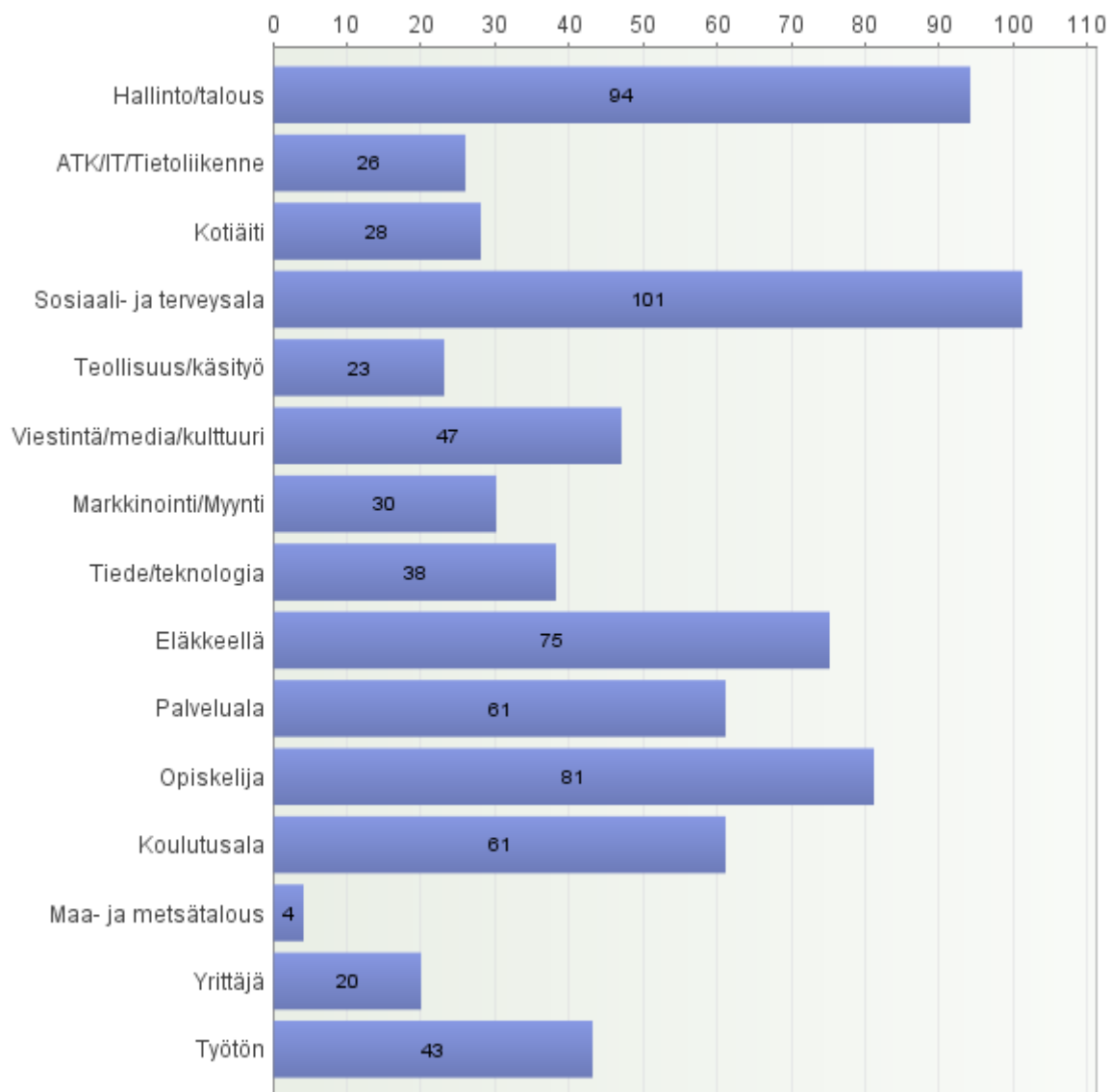
4. Koulutus

Vastaajien määrä: 732



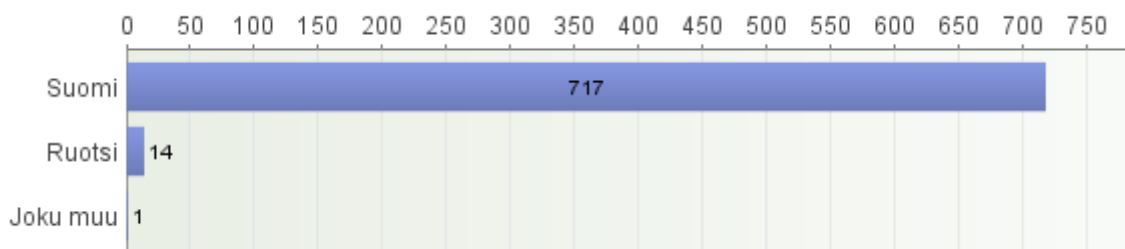
5. Ammatti

Vastaajien määrä: 732



6. Äidinkieli

Vastaajien määrä: 732

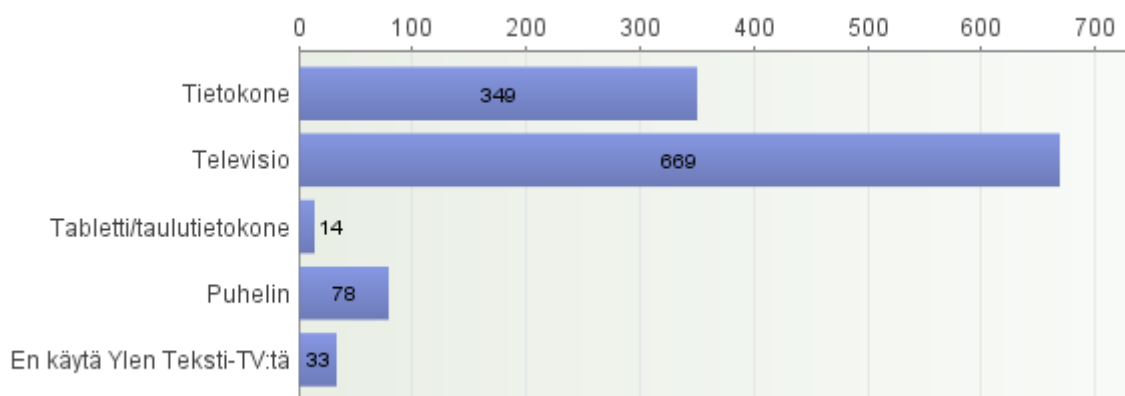


7. Millainen mielikuva sinulle syntyy sanoista "Ylen Teksti-TV"? (Avoin kysymys)

Vastaajien määrä: 632

8. Millä välineellä/välineillä katsot Ylen Teksti-TV:tä?

Vastaajien määrä: 731



9. Kuinka usein käytät Ylen Teksti-TV:tä?

1= En koskaan, 2= Satunnaisesti, 3= Muutaman kerran viikossa, 4= Kerran-pari päivässä, 5= Joka päivä useaan kertaan

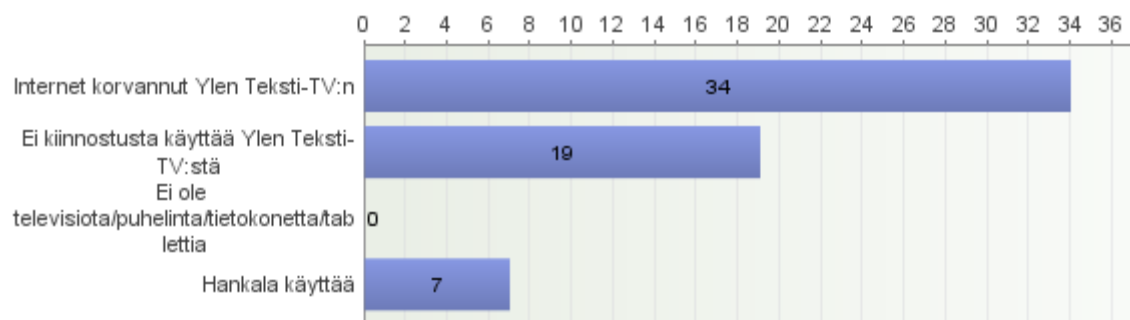
Vastaajien määrä: 732

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
En käytä Ylen Teksti-TV:tä	28	66	94	209	335	Käytän Ylen Teksti-TV:tä	732	4,03

10. Miksi en käytä Ylen Teksti-TV:tä?

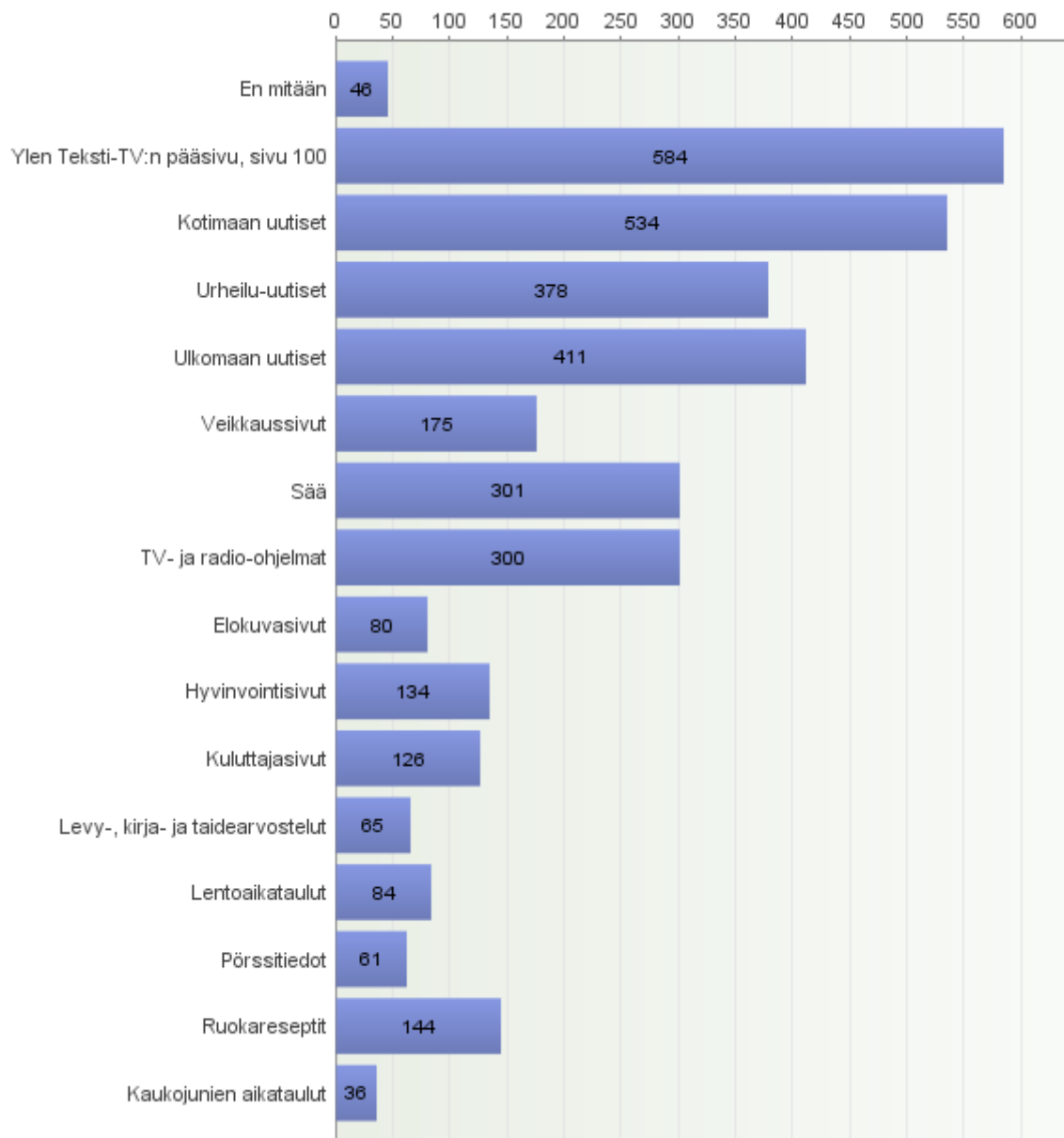
Jos käytät Ylen Teksti-TV:tä siirry seuraavaan kysymykseen.

Vastaajien määrä: 60



11. Mitä sivuja seuraat säännöllisesti Ylen Teksti-TV:stä?

Vastaajien määrä: 731



12. Muistatko ulkoa Ylen Teksti TV:n sivuja? Jos muistat, mitkä viisi tulevat ensimmäiseksi mieleen? (Avoin kysymys)

Vastaajien määrä: 660

13. Olen tyytyväinen Ylen Teksti-TV:n tämänhetkiseen tilaan.

1= Täysin eri mieltä, 2= Jokseenkin eri mieltä, 3= En osaa sanoa, 4= Jokseenkin samaa mieltä, 5= Täysin samaa mieltä

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
En ole tyytyväinen Ylen Teksti-TV:n tämänhetkiseen tilaan.	16	39	96	347	234	Olen tyytyväinen Ylen Teksti-TV:n tämänhetkiseen tilaan.	732	4,02

Vastaajien määrä: 732

14. Onko Ylen Teksti-TV:n käyttösi viimeisen kymmenen vuoden aikana vähentynyt, lisääntynyt vai pysynyt ennallaan? Miksi näin? (Avoin kysymys)

Vastaajien määrä: 683

15. Uskon käyttäväni Ylen Teksti-TV:tä myös 2020-luvulla.

1= Täysin eri mieltä, 2= Jokseenkin eri mieltä, 3= En osaa sanoa, 4= Jokseenkin samaa mieltä, 5= Täysin samaa mieltä

Vastaajien määrä: 732

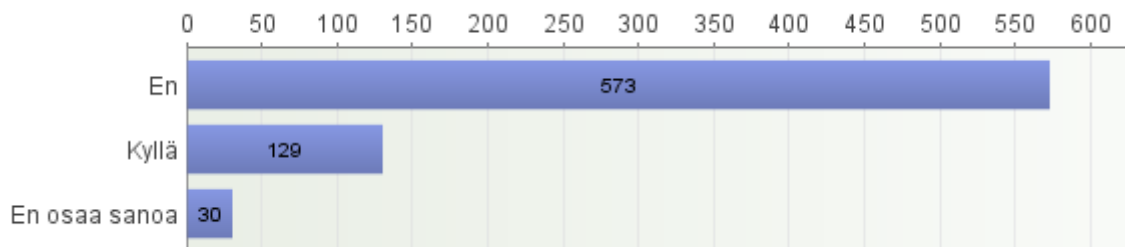
	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
En käytä Ylen Teksti-TV:tä 2020-luvulla	38	36	150	212	296	Käytän Ylen Teksti-TV:tä 2020-luvulla	732	3,95

16. Millä osa-alueella/-alueilla Ylen Teksti-TV päihittää muut mediat vai päihittääkö millään? (Avoin kysymys)

Vastaajien määrä: 604

17. Oletko kuullut Ylen Über-Teksti-TV:stä?

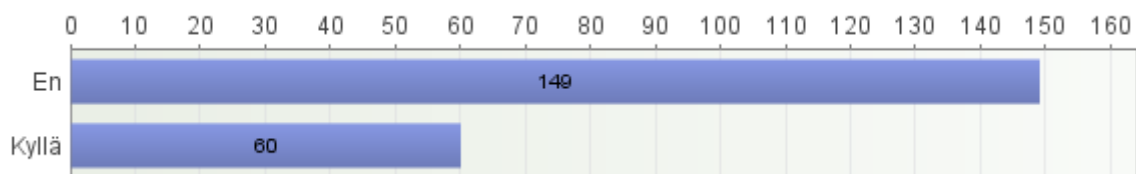
Vastaajien määrä: 732



18. Jos olet kuullut, oletko käyttänyt Ylen Über-Teksti-TV:tä?

Jos et ole kuullut Ylen Über-Teksti-TV:stä, siirry kysymykseen 21.

Vastaajien määrä: 209

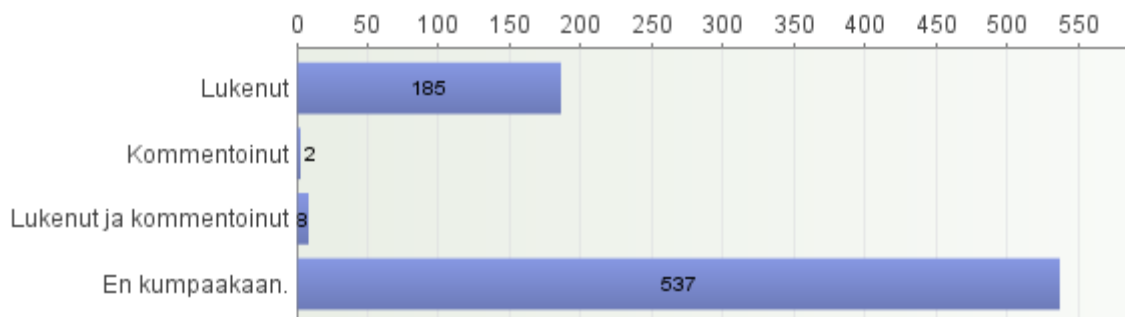


19. Mitä mieltä olet Ylen Über-Teksti-TV:stä? (Avoin kysymys)

Vastaajien määrä: 99

20. Oletko lukenut tai kommentoinut twitter-viestejä Ylen Teksti-TV:n kautta osana tv-lähetystä?

Vastaajien määrä: 732

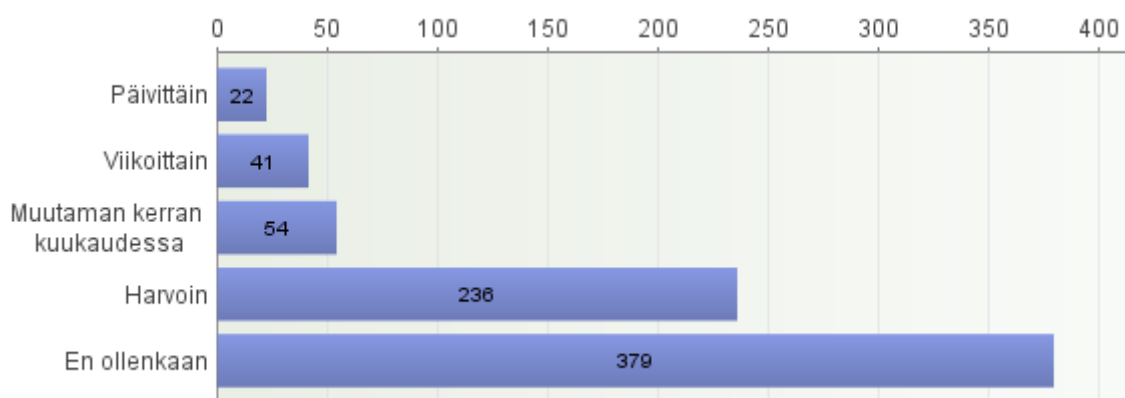


21. Jos olet kommentoinu tai lukenu Twitter-viestejä Teksti-TV:n kautta, mitä lisäarvoa se on tuonu ohjelmaan? Jos et ole kumpaakaan, siirry seuraavaan kysymykseen. (Avoin kysymys)

Vastaajien määrä: 168

22. Kuinka usein käytät kuvan alalaidassa näkyviä ohjelmien tekstityksiä Teksti-TV:n kautta?

Vastaajien määrä: 732



23. Mikä saisi sinu käyttämään Teksti-TV:tä enemmän? (Avoin kysymys)

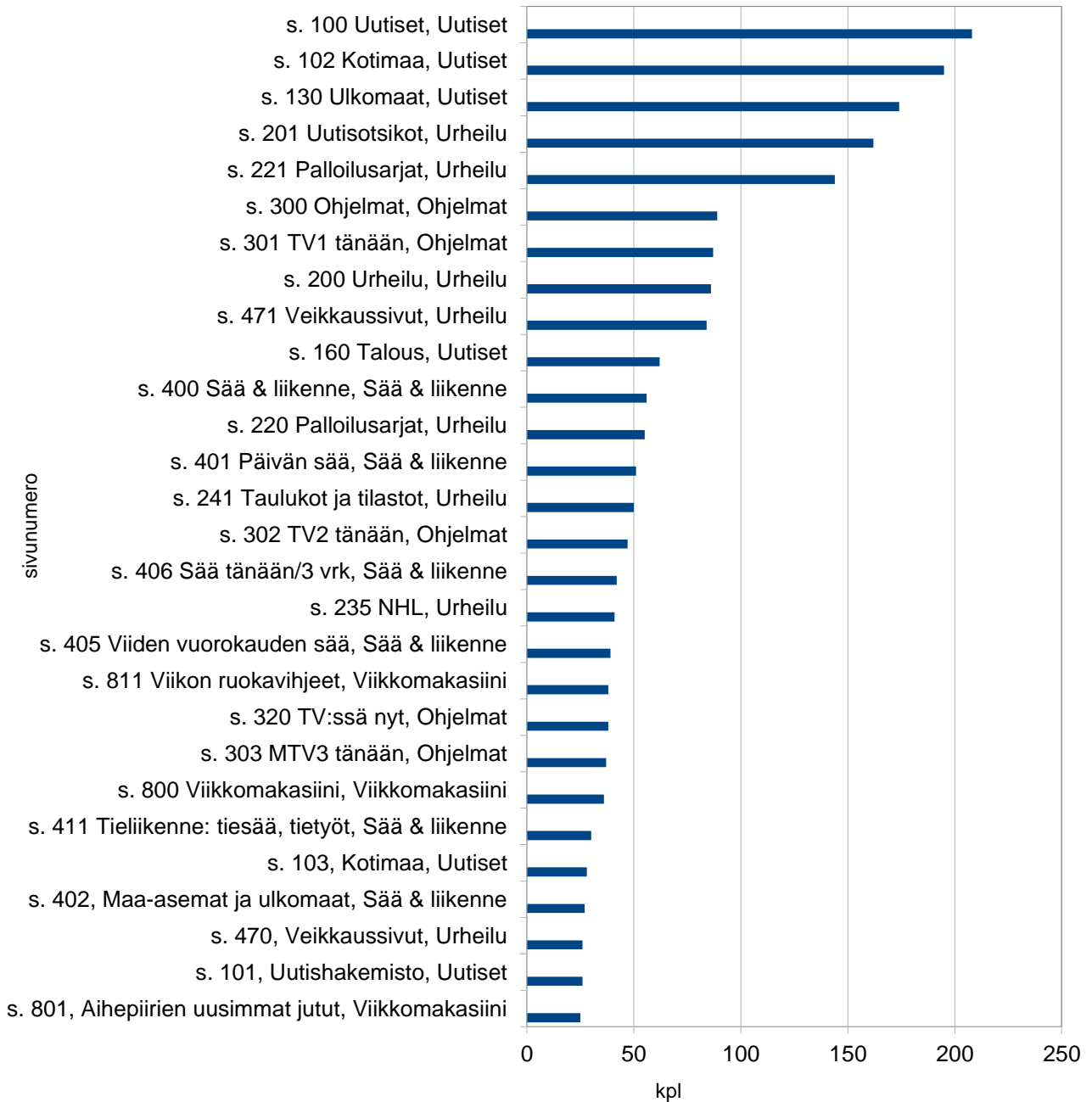
Vastaajien määrä: 507

24. Palautetta kyselyn tekijöille. (Avoin kysymys)

Vastaajien määrä: 279

Liite 2. Taulukko 1. Parhaiten ulkoa muistetut sivunumerot

Parhaiten ulkoa muistetut sivunumerot



Liite 3. Taulukko 2. Millä välineellä käytetään Ylen Teksti-TV:tä?

Millä välineellä käyttää Ylen Teksti-TV:tä

