



Jenny Hänninen

Eläkeikäisten katsojien huomioiminen elokuvien sekä TV:n draama- ja viihdeohjelmien sisällöissä

Kuinka eläkeikäiset katsojat voidaan huomioida
sisällöissä menettämättä nuorempien sukupolvien
katsojien mielenkiintoa?

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi

Elokuvan ja television tutkinto-ohjelma



Opinnäytetyö
11.2.2022

Tiivistelmä

Tekijä(t):	Jenny Hänninen
Otsikko:	Eläkeikäisten katsojien huomioiminen elokuvien sekä TV:n draama- ja viihdeohjelmien sisällöissä
Sivumäärä:	36 sivua
Aika:	11.2.2022
Tutkinto:	Medianomi
Tutkinto-ohjelma:	Elokuvan ja television tutkinto-ohjelma
Suuntautumisvaihtoehto:	Käsikirjoittaminen
Ohjaaja(t):	Lehtori Timo Lehti

Opinnäytetyön tavoitteena on vastata tutkimuskysymykseen, kuinka eläkeikäiset katsojat voidaan huomioida elokuvien sekä TV:n draama- ja viihdeohjelmien sisällöissä menettämättä nuorempien sukupolvien katsojien mielenkiintoa. Työssä hyödynnetään 554 eläkeikäistä vastaajaa tavoittaneen kyselytutkimuksen tuloksia avaten eläkeikäisten sisällöllisiä tarpeita, tottumuksia ja toiveita. Kyselyn lisäksi opinnäytetyössä hyödynnetään myös alan julkaisuja sekä selvitetään näkemyksiä alan asiantuntijoilta, joiden joukossa mm. tiede- ja kulttuuriministeri Antti Kurvinen, Ylen luovien sisältöjen johtaja Ville Vilen ja Suomen Elokuvasäätiön toimitusjohtaja, Lasse Saarinen.

Vuoden 2020 lopussa Suomessa oli jo 1,4 miljoonaa eläkeikäistä, mikä vastaa 25 %:a väestöstä. Ikärakenne ei tutkimuksen mukaan kuitenkaan korreloi kotimaista TV- ja elokuvatarjontaa: Vuonna 2022 sisällöt suunnitellaan ja suunnataan strategisesti pääosin tai lähes kokonaan alle 50-vuotiaille, jopa julkisrahoitteen Yleisradion kohdalla. Yli 60-vuotiaiden representaatio TV:ssä ja elokuvissa on alle 15 % kokonaisuudesta, vaikka juuri eläkeikäiset viettävätkin television ääressä eniten aikaa. Vaikka elokuva- ja TV-aloilla tasa-arvon toteutumista on alettu seuramaan, ei seurantaa tunnisteta tarpeelliseksi vanhenevan väestön ikätasa-arvon osalta. Moni asiantuntija myöntää elokuvien ja TV:n vallitsevat ikäryhmiin liittyvät, jopa vääristyneetkin painotuserot niin sisältöjen kuin representaation osalta, mutta muutostarpeita heistä esittää vain harva.

Avainsanat: Eläkeikä, eläkeläinen, vanhuus, keski-ikä, tasa-arvo, representaatio, sukupolvi, nuori, aikuinen, elokuva, televisio

Abstract

Author(s): Jenny Hänninen
Title: Recognizing the Senior Audiences in Movies and TV's Drama and Entertainment Contents
Number of Pages: 36 pages
Date: 11 February 2022

Degree: Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme: Degree Programme in Film and Television
Specialisation option: Screenwriting
Instructor(s): Timo Lehti, Senior Lecturer

The aim of this thesis is to answer the research question: how senior audiences can be recognized and included in movies and TV's drama and entertainment contents without losing viewers from the younger generations. The thesis discusses the findings of a survey of 554 respondents fitting the retirement age criteria, and reveals the content needs, habits and wishes of retirees. In addition to the survey, the thesis utilizes some the newest academic publications and the views of experts in the field, including e.g., Minister of Science and Culture Antti Kurvinen, Director of Creative Content and Media at Yle Ville Vilen and CEO of the Finnish Film Foundation Lasse Saarinen.

By the end of the year 2020 there were already 1.4 million people in Finland matching the retirement age criteria, which equals 25% of the whole population. However, according to this study, the age structure does not correlate with domestic TV and film offering; In 2022 contents strategically target mainly or almost entirely people under the age 50 – even with the publicly funded Finnish Broadcasting Company. Representation of people over 60 years of age on TV and in films is low under 15% of the total, even though retirees spend the most time watching television. Although the implementation of equality in the film and television sectors is being monitored already, monitoring is not yet to be recognized as necessary for the age equality of the aging population. Many of the experts acknowledged the prevailing age-related, even distorted, differences in film and TV, both in terms of content and representation, but only few of them voiced a need for change.

Keywords: Retirement, retiree, old age, mid-life, equality, representation, generation, youth, young adult, film, movie, television

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Eläkeikäiset tilastoissa ja suunnitelmissa	5
3	Eläkeikäisten toiveet ja tottumukset	11
3.1	Kysely eläkeikäisille	11
3.2	Päätelmä kyselystä	17
4	Valokeilassa eläkeikäiset	19
4.1	Kaupallisesti mielenkiintoinen eläkeikäinen	19
4.2	Mittarina representaatio	23
4.3	Yleisradion asema tasa-arvon suunnannäyttäjänä	26
5	Lopuksi	30
	Lähteet	34
	Haastattelut	37

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on ollut vastata tutkimuskysymykseen, miten eläkeikäiset katsojat olisi mahdollista huomioida elokuvien ja TV:n sisällöissä nykyistä kattavammin, menettämättä kuitenkaan nuorempien sukupolvien katsojien mielenkiintoa. Aihe on noussut ajankohtaiseksi erityisesti väestörakenteen vanhentuessa ja erilaisten tasa-arvokysymysten dominoidessa aikamme keskusteluympäristöä. Syy aiheen valikoitumiseen juuri tähän opinnäytetyöhön syntyi tarpeestani ymmärtää ikääntyvien representaation nykytilannetta elokuvissa ja TV:ssä sisältölähtökohdista käsin ja erityisesti juuri käsikirjoittajan sekä sisältöjä kehittälevän ammattilaisen perspektiivistä. Opinnäytetyö pyrki vastaamaan myös kysymyksiin, kuten huomioidaanko ikätasa-arvoa tasaisesti rahoittajien tai kanavien tuki- ja hankintapäätöksiä tehdessä tai vain yleisesti suunnitellessa sisältöjä. Se pyrki myös vastaamaan siihen, nähdäänkö ikääntyvä väestönosa kaupallisesti mielenkiintoisena kohderyhmänä elokuva- tai TV-alalla. Pohditaanko ikätasa-arvoa oikeastaan lainkaan? Liian pitkään on näyttänyt siltä, ettei eläkeikäisten tarinoita kerrota, eikä vanhenevaa ihmistä huomioida isossa kuvassa tasapuolisesti muiden ikäryhmien rinnalla sisältöjä suunnitellessa.

Tätä opinnäytetyötä varten toteutettu, 554 eläkeikäistä vastaajaa tavoittanut kyselytutkimus pyrki avaamaan eläkeikäisten suomalaisten katsojien tarpeita ja tottumuksia sisällöllisestä perspektiivistä. Kyselyn lisäksi opinnäytetyössä selvitettiin alan asiantuntijoiden näkemyksiä eläkeikäisille sekä yli 50-vuotiaille suunnattavista sisällöistä. Haastateltujen asiantuntijoiden joukossa oli muun muassa tiede- ja kulttuuriministeri Antti Kurvinen, Ylen luovien sisältöjen johtaja Ville Vilen, Suomen Elokuvasäätiön toimitusjohtaja Lasse Saarinen, Helsinki Filmi -tuotantoyhtiön toimitusjohtaja, tuottaja-käsikirjoittaja Aleksis Bardy, Art Films -tuotantoyhtiön toimitusjohtaja, elokuvaohjaaja-tuottaja-käsikirjoittaja Arto Halonen, käsikirjoittaja-näyttelijä-kirjailija Matti Laine sekä AlfaTV -kanavan sisältöjohtaja Timo Suomi.

Vuoden 2020 lopussa Suomessa oli jo noin 2,3 miljoonaa yli 50-vuotiasta, joka kattaa jo 42 % väestöstä. Eläkeikäisten eli yli 63-vuotiaiden osuus oli 25 %, vastaten noin 1,4:ää miljoonaa henkilöä. Suomi onkin ikärakenteellisesti maailman neljäksi iäkkäin maa, kun lasketaan yli 65-vuotiaiden osuus koko väestöstä. (Koop 2021.) Tämä ikärakenne ei tutkimukseni mukaan kuitenkaan heijastu kotimaiseen TV- ja elokuvatarjontaan. Katsasteltaessa jo vain pintapuolisesti elokuvien, TV:n ja suoratoistopalvelujen sisältötarjontaa voidaan tehdä päätelmä, että sisällöt suunnitellaan ja suunnataan pääosin tai lähes kokonaan edellä mainittuja nuoremmille ikäryhmille.

Tästä kanavaesimerkiksi tähän opinnäytetyöhön on valikoitunut rahoituspohjansa vuoksi Yleisradio (myöh. Yle), jonka toiminnan tasa-arvoisuutta ohjaa laki ja jonka rahoitus perustuu suomalaisilta kerättävään yleisradioveroon (Verohallinto 2022). Avatakseen suunnitelmiaan Yle julkaisee monivuotisen strategiansa lisäksi vuosittain niin kutsutut tarjontaspekstit eli keskeisimmät sisältö- ja julkaisutarpeet, jotka ohjaavat Ylen omatuotantoista ja ulkopuolelta hankittavaa sisältötarjontaa. Vuoden 2022 tarjontaspekstit huomioivat katsojat eriteltynä kohderyhminä lapsista aina 44 -ikävuoteen saakka. Tätä vanhemmille kohderyhmille Yle ei sisältö- tai julkaisutarpeitaan tässä erityisesti tuotantoyhtiöiden ja kirjoittajien käyttöön tarkoitettussa suunnitelmassaan erittele. Samankaltainen niin kutsuttu ikätrendi on toistunut useana vuonna Ylen historiassa. (Yle 2022) Moni haastattelemanani asiantuntija tiesi kertoa syyn tähän Ylen julkisesti näkyvään ikälinjaukseen, ja jotkut heistä kritisoivat Ylen menneen linjauksensa osalta jopa jo liiallisuusiinkin.

Voidaanko Yleisradion edellä kuvatun kaltaisen sisältösuunnittelun ikäkategoriapainotuksen katsoa kuvastavan Suomessa vallitsevaa tilannetta yleisellä tasolla? Kaupallisten TV-kanavien ohjelmakarttoja tarkasteltaessa voidaan päätellä, että myös näillä kanavilla ohjelmisto on suunniteltu houkuttelemaan erityisesti nuorempia katsojia. Vain muutamia kanavapoikkeuksia lukuun ottamatta on sisältöjen painotus keskittynyt tavoittamaan alle 50-vuotiaat. Niin kutsuttuun parhaimpaan katselu-aikaan (engl. prime time) eli noin klo 19–23 välille sijoittuvasta ohjelmistotarjonnasta voidaan

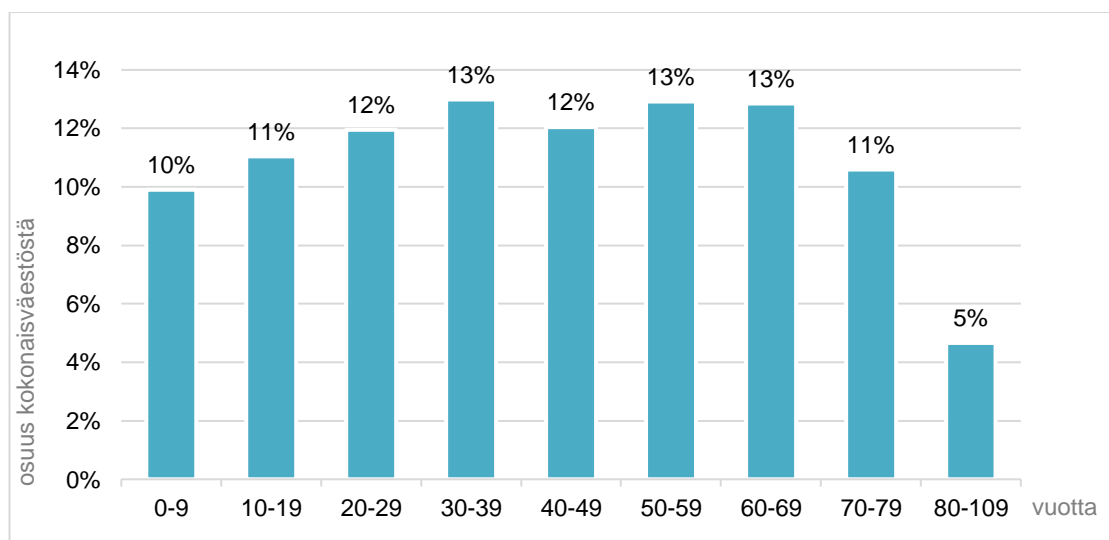
löytää muun muassa viihde- ja reality-sarjoja, joiden esiintyjät ja aiheet on suunniteltu puhuttelemaan lähtökohtaisesti 20–50-vuotiaita. Mainostajan perspektiivistä tilannetta vertailtaessa suurimmat kaupalliset kanavat tarjoavat vaihtoehtoja mainosten kohdistamiseen runsaasti – mikäli halutaan tavoittaa erityisesti alle 50-vuotiaat. Tämä siitäkkin huolimatta, että 64–74-vuotiaat ovat taloudellisesti tarkasteltuna varakkain ikäryhmä ja tällä hetkellä vielä pitkälti lähes täysin hyödyntämätön markkina (Tilastokeskus 2022). MTV nousee kärkeen heti Alfa-TV:n kanssa, kun kaikkia kanavia ja niiden kohderyhmiä vertaillaan rinnakkain ikätasa-arvo muuttujana. MTV (MTV Oy) huomioikin mainostajat kohderyhmillä esimerkiksi aina 64-vuotiaisiin saakka, kun Nelonen median (Sanoma Media Finland Oy) vastaavat kohderyhmät ovat kaikki painottuneet alle 50-vuotiaisiin. (MTV 2022; Sanoma Media Finland 2022.) Useista yrityksistä huolimatta kaupallisia suurimpia kanavia ei valitettavasti tavoitettu haastatteluihin tätä opinnäytetyötä varten, jonka myötä Ylen käsittely nousee opinnäytetyössäni huomattavaan rooliin.

Elokuvien kohdalla tilannekuvan rakentaminen on kanavien tavoin melko nopeaa. Elokvumamaailmassa kritiikkiä erityisesti viime vuosina saanut yli 60-vuotiaiden representaation heikko tila on ensimmäinen pinnalle nouseva seikka, joka ilmentää vanhemman väestön huomioimista sisällöissä. Elokuvien aiheissa eläkeikäisistä kertovat tarinat ovat vielä harvinaisia: ne kattavat alle 15 % kokonaistarjonnasta ja yli 60-vuotiaiden tarinat nousevat usein vain kerronnallisiksi sivujuonteiksi. (Smith, Choueiti & Pieper 2017, 3.) Kotimaisten elokuvien kohdalla tasa-arvotilannetta seurataan aktiivisesti muun muassa Suomen Elokuvasäätiön toimesta, mutta ei kuitenkaan varsinaisesti, ainakaan vielä, vanhenevan väestön ikätasa-arvon osalta. Moni tätä opinnäytetyötä varten haastateltu asiantuntija tunnistikin elokuvien ja TV:n vallitsevat ikäryhmiin liittyvät, jopa vääristyneetkin painotuserot, mutta muutostarpeita heistä esitti vain harva. Ikätasa-arvon huomioimista ei pidetty välttämättä lainkaan merkittävänä asiana, elleivät kysymyksessä olleet alle 45-vuotiaat katsojat ja heidän tavoittamisensa sisältöjen kautta.

Eläkeikäisten mediatottumuksia on ollut tähän päivään saakka vaikea ymmärtää, sillä eläkeikäisiä on tutkittu aihepiirissä vain rajallisesti. Tutkimuskenttää onkin tutkijapiireissä sanottu vaivanneen jopa ageismin, jonka vuoksi ymmärrys yli 60-vuotiaiden sisältömieltymyksistä tai -tarpeista ei luonnollisesti ole ollut yleisessä tiedossa. (Kivimäki 2017, 65.) Edes elokuva- ja TV-alan asiantuntijoiden keskuudessa eläkeikäisten tuntemus ei ole niin kehittynyt kuin oma odotusarvoni oli. Eläkeikäisten mieltymyksiä onkin tähän saakka peilattu mm. siihen, mitä he katsovat, ilman, että kysymyksiä esimerkiksi mieltymyksistä tai tarpeista olisi esitetty. On oletettu, että sisältö kelpaa, koska eläkeikäiset viettävät aikaa lineaarisen television ääressä niin paljon. Koska väestö vanhenee vääjäämättä, on odotettavissa, että myös ikääntyvien ihmisten elämää tutkitaan lisää ja eläkeikäisten sisältötarpeisiin ja -toiveisiin osataan vastata sen myötä tulevaisuudessa, kuten nuorempien kohderyhmien kohdalla jo tehdään. Eläkeläiset nähdään todennäköisesti tulevaisuudessa myös kaupallisesti tasarvoisen mielenkiintoisena ryhmänä, kunhan ymmärrys tästä käyttämättömästä kaupallisesta potentiaalista herää myös mainostajien keskuudessa. Median murroksen kautta olemme jo oppineet, että kaupallisuudella on voimakas vaikutus siihen, millaisia sisältöjä tarjotaan. Tapa, jolla eri yleisöjä puhutellaan saman sisällön kautta, voi olla ratkaisevassa asemassa, mikäli halutaan, että samat sisällöt soveltuvat entistä useammalle kohderyhmälle.

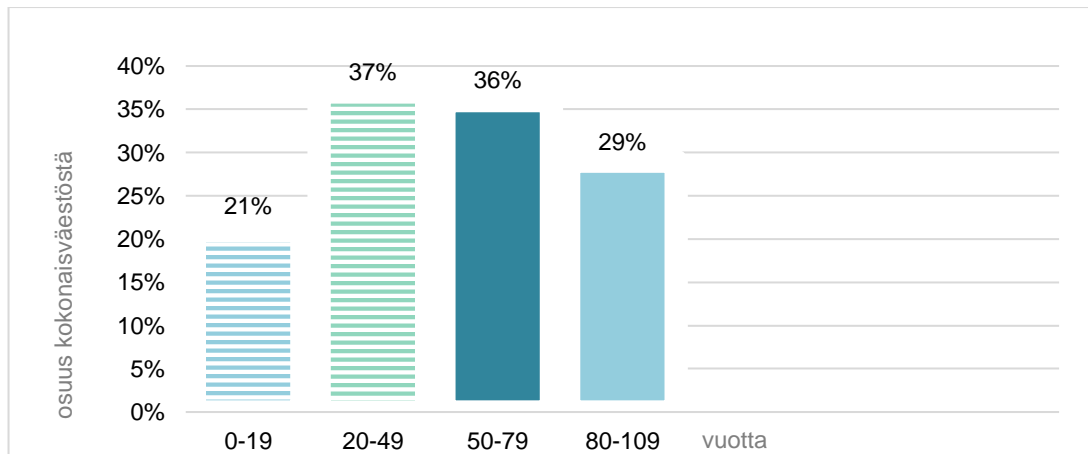
2 Eläkeikäiset tilastoissa ja suunnitelmissa

Tilastollisesti kastateltuna suomalaisten ikärakenne on vanhentumassa voimakasta vauhtia. Suuret ikäjoukot eläköityvät, kun samalla syntyvyyden trendi on ollut voimakkaassa laskussa viimeisten kahden vuosikymmen ajan aina vuoteen 2019 asti.



Kuvio 1. Suomalaisten ikärakennejakauma 30.12.2020. Väestöstä 42 % on jo yli 50-vuotiaita. (Tilastokeskus 2022)

Eri ikäryhmien osuuksia vertailtaessa väestön voidaan nähdä jakautuvan melko tasaisesti 50 -ikävuoden molemmille puolille erityisesti, kun vertailukohteiksi otetaan täysi-ikäiset suomalaiset (ks. kuvio 1.). Näkyykö tämä tasainen ikäjakauma television tai elokuvien sisällöissä tai niiden suunnittelussa, kuten sen voisi olettaa? Kun sisältöjen kohderyhmien ikäpainotuksia tarkastellaan ohjelmistokarttojen, tilastojen, tutkimusten, kanavien mainoskohderyhmien ja tässä työssä esimerkiksi nousevien Ylen tarjontaspekseihin pohjalta, on tehtävissä havaintoja, jotka viittaavat siihen, että väestön ikäjakauma ei korreloi sisältösuunnitelmien kohderyhmien painotuksia (ks. kuvio 2.).



Kuvio 2. Väestöjakauma eri ikäryhmittäin. Poikkiviivoitetut ikäryhmäpalkit edustavat ikäryhmiä, joille elokuvien ja TV:n sisällöt on pääpainoisesti viime vuosina kohdistettu. (Tilastokeskus 2022)

TV- ja elokuva-alojen asiantuntijoiden haastattelujen pohjalta selviää, että kysymys ei ole niinkään vahingosta, vaan strategisesta suunnittelusta, jolla pyritään muun muassa nuorempien sukupolvien tavoitettavuuden vahvistamiseen sekä siihen, että nyt 20–40-vuotiaat katsojat löytäisivät TV:n vielä tulevaisuudessakin, ollessaan iäkkämpiä. Sisältösuunnitellun ikäpainotus alle 50-vuotiaisiin on siis tietoinen valinta. (Vilen 4.3.2022.)

Haastateltu **Ylen luovien sisältöjen johtaja Ville Vilen** (4.3.2022) kuitenkin oikaisee oletusta siitä, että eläkeikäisiä ei huomioitaisi Ylen sisältösuunnitelmissa lainkaan, vaikka tarjontaspekseissä yli 50-vuotiaat loistavat poissaolollaan:

Se on vähän kuin näköharha (ettei eläkeikäisiä huomioitaisi). Kaikki johtuu siitä, että Ylessä aikoinaan huomattiin, reilu 10 vuotta sitten, että ei oikein tavoiteta näitä alle kolmikymppisiä ihmisiä ollenkaan. [...] Speksit on syntynyt sitten siitä ajattelusta, että minkälaista sisältöä pitäisi erityisesti tehdä, jotta heitä tavoitettaisiin tässä muuttuvassa maailmassa. (Vilen 4.3.2022)

Jos tarjontaspeksit on suunniteltu tukemaan nuorempien ikäryhmien TV-suhteen vahvistumista ja kyseisen kohderyhmän tavoittamista, millä tavalla yli 60-vuotiaat huomioidaan Ylen sisältösuunnittelussa? Oletetaanko yli 60-vuotiaiden viihtyvän

kanavien parissa sisältöriippumattomasti ja sopeutuvan nykyiseen vahvasti kolmekymppisille painottuvaan tarjontaan?

Tarjontaspekstit

Speksejä on tänä vuonna tehty uudella tavalla. Talkoisiin osallistui noin 30 yleläistä eri puolilta yhtiötä - niin draaman, tapahtumien, dokumenttien, markkinoinnin, audion kuin journalismin ammattilaisia.

Yhtiön strategian mukaisesti speksit **tukevat vahvemmin Yle Areenaa ja Yle-palvelua**. Asiakkaalle täytyy olla selkeää, mitä kustakin palvelusta saa ja miten usein. Spekseissä on huomioitu vahvasti myös lasten ja nuorten palveleminen.

Uudet speksit on luotu koko Ylen käyttöön. Joihinkin kortteihin on tuotu uutena speksiliitteet, jotka kirkastavat speksien käyttötarkoituksia ja erityisesti vahvistavat audiotarjontaa Yle Areenassa.

Osallistamisen tärkeys

Vuosi 2021 on ollut niin sanotun uuden normaalin vuosi. Olemme sopeutuneet siihen, että kotisohvalta pääsee minne tahansa - dj-keikalle Malediiveille, koiria ruokkimaan Tshernobylin ydinvoimalan säteilysuoja-alueelle tai vaikkapa virtuaalikierrokselle Alvar Aallon ateljeehen. **Digitaalinen osallistaminen on tullut jäädäkseen.**

Osallistamisesta eri keinoin on tullut yhä tärkeämpi työkalu toteuttaa Ylen tehtävää yhteiskunnassa, jossa ei enää ole yhtenäiskulttuuria. Kulttuurit, ryhmät ja heimot rakentuvat eri identiteettien ympärille.

Tapahtumaspeksillä tartutaan niihin ilmiöihin, joihin erilaiset yhteisöt suhtautuvat intohimolla ja tällä tavalla luodaan hyvinkin henkilökohtaisia kokemuksia. Myös journalismisspeksillä halutaan luoda mahdollisuuksia osallistua keskusteluun ja sisältöjen rakentamiseen säännöllisesti Yle-palvelussa.

Viihtyminen ja tiedon jano

Suomalaisten tarinoiden, inspiraation ja haasteen kaipuu on pandemian aikana korostunut entisestään. Draamasta, komediasta ja realtystä haetaan hyvää mieltä mutta myös uusia oivalluksia itsestä ja yhteiskunnasta. Sarjallinen dokumentti, videona tai audiona, tarjoaa vastapainoa arkeen ja vie välillä vaarankin alueelle.

Tiedon janoa ja ihmisten halua ymmärtää ympärillä tapahtuvia muutoksia ei voi korostaa tarpeeksi. Näihin tarpeisiin halutaan vastata journalismilla, joka tarjoaa paitsi terävää analyysia, myös helpotusta arkeen.

Kaikessa sisällön tekemisessä korostuu kohderyhmän tuntemus. **Moninaisuus** on luonnollinen osa suomalaisuutta. Jotta voimme tulevaisuudessa tehdä osuvampia sisältöjä erilaisille suomalaisille, meidän on tarkasteltava yhteisöjä sisältä, ei ulkoapäin.

Tarjontaspekstit ovat nyt voimassa toistaiseksi. Päivityksiä tehdään yhtiön strategian ja toimintaympäristön muutosten mukaisesti.

Tässä siis speksit inspiraatioksesi, ole hyvä! Ota ne käyttöösi.

Kuvio 3. Yleisradion 2022 tarjontaspekseissä korostetaan kohderyhmän tuntemusta ja moninaisuutta. Tarjontaspeksejä muokataan tarvittaessa yhtiön strategian mukaan, pyrkimyksenä tukea osuvampaa sisältöjen tekoa erilaisille suomalaisille. (Yle 2022.)

Eläkeikäiset hallitsevat niin kutsutuista sisältö- ja representaatiopuutteistaan huolimatta lineaarisen TV:n katsojatilastoja (ks. taulukko 1.). Ville Vilen (4.3.2022) selittää haastattelussa tämän johtuvan etenkin siitä, että eläkeikäisillä on luonnollisesti eläkkeelle siirryttyään käytössään enemmän aikaa. Vilen kertookin monien vanhempien katsojien jopa aikatauluttavan päiväohjelmansa TV-ohjelmiston ympärille. (Vilen 4.3.2022.)

Taulukko 1.Vuosittaiset kanavien katseluosuudet ja ajat ikäryhmittäin, vuosi 2021 (Finnpanel 2021)

KANAVA	OSUUS VRK:N KATSELUSTA			
	yli 4-vuotiaat	25–44-vuotiaat	45–64-vuotiaat	yli 65-vuotiaat
Yle yhteensä	43,4 %	28,1 %	40,0 %	52,6 %
MTV yhteensä	24,6 %	27,1 %	23,9 %	23,8 %
Nelonen Media yhteensä	13,3 %	18,5 %	14,6 %	9,8 %
Discovery Networks Finland	9,2 %	11,9 %	10,9 %	7,2 %
Disney Finland	4,9 %	8,4 %	5,3 %	3,4 %
Paramount Network	0,3 %	0,8 %	0,3 %	0,2 %
AlfaTV	0,9 %	0,3 %	0,5 %	1,5 %
Muut	3,6 %	5,2 %	4,8 %	1,8 %

Vilenin (4.3.2022) näkemyksen mukaan Ylen ohjelmatarjonnasta yli 60-vuotiaille sopivia ohjelmia ovat erityisesti uutiset, urheilu, A Studio, sota-aiheiset asiaohjelmat ja dokumentit, kuten muun muassa kylmään sotaan keskittyvät teemat, sekä terveyttä ja Raamattua käsittelevät ohjelmat. Nämä Ylen luovien sisältöjen johtajan antamat esimerkit kuvastavat osuvasti sitä, kuinka yli 60-vuotiaalle sopivaksi ajatellut teemat painottuvat korostuneen voimakkaasti vakaviin aiheisiin sekä käsittelemään mennyttä aikaa tai ajankohtaista asiaa. Varsinaisia juuri eläkeikäisille suunnattuja, ikääntyvästä ihmisestä modernissa ajassa kertovia ja kevyempiä viihdeohjelmia tai käsikirjoitettuja sarjoja ei Ylellä juuri ole. Tämän tutkimushuomioni myös Vilen (4.3.2022) allekirjoittaa haastattelussa ”hyvänä ponttina”. Eläkeikäisten odotetaan siis periaatteellisesti sopeutuvan nuorille suunnattuun sisältöön.



Kuvio 4. Matti Laineen käsikirjoittamaa draamasarjaa, Paratiisi, tähdittää Fran Perea ja eläkeikää lähestyvää etsivää näyttelevä Riitta Havukainen. Kuva: Ana Belen Fernandez

Vilen mainitsee kuitenkin draamasarjan Paratiisi (ks. kuvio 4.) ja elokuvan, Teräsleidit (2020), joissa yli 60-vuotiaat näkyvät selkeästi päärooleissa (ks. kuvio 12.). Molemmat tuotannot ovatkin nousseet yleisösuosikeiksi ja löytäneet katsojikseen myös alle 50-vuotiaat. **Vilen ei erikseen mainitse näiden yleisöennätyksiä rikkoneiden esimerkkien kuitenkaan aiheuttaneen tarvetta lisätä hankintoja vastaavanlaisiin tuotantoihin, vaikka hän näkeekin yli 60-vuotiaat tasapuolisuuden nimissä nuorempien tavoin kiinnostavana joukkona, jolla on paljon odotuksia.** (Vilen 4.3.2022.)

”Vuoden 2020 alku jää suomalaisen elokuvan historiaan sinä vuotena, jolloin muistettiin, että elokuvista pitävät kaiken ikäiset suomalaiset, eivät vain teinit”, Teräsleidit-elokuvan tuottaja-käsikirjoittaja Aleksis Bardy sanoo. (Helsinki-filmi 2020.)

Onko eläkeikäisten mieltymyksiä selvitetty todella riittävästi, jotta kanavat, rahoittajat ja tuottajat osaisivat tunnistaa myös yli 60-vuotiaiden sisältötarpeet ja niiden kaupalliset mahdollisuudet, kuten nuorempien ikäryhmien kohdalla jo selkeästi osataan?

”Aivan viime vuosiin asti vanhoilla ei tunnu olleen paljon väliä – ainakaan suomalaisessa mediatutkimuksessa. Sen historiasta löytyy

vain vähän viitteitä kiinnostuksesta ikäihmisten ja median suhteiden tutkimukseen. Näin ollen myös mediatutkimuksen voi ajatella tuottavan ikäsyrintää ja kannattelevan nuoruutta ihannoivaa kulttuuria kiinnostamalla enimmäkseen lapsista, nuorista ja korkeintaan keski-ikäisistä.” (Kivimäki 2017, 65.)

Vaikka yli 65-vuotiaat suomalaiset viihtyvätkin lineaarisen TV:n ääressä päivittäin jopa yli tunnin amerikkalaisia verrokkeja pidempään, ei katseluminuuttien määrä välttämättä kerro meille sitä, ovatko katsojat kohtaamaansa sisältöön varsinaisesti tyytyväisiä (ks. taulukko 2.). (Kopf 2019; Livingston 2019.) Ilman tyytyväisyyden mittaamista asian laitaa voidaan periaatteellisesti vain arvailla, kuten osin nyt näyttäisi tapahtuvan.

Taulukko 2. TV:n keskimääräiset katseluajat, vuosi 2021 (Finnpanel 2021)

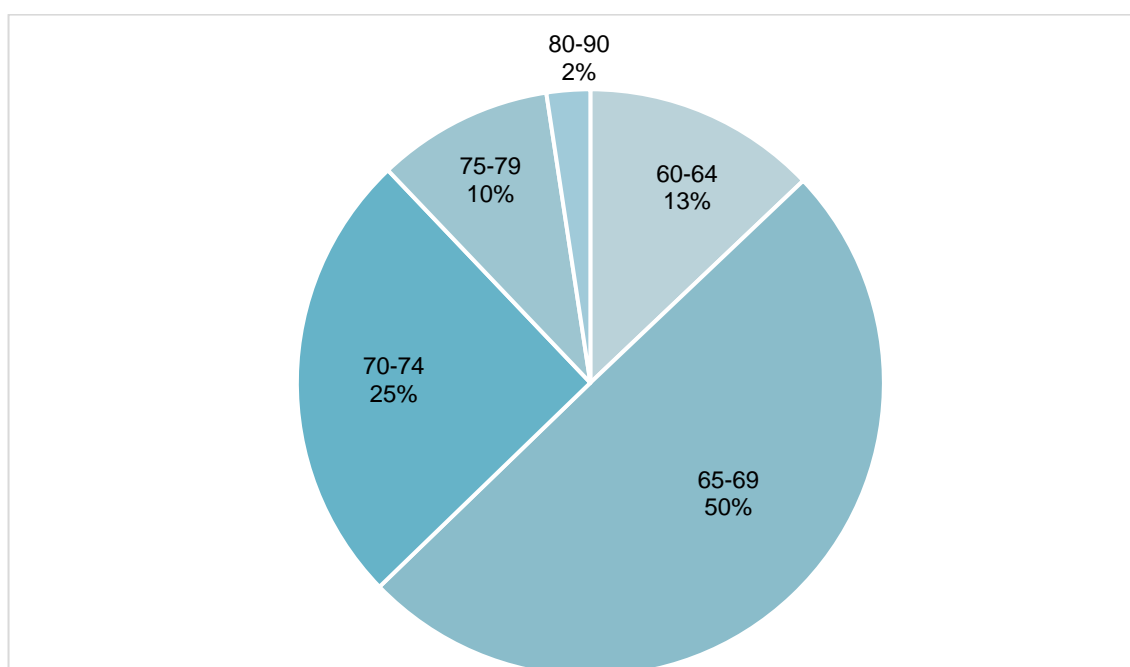
	Kaikki 4-vuotta täyttäneet	25–44-vuotiaat	45–64-vuotiaat	yli 65-vuotiaat
TV:n keskimääräinen viikoittainen katseluaika	18 t 59 min	11 t 39 min	23 t 44 min	37 t 33 min
TV:n keskimääräinen katseluaika per päivä	2 t 43 min	1 t 40 min	3 t 24 min	5 t 22 min

Tästä syystä tätä opinnäytetyötä varten toteutettu kyselytutkimus oli tärkeä väline rakentaessa kokonaiskuvaa tämän TV-katsojatilastoja dominoivan kansanosan mieltymyksistä sekä sen sisältötarpeista. Ilman tarkempaa selvitystä ei tarkkaa kuvaa olisi ollut tämänhetkisten julkaisujen perusteella mahdollista rakentaa. Ilman tätä tietoa myös tutkimuskysymykseen vastaaminen olisi ollut haastavaa, ellei jopa mahdotonta. Jos eläkeikäisiä ei tutkita, on mahdoton tietää, mitä he aidosti toivovat ja mikä heitä nykyisessä tarjonnassa todella tyydyttää.

3 Eläkeikäisten toiveet ja tottumukset

3.1 Kysely eläkeikäisille

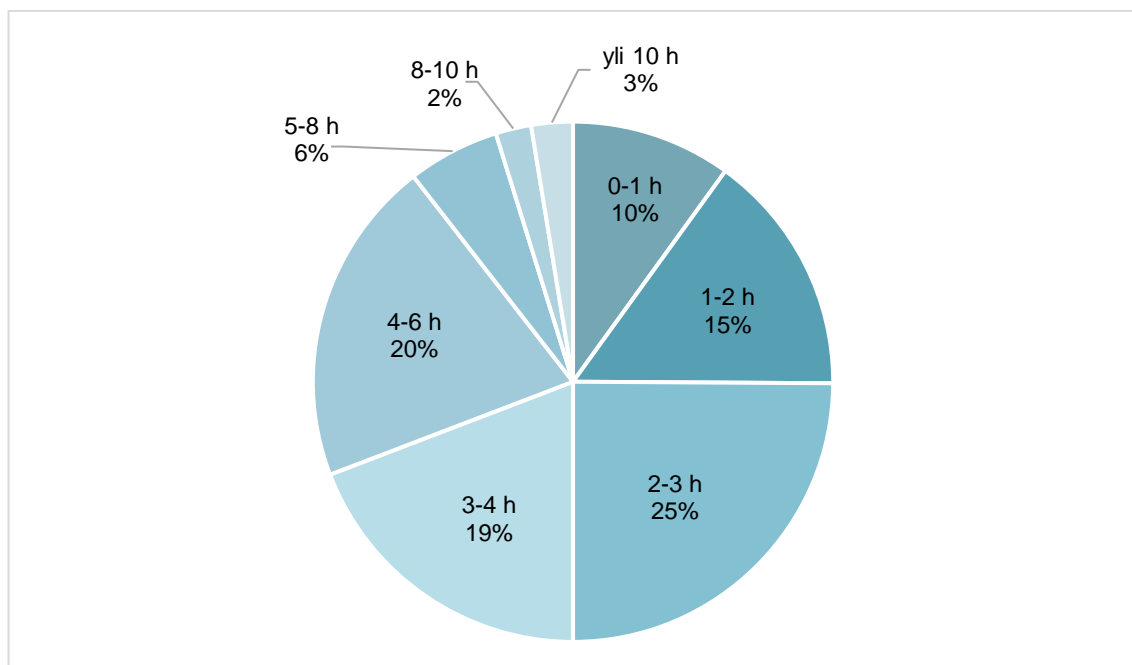
Tämän opinnäytetyön yhdeksi keskeisimmäksi osaksi muotoutui eläkeikäisille suunnattu kyselytutkimus, joka toteutettiin sähköisesti kahden kuukauden aikana ja jolla tavoitettiin 554 eläkkeellä olevaa vastajaa sosiaalisen median sekä eri eläkeläisjärjestöjen viestintäkanavien kautta. Haastateltavat hankittiin siis niin kutsutulla lumipallomenetelmällä. Kyselyyn vastaajien ikä vaihteli 60–90 - ikävuoden välillä, aktiivisimman 75 %:n vastaajajoukon ollessa 60–70-vuotiaita (ks. kuvio 5.).



Kuvio 5. Kyselyyn vastanneiden eläkeläisten ikä vuosina.

Kuten jo aiemmin tässä opinnäytetyössäkin avatut tutkimukset ovat meille kertoneet, viettävät eläkeikäiset television ääressä runsaasti aikaa. Keskimääräinen television (broadcast) katseluun käytetty aika asettui, kuten muissakin tilastoissa, myös kyselyni tuloksissa kolmen ja neljän tunnin välille (ks. kuvio 6.). Yli 20 % eläkeikäisistä katsoo televisiota jopa 4–6 tuntia vuorokaudessa, kun 11 % katsoo televisiota yli 5 tuntia. Jo tässä mielessä on

tärkeää kysyä, onko katseltu sisältö sellaista, joka tuo aitoa lisäarvoa eläkeikäisten arkeen lisäten esimerkiksi hyvinvointia ja yhteenkuuluvuuden tunnetta, vai katsotaanko televisiota vain tavan vuoksi ja siksi, että siitä maksetaan joka tapauksessa veroa.

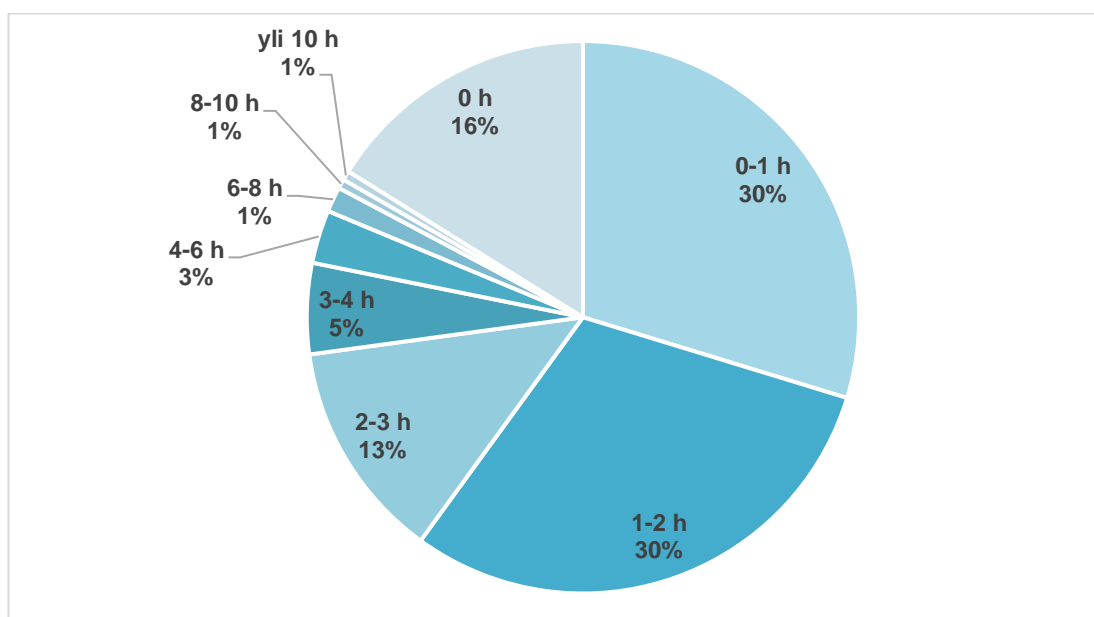


Kuvio 6. Vastaajien päivittäinen television katseluun käyttämä aika.

Yllättävä huomio eläkeikäisistä oli, että 30 % heistä kertoi katsovansa suoratoistosisältöjä (broadband) päivittäin keskimääriin yhdestä kahteen tuntia, kun vain 16 % ei katso suoratoistoa lainkaan (ks. kuvio 7.). Ennakkoajatus siitä, että eläkeikäiset eivät olisi kyvykkäitä käyttämään suoratoistopalveluita tai mukautumaan niiden katsomiseen tarvittavien teknisten laitteiden vaatimuksiin, on kehityksen myötä romuttumassa. Eläkeikäisten toimintatavat sekä kyvyt näyttäisivät kehittyvän ja modernisoituvan siinä missä nuorempienkin sukupolvien.

Kun eläkeikäisiltä vastaajilta kysyttiin elokuvissakäyntitiheydestä, selvisi, että ainakin tähän kyselyyn vastanneista eläkeläisistä yli kaksi kolmannesta, eli 68 %, käy vuosittain elokuvissa (ks. kuvio 8.). Vastaajista 38 % kertoi käyvänsä elokuvissa muutamia kertoja vuodessa, kun 10 % vastaajista kertoi käyvänsä

elokuviissa jopa kuukausittain. Kuten lineaarinen TV, näyttäisivät myös elokuvat tavoittavan nykyisin yli 60-vuotiaat katsojat. Aina näin ei kuitenkaan ole ollut.

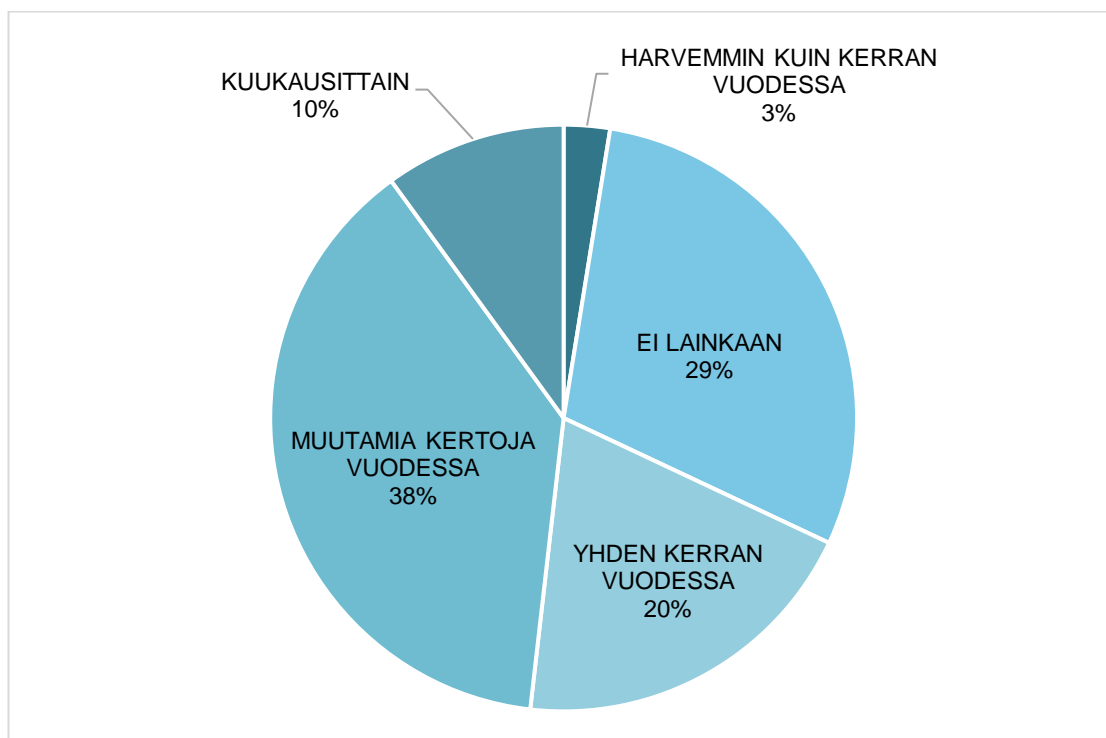


Kuvio 7. Vastaajien päivittäinen suoratoiston katseluun käyttämä aika.

Tilastokeskuksen (2017) selvityksen mukaan eläkeikäisistä vain 34 % oli käynyt elokuvissa viimeisen 12 kuukauden aikana. Ero tähän vuoden 2017 Tilastokeskuksen tilastoon on merkittävä, sillä sen mukaan 56 % eläkeikäisistä ei ollut käynyt elokuvissa 12 kk:n aikana lainkaan. Se, mistä näin suuri ero selvitysten välillä johtuu, on varmasti monen muuttujan summa. Uskallan kuitenkin spekuloida sillä olevan vaikutusta, että juuri viime vuosina eläkeikäisten representaatio on kokenut valkokankaalla jo vain muutamien elokuvien kautta mullistuksen, jonka myötä yli 60-vuotiaat ovat voineet löytää elokuvista itseään koskettavia aiheita ja samastumispintaa aikaisempia vuosia enemmän.

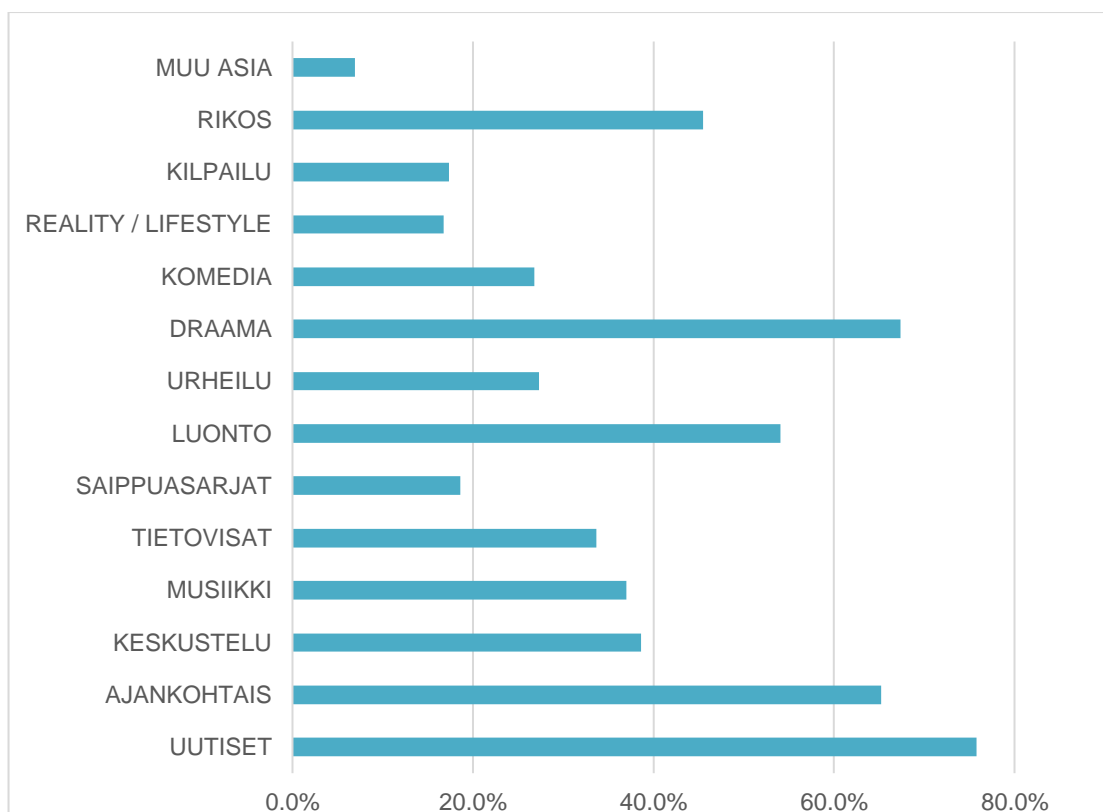
Mielenkiintoinen ja tärkeä osa tutkimusta oli selvittää eläkeikäisten sisältömielityksiä. Kun vastaajilta kysyttiin, millaisia elokuvia he katsovat mielellään, nousivat suosikeiksi draama, 62 %, dokumentti, 57 %, historialliset aiheet, 52 %, komedia, 45 %, rikos ja jännitys, 43 %, henkilökuvat, 41 %, sekä romantiikka 36 %. Oletus siitä, että sota-aiheet olisivat eläkeikäisten

elokuvasuosikkien joukossa, romuttui ainakin tässä kyselyssä, sillä vain 11 % vastaajista kertoi katsovan sota-aiheisia elokuvia mielellään.



Kuvio 8. Eläkeikäisten vastaajien elokuvissakäyntitiheys normaaleissa olosuhteissa, poissulkien korona-ajan poikkeusolot.

TV:n kohdalla kärkipaikan suosikkien joukossa saa perinteisesti uutiset, jonka lisäksi eläkeikäiset katsovat mielellään draamaa, 67 %, ajankohtaisohjelmia, 65 %, luontoaiheisia ohjelmia, 54 %, rikossarjoja, 45 % sekä keskustelu-, 38 %, musiikki-, 37 %, tietovisa-, 33 %, urheilu-, 27 %, ja komediaohjelmia, 26 % (ks. kuvio 9.). Se, miten kattavasti nykyinen TV-tarjonta pystyy vastaamaan näihin eläkeikäisten toiveisiin ja mieltymyksiin on tärkeä kysymys. Viime vuosina ohjelmakartoista on alettu karsia valitettavalla vauhdilla juuri keskustelu-, ajankohtais- sekä tietovisaohjelmia, jotka näyttäisivät olevan yli 60-vuotiaiden suosiossa. Karsittujen ohjelmien tilalle on tuotu viihde- ja reality-tarjontaa, joka on toki viihdyttävää, mutta samalla ei kuitenkaan aina niin älyllistä tai vanhempia sukupolvia koskettavaa.

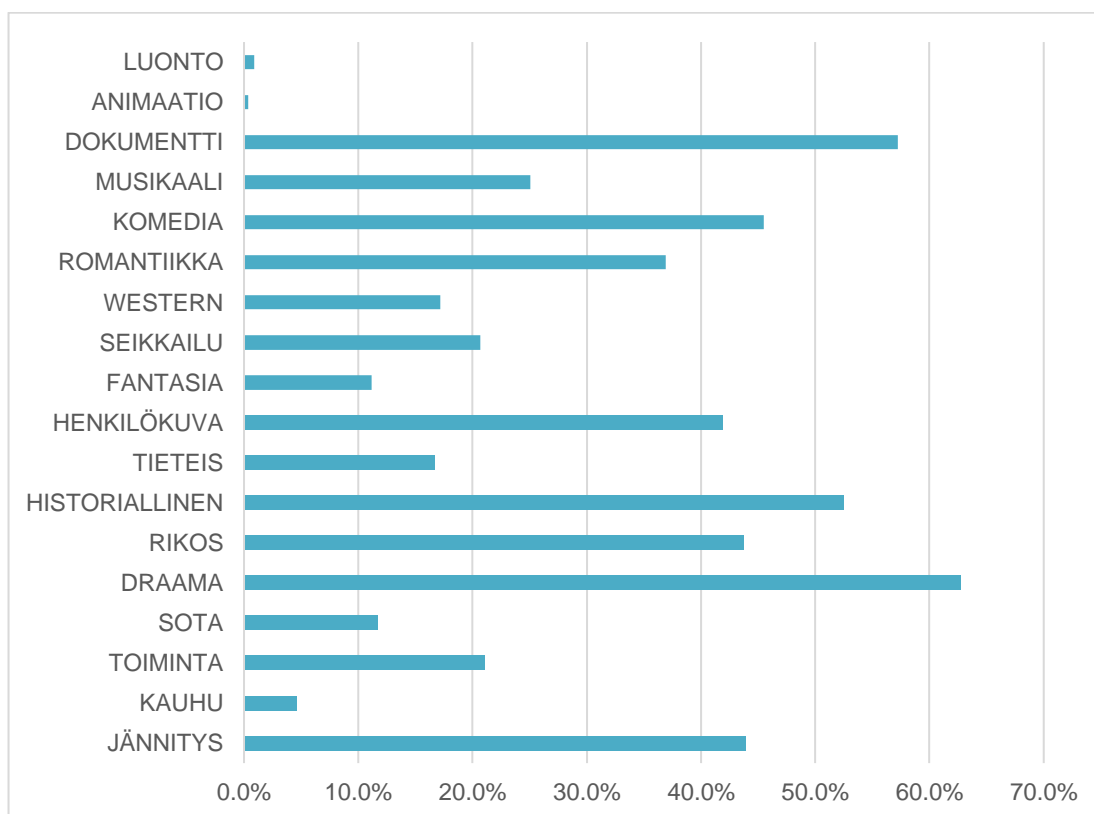


Kuvio 9. TV-ohjelmat ja sarjatyypit, joita eläkeikäiset vastaajat katsovat mielellään.

Kysyttäessä, **minkälaisia ohjelmia eläkeikäiset toivoisivat lisää**, vain alle 5 % vastaajista kertoi olevansa tyytyväisiä nykyiseen ohjelmatarjontaan. Vastaajat toivoivat lisää erityisesti älykkäitä ja laadukkaita sarjoja sekä laadukasta draamaa, rikosta, huumoria, ja keskustelu- ja ajankohtaisohjelmia, joissa oman ikäiset ihmiset olisivat myös edustettuina.

Kysyttäessä vastaavasti, **minkälaisia elokuvia eläkeikäiset toivoisivat lisää**, vain alle 7 % vastaajista kertoi olevansa tyytyväisiä elokuvatarjonnan nykytilaan (ks. kuvio 10.). ”Haluan lisää omaa ikääni käsitteleviä elokuvia, jossa vanhemmat ihmiset olisivat normaaleja, älykkäitä ja aktiivisia”, kertoi 67-vuotias naisvastaaja. Kysyttäessä taas representaatiosta, **pitäisikö eläkeikäisiä esiintyjä/osallistujia olla ohjelmissa ja elokuvissa nykyistä useammin**, 53 % vastasi haluavansa nähdä ikäisiään esiintyjä ja osallistujia lisää. Vastaajista 58 % toivoi myös, että eläkeikäisille tehtäisiin nykyistä enemmän omia ohjelmia

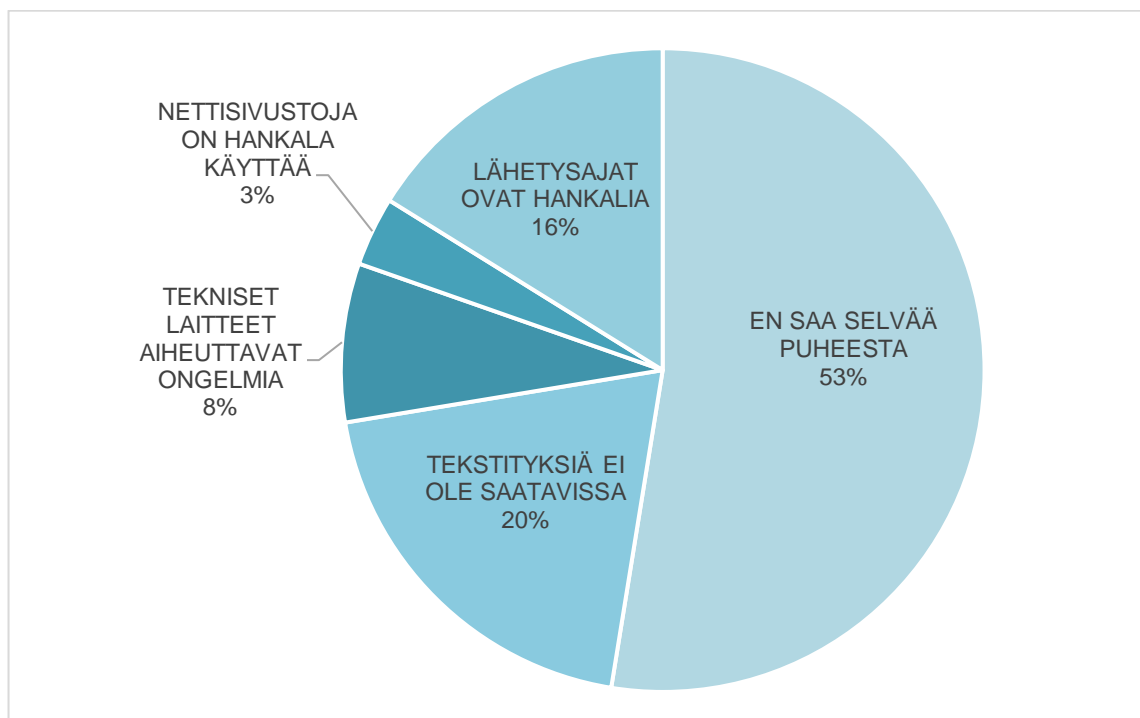
ja elokuvia, kun 57 % toivoi näkevänsä elokuvissa ja TV:ssä lisää yli 60-vuotiaita koskettavia aiheita.



Kuvio 10. Elokuvat, joita eläkeikäiset vastaajat katsovat mielellään.

Suomen Elokuvasäätiön (myöhemmin SES) **toimitusjohtaja Lasse Saarinen** (28.1.2022) kertoo haastattelussa Suomen elokuvasäätiön tukevan ikääntyvien ihmisryhmien tasa-arvoa muun muassa elokuvateattereille jaettavan, niin kutsutun saavutettavuustuen muodossa, jota jaetaan niille teattereille, joissa kuulo-ongelmista tai -vammoista kärsivien on mahdollista saada esimerkiksi tekstityksiä kotimaisen kielen elokuvaan. (Saarinen 28.1.2022.) Kyselyssä 53 % vastaajista kertoikin, että oli kokenut ongelmalliseksi, ettei puheesta saanut selvää, kun 20 % vastasi ongelmalliseksi sen, ettei tekstityksiä ole ollut saatavissa (ks. kuvio 11.). Tekstitykset tuntuivat nousevan tämän kyselyn vastauksissa erityisen suureen asemaan, ja moni toivoikin, että tekstitysten

saatavuuteen tulisi parannuksia. Iso joukko vastaajista toivoi myös korjausta epäselvään puheeseen sekä musiikin ja puheen epätasapainoon.



Kuvio 11. Yleisimmät ongelmat, joita vastaajat olivat kokeneet katsoessaan TV-ohjelmia, sarjoja tai elokuvia.

3.2 Päätelmä kyselystä

Koska eläkeikäisten mediatottumuksia on tutkittu ainakin Suomessa hyvin niukasti tähän päivään mennessä, on eläkeikäisten toiveita ja tottumuksia ollut vaikea täysin ymmärtää. Tutkimuskentällä on puhuttu jopa ageismista, joka on levinnyt myös mainonnan pariin (Dychtwald 2021). Tiedon puutteen vuoksi ymmärrys yli 60-vuotiaiden sisältö- ja kulutusmieltymyksistä tai -tarpeista ei ole kehittynyt nuorempia sukupolvia koskevan ymmärryksen rinnalla. (Kivimäki 2017.) Edes elokuva- ja TV-alan asiantuntijoiden parissa eläkeikäisten tuntemus ei ole suinkaan niin vahva, kuin itse olin olettanut. Edes mainosalan rautaiset ammattilaiset, joita tätä työtä varten jututin, eivät osanneet kuvailla eläkeikäistä kuluttajaa muuten, kuin esimerkiksi Tena-mainoksen kautta. Eläkeikäisten

mieltymyksiä onkin tiedon puutteen vuoksi jopa arvailtu, osuen yleensä harhaan. Malli eläkeikäisistä on usein kopioitu 40–50-luvun vanhentuneista malleista, joissa ikääntyvä ihminen kuvataan jäykkänä, ilon hylkääjänä tosikkona ja jo toinen jalka haudassa. Olennainen osa yli 60-vuotaiden ymmärtämistä tuntuukin unohtuneen. Eläkeikäisiltä ei itseltään ole kysytty olennaisia ja tärkeimpiä kysymyksiä – ainakaan Suomessa. Yhdysvalloissa tilanne on jo vähän toinen. Esimerkiksi vain eläkeikäisiin perehtyviä mainostoimistoja sekä yli 50-vuotiaille sisältöjä kohdistavia elokuvatuotantoyhtiöitä alkaa jo löytymään. (Hagan, Mosly 2021; Strom 2019.)

Tämä opinnäytetyössä toteuttamani tutkimus, on vain pintaraapaisu siitä, mitä olisi tarve selvittää, ja moni asia jäi tässäkin työssä vielä kysymättä. Olennainen viesti, joka vastauksista kuitenkin kumpuaa, on se, etteivät eläkeikäiset ole katsomaansa sisältöön tai representaatioonsa täysin tyytyväisiä. Tämä tieto poikkeaa siitä oletuksesta, joka elokuva- ja TV-aloilla vaikuttaa nyt vallitsevan. Ainakin tämän kyselyn perusteella oletus siitä, että sisältö kelpaa, koska eläkeikäiset viettävät aikaa lineaarisen televisionsa ääressä niin paljon, on väärässä. Vastausten perusteella voidaan sanoa, että eläkeikäisillä on luultua enemmän toiveita ja tarpeita, joihin tekijöiden tulisi pyrkiä yhtä innokkaasti vastaamaan, kuten vastaamme nyt nuorempien sukupolvien osalta.

4 Valokeilassa eläkeikäiset

4.1 Kaupallisesti mielenkiintoinen eläkeikäinen

Kun **Suomessa ensi-iltansa vuonna 2020 saanut elokuva Teräsleidit** teki elokuvahistoriaa rikkomalla katsojaennätykset, rikkoi se samalla monia ennakkoluuloja ikäihmisille suunnattujen sisältöjen osalta (ks. kuvio 12.).

”Teräsleidit-elokuvan uskomaton menestys on herättänyt uudestaan kiinnostuksen suurten ikäluokkien tarinoiden filmatisointiin. Tämä iloinen kehitys on heti huomioitu SF Studios:in uusien projektien listalla”, SF Studios:in teatterilevityksen johtaja Timo Räisänen sanoo. (SF Studios 2020.)

Haastattelemani **Teräsleidit -elokuvan tuottaja-käsikirjoittaja ja Helsinki Filmi -tuotantoyhtiön toimitusjohtaja Aleksis Bardy** voi syystäkin olla tiimeineen ylpeä elokuvansa suosiosta. Siitäkin huolimatta, että elokuvan päärooleissa olivat reilusti yli 70-vuotiaat naiset, ei vaikuttanut negatiivisesti yleisön kiinnostukseen. Itseasiassa päinvastoin; Teräsleidit oli Suomessa vuonna 2020 katsotuin elokuva, ja se sai katsojat liikkeelle ikäriippumattomasti. Elokuvan ohjaaja-käsikirjoittaja Pamela Tola kuvailikin tuotantoyhtiön ja levittäjän yhteisessä tiedotteessa (2020) elokuvan yhdistäneen erilaiset ihmiset ja tämän olleen merkki siitä, että **Teräsleidit ei katso ikää tai sukupuolta**. Hän näki elokuvan tarjoaman tunnemaailman olleen kaikille yhteinen, ja siksi niin moni oli elokuvasta myös innostunut. Tola sanoikin **Teräsleidiä onnistuneen yhdistämään erilaisia ja eri ikäisiä ihmisiä yhteisen elämyksen pariin, niin ilon kokemisen kuin elämän pohtimisen merkeissä**. (SF Studios 2020.)

Voisiko Tolan kuvailema ilmiö olla apuna vastaamassa tutkimuskysymykseeni? Teräsleidit onnistui kuvaamaan eläkeikäisiä päähenkilöitä tavalla, johon suurin osa katsojista ei ollut tottunut: päämäärätietoisina, rohkeina, elämännälkäisinä ja avoimina kokemaan uusia asioita.



Kuvio 12. Inkeri (Leena Uotila, oik.) lähtee Pamela Tolan ohjaamassa Teräsleidit -elokuvassa pakomatkalta Railin (Seela Sella, vas.) ja Sylvin (Saara Pakkasvirta kesk.) kanssa. Kuva: Sami Kuokkanen, Helsinki Filmi.

Teräsleidien tuottaja Aleksis Bardy (2.2.2022) näkee ikäihmisille tehdyissä elokuvissa mahdollisuuksia, joiden pitäisi kiinnostaa elokuva-alaa myös laajemmin. Hän sanookin, ettei elokuvien teko eläkeikäisille ole pelkästään mitään hyväntekeväisyyttä, ja tunnistaa kohderyhmässä jo aiemmin esiin nostamani kaupallisen mahdollisuuden. Bardy sanookin, että **jos ajatellaan, että vanhuksille pitäisi tehdä tarinoita ikään kuin säälistä, on se vääristynyttä. ”Eläkeikäiset ovat ihmisiä, joilla on aikaa ja rahaa, ja jotka haluavat käydä elokuvissa. Se että me emme elokuva-alana palvele heitä, on vain meiltä itseltämme pois. Joku muu nappaa sen viikkorahan”.** (Bardy 2.2.2022.)

“Vuoden 2016 sadan suosituimman elokuvan joukossa 60-vuotiaita ja sitä vanhempia oli vain 10,7 % kaikista puhuvista roolihahmoista. Todellisuudessa koko Yhdysvaltain väestöstä eläkeläisiä oli 19,9 % ja elokuvalippujen ostajista 13 %. Seniori-ikäisten puheroolien prosenttiosuus ei tutkimuksen mukaan eroa iäkkäiden edustuksesta vuoden 2015 suosituimmissa elokuvissa tai viimeisen kolmen vuoden Oscar-ehdokkaissa, eikä vuosien 2016–17 suosituissa televisiosarjoissa. Tutkimuksen perusteella on selvää, että eri media-alustoilla vanhemmat hahmot ovat rutiininomaisesti syrjäytyneitä huolimatta heidän edustuksestaan yleisössä.” (Choueit, Smith & Pieper 2017.)

Elokuvasäätiön Lasse Saarinen (28.1.2022) pitää mielenkiintoisena pohdintaani siitä, onko eläkeikäisille katsojille riittävästi elokuvia. Saarisen mukaan SES on vanhenevaa ihmistä kuvaavien tarinoiden suhteen täysin hakijoiden armoilla. Koska elokuvasäätiö ei ole tilaajan asemassa, kuten esimerkiksi kanavat, voi SES sanoa Saarisen mukaan ainoastaan mielipiteensä siitä, mistä on pulaa. Muuten hakijat ovat lopulta niitä, jotka määrittelevät hakemiensa tukien perusteena olevien projektien kautta pääsääntöisesti sen, mitä on tarjolla. Jos Elokuvasäätiölle ei tarjota laadukkaita ikääntyvien ihmisten tarinoita, ei niitä voida tukea. Vaikka yli 60-vuotiaiden tarinoiden määrä onkin kasvanut, on hankkeita edelleen todella vähän, hän sanoo. Ikääntyvistä kertovien tarinoiden vähyys ei ole kuitenkaan vielä aiheuttanut tarvetta kiintiöiden käyttöön. Säätiössä ei Suomen kokoiselle maalle nähdä kiintiöistä olevan ainakaan tällä hetkellä hyötyä. Tasa-arvon nähdäänkin toteutuvan meillä tavallaan luonnostaan. (Saarinen 28.1.2022.)

Myös haastattelemani tiede- ja kulttuuriministeri Antti Kurvinen

(10.2.2022) yhtyy Saarisen näkemyksiin eikä näe, että ainakaan poliittisella ohjauksella olisi seurauksia, jotka hyödyttäisivät alan toimijoita. Hän korostaakin, että avoimeen demokratiaan ja länsimaisen vapaaseen maahan ei kuulu se, että hallitus tai eduskunta ohjaisivat taidetta. Tekijät määrittelevät myös hänen mukaansa elokuvien kohdalla pitkälti sen, mitä on tarjolla. (Kurvinen 10.2.2022.)

Haastattelemani Art Films -tuotantoyhtiön toimitusjohtaja elokuvaohjaaja-tuottaja-käsikirjoittaja Arto Halonen (29.1.2022) kirjoittaa parhaillaan vanhemmista naishahmoista kertovaa elokuvaa, jonka yhdessä pääosassa nähdään jopa 95-vuotias nainen. Halosella on kokemusta vanhemmista katsojista useiden elokuvien myötä, mutta erityisesti maineikkaan Prinsessa-elokuvansa kautta. Hän muistelee, kuinka elokuvateatterin edustaja kuvaili elokuvan päivänäytösten keränneen ”mummojonoja” eläkeikäisten naisten odottaessa sankoin joukoin pääsyä näytöksiin. Bardyn tapaan, myös **Halonen kokee eläkeikäiset mielenkiintoisena yleisönä, jolla on aikaa, varallisuutta,**

mutta myös tarve ja halu katsoa erityisesti laadukkaita elokuvia. (Halonen 29.1.2022.)

Myös muualla maailmassa eläkeikäisistä kertovat sarjat ja elokuvat ovat ylittäneet useat ennakko-odotukset erityisesti viimeisten vuosien aikana. Näistä esimerkkinä suoratoistopalvelu Netflixin historian jaksomäärällisesti pisin sarjatuotanto Grace & Frankie, joka kertoo kahdesta eronneesta eläkeläisnaisesta (ks. kuvio 13.) Sarja onkin yltänyt useita kertoja katsojatilastojen kärkeen ja raivannut komeasti paikkansa nuoremmille sukupolville suunnattujen hittisarjojen joukkoon. (Bologna 2021; Francese 2021.)



Kuvio 13. Netflix-sarja Grace and Frankien päähenkilöt perustavat pitkien avioliittojensa romahdettua vibraattoriyrityksen Vybrant, joka tarjoaa vanhemmille naisille suunniteltua hyvinvointitekniikka. Kuva: Netflix.

Historiaan jälkensä jättäneistä eläkeikäisistä kertovista sarjoista tunnetuin on ollut varmasti The Golden Girls (suom. Tyttökullat), 1985–1992, jota tähditti muun muassa amerikkalaisten isoäidiksi kutsuttu ikoninen näyttelijä Betty White (Wyman 2022). Elokuva- ja sarjahistoriaan on siis mahtunut vakuuttavia esimerkkejä, jotka ovat selkeä osoitus eläkeikäisistä kertovien tarinoiden kiinnostavuudesta myös nuoremmen ja vaativan, niin kutsutun heavy-user-yleisön keskuudessa. Näiden kaikkien edellä mainittujen hittisarjojen ja elokuvien

yksi yhdistävä tekijä on, että eläkeikäiset on uskallettu esittää sisällöissä ihmisinä, jotka kokevat samoja tunteita ja läpikäyvät samanlaisia elämäntilanteita, kuin nuoremmat hahmot. Periaatteellisesti ainoa merkityksellinen ero nuorempiin ihmisiin on vanhenevan ihmisen muuttuva fyysinen olomuoto. Ihmismieli on elossa niin kauan kuin ihminen elää ja lopulta vain keho, jonka näemme linssin läpi, on se, joka määrittelee eroa nuoruuteen.

Voidaanko suosioon nousseiden elokuvien ja hittisarjojen perusteella tehdä päätelmä, että eläkeikäisten tarinat kiinnostavatkin lopulta myös alle 50-vuotiaita? Ainakin käsikirjoittamisen ja mainonnan perspektiivistä kysymys on lopulta vain siitä, miten kutakin kohderyhmää osataan puhutella erilaisten tarinoiden kautta. Kuten Pamela Tola elokuvastaan sanoi, ovat tunnekokemukset pohjimmiltaan ihmisille yhteisiä ja iästä sekä sukupuolesta riippumattomia.

4.2 Mittarina representaatio

Kun puhumme ikätasa-arvosta, on representaatio mittari, jonka kautta voimme havainnollistaa selkeästi eläkeikäisten huomioimista TV:ssä ja valkokankaalla. Vaikka aiemmin esille nostetut elokuvat ja sarjat edustavatkin onnistuneita ja esimerkillisen rohkeita naishahmoja, painottuu yli 60-vuotiaiden esiintyjien representaatio edelleenkin vahvasti miessukupuoleen.

“Parhaan 25:n palkitun elokuvan 1 256:sta puhuvasta hahmosta vain 148 (11,8 %) oli 60-vuotiaita tai sitä vanhempia. Tämä on 6,7 prosenttia vähemmän kuin väestönlaskennan mukainen eläkeläisten prosenttiosuus Yhdysvalloissa. 148:sta vanhemmasta hahmosta miehiä oli 77,7 % ja naisia 22,3 %. Sukupuolten suhde oli näin 3,5 miestä jokaista naista kohti.” (Choueiti 2017, 3.)

Haastateltu Aleksis Bardy (2.2.2022) sanoo, että valitettavan tyypillinen kuvaus vanhemmasta ihmisestä populaarikulttuurissa on nimenomaan niin kutsuttu puolikuollut henkilö, joka katsoo vain taaksepäin, ja jolla ei kuvata olevan enää samalla tavalla tunteita, haaveita tai läheisyyttä koskevia toiveita, kuten nuoremmilla on. Hän uskookin eläkeikäisten haluavan tarinoita, joissa heidän ikäisensä ihmiset kuvataan heidän kokemustaan vastaavalla tavalla. *Eihän vanhuus ole pelkästään kuoleman odotusta*, Bardy tiivistää avatessaan

näkemyksiään eläkeikäisille suunnattavien sisältöjen mahdollisuuksista. (Bardy 2.2.2022.)



Kuvio 14. Netflix -sarja The Kominsky Method kuvaa ikääntyvän näyttelijän Sandyn (Michael Douglas) ja hänen ystävänsä Normanin (Alan Arkin) työ-, siviili ja rakkauselämää Los Angelesissa. Kuva: Netflix.

Netflix tarjoaa meille myös toisen loistavan sarjaesimerkin eläkeikäisten ihmisten elämästä, jossa ikäihmisen seksuaalisuus, rakkaus ja jopa kuoleman kohtaaminen ovat löytäneet luonnollisen ja katsojaa viihdyttävän muodon. Sarja Kominsky Method, jonka päärooleissa nähdään Michael Douglas ja Alan Arkin, osuu poikkeuksellisella tavalla eläkeikäisten miesten ja sivuosissa näyttättevien naisten mielenmaiseen ytimeen kohottamatta hahmoja kuitenkaan liikaa realismista. Tämä sarjaesimerkki antaa meille toimivan mallin siitä, miten vanhempia ihmisiä on mahdollista käsitellä vakavissakin sisällöissä menettämättä viihdyttävyyttä: iästä voi kertoa tekemättä siitä ongelmaa. Myös haastattelemani **Paratiisi-sarjan käsikirjoittaja Matti Laine** (11.2.2022) sanoo näyttelijä Riitta Havukaisen hahmon sarjassa olleen erityisen onnistunut juuri sen vuoksi, ettei hahmosta tehty lainkaan odotusarvojen mukaista ”vanhempaa naista”. Päähenkilö kuvattiin, kuten kuka tahansa ihminen, eikä eläkeikää mainita sanallakaan. Havukaisen hahmo elääkin sarjassa elämänsä ilman, että ikää nostetaan tarinassa haasteeksi tai minkään esteeksi. (Laine 11.2.2022.)

Jos eläkeikäisten sisältö- ja representaatiotilanne on heikko, on diversiteetti- eli monimuotoisuustilanne sitäkin huonompi. Eläkeikäisistä kertovista sisältöistä uupuvat näet lähes kokonaan vähemmistöjen tarinat. Kertomukset erimerkiksi yli 60-vuotiaista LGBT-hahmoista tai etnisistä vähemmistöistä ovat varsinkin Suomessa miltei ennenkuulumattomia. Perustellusti voidaankin sanoa, että mikäli eläkeikäisten yleistä representaatiotilannetta ei kohenneta, ei vähemmistöjen tilanteeseen voi nähdä tulevan myöskään parannusta. Nykyinen TV:tä ja valkokangasta hallitseva eläkeikäinen hahmo onkin edelleen tutkimusten mukaan yleisimmin valkoinen heteromies.

“Apart from underrepresentation, the diversity of seniors is not depicted in film. (...) The LGBT community is also missing in film. Only three senior LGBT characters appeared across the films examined (100 movies), and not one of these was a senior woman. The image of a senior character in film is that of a straight, white male—a far cry from reality.” (Choueiti 2017, 11.)

AlfaTV -kanavan sisältöjohtaja Timo Suomi (4.2.2022) katselee kohderyhmiä muista kanavista poiketen hiukan toisenlaisesta perspektiivistä. Vaikka kanava onkin yksi pienimmistä maassamme, on se onnistunut tavoittamaan kohderyhmät muista kanavista poiketen melko tasapuolisesti. Suomi kertookin AlfaTV:n katsojien jakautuvan tasaisesti 60 -ikävuoden molemmin puolin. Se, mikä tekee tilanteesta erityisen mielenkiintoisen, on, että juuri AlfaTV on kanavista se, jonka pääpainotus ohjelmistossa puhuttelee erityisesti eläkeläisyleisöä. Se, miten AlfaTV on onnistunut vangitsemaan myös nuorempien sukupolvien katsojien kiinnostuksen ohjelmistoaan kohtaan, selittyy Suomen mukaan osin ohjelmien niin kutsutulla tapahtumallistamisella. AlfaTV pyrkii kasvattamaan katsojien mielenkiinto muun muassa tapahtumista televisioitujen ohjelmien kautta sekä suorilla asiaohjelmälähetyksillä. Vaikka AlfaTV ei tarjoakaan katsojilleen draamaa tai muille kanaville tyypillistä kevyttä viihdeohjelmaa, löytyy sen valikoimista erimerkiksi laadukkaita kansainvälisiä dokumentteja. **Suomi sanookin eläkeikäisen katsojajoukon olevan AlfaTV:lle tärkein kohderyhmä, jolle halutaan olla myös sisällöissä uskollisia.** (Suomi 4.2.2022).

4.3 Yleisradion asema tasa-arvon suunnannäyttäjänä

Ylen kritisointi julkisena toimijana on ollut kulttuurissamme hyvin yleistä. Eikä ole suinkaan tavatonta, että sen ohjelmistoa, nimityksiä, hankintoja tai johtamista tarkastellaan kriittisesti, kuten esimerkiksi osin myös tässä opinnäytetyössä sekä haastattelemieni asiantuntijoiden joukossa. Yle saakin kritiikkiä toiminnastaan usein myös poliitikoilta sekä mediataloilta, joiden omat intressit saattavat olla osin sekoittuneet kaupallisten kanavien parissa.

Myös Ville Vilen on tottunut asemassaan kritiikkiin ja keskustelee Ylen toiminnasta ja sisällöistä Yleisradion periaatteiden mukaan hyvin avoimesti. Vilen ei säikähdä edes tässä työssä esitettyjä tiukkoja kysymyksiä, jotka kohdistuvat tarjontaspekseihin, nykyisiin kohderyhmäpainotuksiin tai ikätasa-arvoon. (Vilen 4.2.2022.) Tässä mielessä Yle on tutkijan perspektiivistä katsottuna juuri esimerkki toimivasta demokratiasta: tiukkoihinkin kysymyksiin vastataan. Muista kanavista poiketen Yle onkin Suomessa ainoa, joka joutuu vastaamaan kysymyksiin erillisen lain velvoittamana ja olemaan avoin sekä tasa-arvoinen toimintansa ja ohjelmatarjontansa osalta. Kaupallisten kanavien kohdalla tilanne on toinen, sillä *Laki sähköisen viestinnän palveluista* ei ole suinkaan yhtä tiukka tasa-arvon osalta, kuin *Laki Yleisradiosta* vastaavasti on. Tämän myötä kriittinen katse kohdistuu usein ainoastaan Yleisradion toimintaan, jonka takia kritiikki on osin myös kohtuutonta, vaikkakin Ylen kansallisen rahoituspohjan ja valta-aseman vuoksi ajoittain myös hyvin perusteltua.

Millä tavalla **tiede- ja kulttuuriministeri Antti Kurvinen** näkee ikätasa-arvotilanteen kulttuurikentällä ja erityisesti elokuvien ja TV:n osalta? Saavatko ikäihmiset riittävästi huomioita nykytilassa? Haastattelussa ministeri Kurvinen (10.2.2022) myöntää, ettei Suomessa ole vielä erityisestä seniorikulttuuripohdintaa, vaikka hänen mukaansa kulttuuripolitiikassa mietitäänkin niin kutsuttua saavutettavuutta. Ylen toimintaan ministeri Kurvinen ei asemansa vuoksi ota kantaa, sillä Yle kuuluu liikenne- ja viestintäministeriön hallinnonalaan. Kurvinen sanoo kuitenkin, että julkisen keskustelun avaamisen kautta esimerkiksi mediassa olisi myös ikätasa-arvokysymykseen mahdollisuus

vaikuttaa. Kurvisen mukaan myös oppilaitokset, tutkijat ja opettajat ovat avainasemassa, kun halutaan herätellä tulevaisuuden tekijöitä näkemään, että Suomessa onkin kaupallisesti mielenkiintoinen vanheneva väestö, jolle sisältöjä voisi myös kohdistaa. (Kurvinen 10.2.2022.)

Ajatus ikätasa-arvon huomioisesta on opinnäytetyöni mukaan vielä monelle alan vaikuttajalle verrattain uusi pohdinnan arvoinen asia. Jos niin kutsutut päättäjät haluavat tekijöiden ottavan enemmän vastuuta ikääntyville tehtävistä sisällöistä, on tärkeää huomioida, että myös kanavat kertoisivat avoimesti kirjoittajille ja tuottajille, että yli 60-vuotialle suunnatut ja heistä kertovat laadukkaat sisällöt ovat myös tervetulleita ja niitä ollaan valmiita ostamaan.

”Kun tätä (käsikirjoittamista) tekee työkseen, niin haluaisi saada niitä juttuja myös läpi. Ja totta kai kanavien toiveet, joista ne viestii, ottaa silloin huomioon – että mitä juuri nyt halutaan ja mitä referenssisarjoja kanavien puolelta mainitaan. Totta kai tuollaiset asiat, eihän ne voi olla vaikuttamatta työhön”, sanoo Paratiisi-sarjan käsikirjoittaja Matti Laine (11.2.2022.)

Elokuva- ja TV-alojen tekijöiden toimintaa määrittelee lopulta kannattavuus ja jokainen tekijä haluaa lähtökohtaisesti tienata tekemällään työllä riittävän toimeentulon. Jos kanavat ja ostajat viestivät tuottajille ja kirjoittajille suunnatuissa toiveissaan, ettei yli 50-vuotiaille tehtyä sisältöä haluta ensisijaisesti hankkia, eivät alojen tekijät sellaista sisältöä niille myöskään tarjoa. Ja juuri sellainen tilanne meillä tutkimukseni perusteella nyt alalla on. Isossa kuvassa kanavien vahva viesti on, että ikääntyvän ihmisen tarina ei ole yhtä mielenkiintoinen kuin nuoremman.



Kuvio 15. Lain kirjain velvoittaa Yleä tukemaan suomalaisen kulttuuriperinnön vaalimista, suvaitsevaisuutta, yhdenvertaisuutta, tasa-arvoa ja kulttuurista moninaisuutta sekä huolehtimaan ohjelmatarjonnasta myös vähemmistö- ja erityisryhmille (Laki Yleisradio Oy:sta 3. luku, 7 §, kohta 5). Yleisradion strategian ytimessä onkin lupaus kuunnella suomalaisia ja näyttää koko moniääninen Suomi. ”Kaikille yhteinen, jokaiselle oma” on slogan, joka on nostettu monivuotisen strategian otsikoksi (Yle 2020). (Kuvakaappaus Ylen sivuilta)

Onko Ylen mahdollista täyttää nykyisellä tavalla lain vaatimukset tasa-arvosta, jos ikätasa-arvokysymystä ei eritellä relevanttina ohjaavana arvona ja osana keskeisimpiä sisältötarjonta- ja julkaisutarpeita? Voiko tasa-arvo toteutua tai voiko sen toteutumista ensinnäkään seurata, jos tasa-arvon kaikkiin muuttujiin (esim. jokaiseen ikäryhmään) ei kiinnitetä tasapuolisesti huomiota?

”Ylen pitää palvella kaikenikäisiä suomalaisia. Tämä edellyttää eri-ikäisten yleisöjen mediankäytön ja elämän perusteellista ymmärrystä. Mediatyhtiöt kilpailevat jatkuvasti kovemmin nuorista yleisöistä ja lapsista. Ylen perinteiset vahvuudet – mainoksettomuus, turvallisuus ja oma kieli – eivät tue enää Yleä niin kuin ennen. Meidän on hyödynnettävä näitä vahvuuksia, jotta tulevat sukupolvet eivät kasvaisi pelkästään globaalien mediajättien tarjonnan parissa, mutta tämä ei enää yksin riitä. Annamme tilaa uusille tekijöille ja nuorten

äänille ja ajatuksille sekä uudistamme nuorille suunnattua tarjontaa.” (Ylen Strategia 2020.)

Haastatteleman Ville Vilen (4.2.2022) pitää sisältösuunnitelmien nykytilannetta lähtökohtaisesti perusteltuna, eikä muutostarpeita esimerkiksi tässä opinnäytetyössä useasti mainittuihin tarjontaspekseihin yli 50-vuotiden osalta ole ainakaan heti tulossa. Ylen agendana on palvella kaikkia tasapuolisesti ja nyt huomiota kiinnitetään tämän periaatteen mukaan ja näiltä osin tarkoituksenmukaisesti alle 45-vuotiaisiin, keskittyen erityisesti niin sanottuihin kolmekymppisiin, jotka katsovat lineaarista televisiota vanhempia ikäryhmiä huomattavasti vähemmän. Kyse ei kuitenkaan ole Vilenin mukaan kilpailusta kanavien välillä, sillä hänen mukaansa Ylen ei tarvitse kilpailla juuri keneenkään kanssa, mitä nyt jonkun verran katsojien ajankäytöstä. Tällä pyritään siihen, että nuoremmat sukupolvet katsoisivat televisiota vielä silloin, kun nykyiset eläkeikäiset ovat jo poistuneet keskuudestamme. (Vilen 4.2.2022.)

”Eri sukupolvien irtaantuminen toisistaan olisi suuri menetys kaikille ikäryhmille. Sen sijaan että asetettaisiin nuoret ja ikääntyneet vastakkain samoista resursseista riiteleviksi vastinpareiksi, on vahvistettava ymmärrystä siitä, että ihmisyyhteisö on kokonaisuus, johon kuuluvat ihmisen kaikki ikävaiheet.” (Holmila 2022, 9.)

Jos eläkeikäiset joutuvat nyt tyytymään nuoremmille kohdistettuun tarjontaan, joutuvatko nykyiset alle 45-vuotiaat tyytymään vastaavassa iässä samalla tavalla nuoremmille suunnattuun sisältöön? Tähän kysymykseen saamme vastauksen toki vasta tulevaisuudessa, jossa lineaarista televisiota ja sen nyt käsillä olevaa niin kutsuttua kuolinkamppailua tuskin enää edes muistellaan. Oma arvioni kuitenkin on, että tulevaisuudessa kaikille riittää kohdennettua sisältöä. Sitä ennen alan tekijöiden ja markkinoiden on kuitenkin tarve herätä.

5 Lopuksi

Elämme parhaillaan ennen näkemätöntä mediamurroksen aikaa, jossa suoratoistopalvelut ottavat niin kutsuuilta perinteisiltä sisällöntarjoajilta anteeksipyytelemättä jalansijaa. Myös sosiaalisessa mediassa käy kuhina, kun nuorten suosima TikTok syrjäytti viime vuonna Instagramin valta-aseman. Nuoret nauttivatkin nyt videosisällöistä, joiden katsomista ei ole sidottu kiinni tiettyyn aikaan, eikä varsinkaan erityiseen fyysiseen paikkaan. Viimeisimmät Traficom:in tilastot (2022) kertovatkin meille nyt alle 45-vuotiaiden siirtyneen katsomaan jo pääosin suoratoistopalveluja. Lineaarisen television voidaan sanoa tulleen tavallaan tämän myötä ainakin yhden tiensä päähän. Vaikka kanavilla onkin tämän murroksen myötä periaatteellisesti hyvin perusteltu tarve pyrkiä tavoittamaan sisällöillään nyt juuri nuoret katsojat, näen vallitsevassa tilanteessa tutkimukseni myötä myös avoimia kysymyksiä, jotka vaativat vähintään tasa-arvon nimissä vastaamista.

Jos emme kohtaa ikääntyvän ihmisen kuvausta televisiossa, sarjoissa tai elokuvissa, niin missä sen kohtaamme? TikTokissako? Keskittämällä huomio sisällöissä ja representaatioissa vuosi toisensa perään isoilta osin alle 50-vuotiaisiin, kuten Yle ja valtaosa kaupallisista kanavista ovat esimerkin mukaan tehneet, tehdään meille nuoremille sukupolville hyvää tarkoittavan toimen ohella myös valitettava karhunpalvelus. Eläkeikäisten monipuolisten tarinoiden uupuessa elokuvien ja TV:n sisällöistä meidän nuorempien sukupolvien ymmärrys ihmisen vanhenemisesta rakentuu pitkälti viihteen, sosiaalisen median ja mainonnan varaan, joissa ikääntyminen esitetään lähtökohtaisesti negatiivisessa valossa ja tavalla, jolla kuvataan esimerkiksi sairauksia. Ihmisen vanheneminen nähdäänkin jo luonnottomana, haitallisena ja jopa ihmisarvoa alentavana, kun vanhuutta vastaan sotimaan kuluttajien rinnalle ovat nousseet kymmenien miljardien eurojen kokoiset vanhenemisen demonisointiin erikoistuneet anti-age-markkinat.

Koska vanheneva ihminen esiintyy mediassa nyt vain harvoin ja silloinkin tutkimusten mukaan usein heikkona, karikatyyrina tai muuten halventavassa

muodossa, on myös itse eläkeikäisille ihmisille tarjolla sisällöissä vain rajallisesti aitoa samaistumispintaa. Se, miten eläkeikäiset kuvataan elokuvissa, ohjelmissa ja sarjoissa voidaan nähdä vaikuttavan suoraan siihen, miten samaistuttaviksi he sisällöt itselleen kokevat. Tutkimusten mukaan juuri tavalla, jolla kuvaamme vanhenevaa ihmistä tai puhumme vanhuudesta eri sisällöissä, onkin merkittävä vaikutus vanhempien ihmisten hyvinvointiin sekä siihen, miten arvokkaina eläkeikäiset itsensä ihmisinä näkevät. (Choueiti 2017, 13) Jo vain tämä samaistumiskysymys on itsessään niin tärkeä asia, että jo sen pitäisi lisätä tarvettamme kasvattaa eläkeläisrepresentaation määrää. Se tarve, joka ohjaa meitä tarjoamaan nuoremmille sukupolville mahdollisimman runsaasti erilaisia samaistumismalleja lakkaa nyt kuitenkin ikään kuin olemasta, kun kohderyhmänä onkin yli 60-vuotiaat.

Aivan opinnäytetyöni viimeisillä metreillä jututin vielä pientä joukkoa 15–24-vuotiaita nuoria, jotka käyttävät aktiivisesti erilaisia mediasisältöjä. Kysyin heiltä, millaisena he haluisivat nähdä eläkeikäisen ja vanhentuvan ihmisen, ja minkälainen kuvaus vanhuudesta ei kiinnosta heitä lainkaan. Vastaus oli odotetun kaltainen. Nuoret eivät halunneet nähdä vanhentuvaa ihmistä puolikuolleenä ja tahdonvoiman menettäneenä. He halusivat nähdä vanhemman ihmisen, jonka äly ja elämänhalu olivat vielä tallella. Nuoret toivoivat kohtaavansa sisällöissä eläkeikäisen hahmon, johon myös itse voisivat ihmisenä kokea samaistuvansa.

Kun kysymme, onko eläkeikäisille määrällisesti riittävästi sisältöä, meidän tulisi samalla myös kysyä, kuinka voimme palvella yli 60-vuotiaita sisällöissä laadullisesti nykyistä paremmin. Sen sijaan, että pohtisimme, menetämmekö nuorten kiinnostuksen lisätessämme eläkeikäisille suunnattuja sisältöjä tai representaation määrää, meidän tulisi kysyä, miten voisimme puhutella nuoria juuri ikääntyvien ihmisten tarinoiden ja mielenkiintoisten vanhempien henkilöhahmojen kautta.

Tiede- ja kulttuuriministeri Kurvinen (10.2.2022) kiteytti oikeastaan tärkeimmän haastattelussaan toteamalla ikätasa-arvoon liittyvän muutosprosessin olevan nyt

käynnissä. Hän myös lisäsi tämän opinnäytetyön olevan merkittävä osa muutoksen syntymistä. Koen onnistuneeni työssäni monella tapaa, mutta erityisesti esittämällä asiantuntijoille kysymyksen eläkeikäisten ikätasa-arvosta, jota edes kulttuuriministeri ei omien sanojensa mukaan ollut ennen keskusteluumme tullut itse ajatelleeksi. (Kurvinen 10.2.2022) Ikätasa-arvo onkin asia, jota moni haastattelemanani pohti kanssani, jos ei ensimmäistä, niin ainakin ensimmäisiä kertoja. Keskustelun avaaminen olikin mielestäni tämän opinnäytetyöni merkittävin saavutus.

Muutos ikätasa-arvotilanteessa tapahtuu vain kysymällä, tutkimalla ja keskustelemalla, mutta myös uudistamalla jo vanhoiksi käyneitä arvoja sekä toiminta- ja kerrontatapoja. Tutkimukseni perusteella voi sanoa, että vastaus tutkimuskysymykseeni, *kuinka eläkeikäiset katsojat voidaan huomioida elokuvien sekä TV:n draama- ja viihdeohjelmien sisällöissä, menettämättä nuorempien sukupolvien katsojien mielenkiintoa*, löytyy tavastamme kuvata eläkeikäisiä eri sisällöissä. Kuvaamalla vanheneva ihminen elinvoimaisena ja älyllisenä sekä kompleksisena ihmisenä siinä missä nuoremmatkin, saadaan myös nuorempien sukupolvien kiinnostus sisältöihin heräämään ja kiinnostuksen herättyä – myös säilymään. Havainnot oikeasta elämästä ja ihmisyydestä ovat lopulta juuri niitä, jotka kiehtovat ihmisiä, ja jotka yhdistävät meitä kaikkia ikään, sukupuoleen, etnisyyteen – tai mihinkään muuhunkaan katsomatta. Sukupolvesta riippumatta katsojat haluavatkin nähdä aitoja tarinoita, joissa ihmisyyys kuvataan samaistuttavana ja riittävän monimuotoisena.

Meillä nuoremmilla sukupolvilla on edessämme eittämättä vanhuus, jota emme pääse pakoon, vaikka se meille negatiivisessa valossa usein esitetäänkin. Toivonkin näkeväni tulevaisuuteni sellaisena, jossa minun ei tarvitse koskaan ihmetellä omanikäisten representaation vähyyttä elokuvien, sarjojen tai TV:n sisällöissä, kuten omat vanhempani joutuvat nyt tekemään. Ollessani itse tulevaisuudessa yli 60-vuotias toivon tulevani nähdyksi ja kuulluksi sisällöissä, kuten nyt nuorempana tulen. Kun edistämme ikätasa-arvoa sisällöissä, edistämme samalla myös sivistystä sekä hyvinvointia – ja ennen kaikkea noteeraamme vanhenevan ihmisen ihmisarvon.

Lähteet

Bologna, Caroline 2021. The Most Popular Shows on Netflix Besides 'Grace And Frankie'. Huffpost. https://www.huffpost.com/entry/grace-and-frankie-popular-netflix-shows_l_6119fa33e4b07c1403165fcb.

Choueiti, Mark, Smith, Stacy & Pieper, Katherine 2017. Over Sixty, underestimated: A Look at Aging on the 'Silver' Screen in Best Picture Nominated Films". USC Annenberg. https://annenberg.usc.edu/sites/default/files/Over_Sixty_Underestimated_Report_2_14_17_Final.pdf.

Choueiti, Mark, Smith, Stacy, & Pieper, Katherine 2017. Still Rare, Still Ridiculed: Portrayals of Senior Characters on Screen in Popular Films from 2015 and 2016. USC Annenberg. <https://annenberg.usc.edu/sites/default/files/2018/01/22/Still%20Rare%20Still%20Ridiculed%20Final%20Report%20January%202018.pdf>.

Dychtwald, Ken 2021. Ageism Is Alive and Well in Advertising. AARP. <https://www.aarp.org/work/working-at-50-plus/info-2021/ageism-in-advertising.html>.

Finlex 2014. Laki sähköisen viestinnän palveluista. <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2014/20140917> (luettu 7.2.2022).

Finlex 1994. Laki Yleisradiosta. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1998/19980744> (luettu 7.2.2022).

Finnpanel 2022. Vuosittaiset kanavien katseluosuudet ja viikkotavoittavuudet ikäryhmittäin, vuosi 2021. Finnpanel Oy. <https://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/vuosi/sharev/viimeisin/sharev.html>.

Francese, Andrea 2021. 'Grace and Frankie' Will Conclude as Netflix's Longest Running Original Series to Date. Show Biz Cheat Sheet.

<https://www.cheatsheet.com/entertainment/grace-and-frankie-will-conclude-as-netflixs-longest-running-original-series-to-date.html>.

Hagan, A, Mosly, T 2021. One Producer's Mission To Make Movies, TV For People Over 50 Years Old. WPUR.

<https://www.wbur.org/hereandnow/2021/04/16/age-diversity-movies-tv>.

Holmila, Marja 2022. Selvitys: Ikänaisten elämisen taito ja kokemukset asemastaan yhteiskunnassa. <https://www.e2.fi/media/julkaisut-ja-alustukset/ikanaiset.pdf>.

Kivimäki, Sanna 2017. Ikää ihmettelemässä. Lähikuva.

<https://journal.fi/lahikuva/article/view/66590/27001>.

Koop, Avery 2021. Mapping the World's Youngest and Oldest Countries. Visual Capitalist. <https://www.visualcapitalist.com/worlds-youngest-and-oldest-countries>.

Kopf, Dan 2019. Old people in the US are watching a lot more TV. Quartz Media. <https://qz.com/1563911/who-watches-the-most-tv>.

Livingston, Gretchen 2019. Americans 60 and older are spending more time in front of their screens than a decade ago. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/06/18/americans-60-and-older-are-spending-more-time-in-front-of-their-screens-than-a-decade-ago>.

MTV 2022. Kohderyhmäkauppa. MTV Oy.

https://www.mtvspotti.fi/static/cf9a056b72441d79976ace5c2f3bfa91/MTV_Mediatiedot2022_tv_kohderyhmakauppa.pdf.

Sanoma Media Finland. 2022. Mainostajan kohderyhmät. Sanoma Media Finland Oy. <https://media.sanoma.fi/sites/default/files/2018-04/TV%20hinnat%202018.pdf>.

SF Films. 2020. Mediatiedote. <https://www.epressi.com/tiedotteet/musiikki-ja-viihde/pamela-tolan-terasleidit-elokuva-rikkoi-100-000-katsojan-rajan-alle-kahdessa-viikossa.html>.

SF Films. 2020. Mediatiedote. <https://www.epressi.com/tiedotteet/musiikki-ja-viihde/jattimenestys-pamela-tolan-terasleidit-elokuvalle-harvinaiset-200-000-katsojaa-vain-viidessa-viikossa.html>

Strom, Chris 2019. The Top Retirement Community Marketing Agencies in the US. Clear Pivot. <https://www.clearpivot.com/blog/choosing-the-best-marketing-agency-for-your-retirement-community>.

Tilastokeskus 2021. Suomen virallinen tilasto (SVT): Kotitalouksien varallisuus [verkkajulkaisu].

ISSN=2242–3214. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 7.2.2022]. Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/vtutk/index.html>.

Tilastokeskus 2019. Suomen virallinen tilasto (SVT): Vapaa-ajan osallistuminen [verkkajulkaisu]. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu: 7.2.2022]. Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/vpa>.

Tilastokeskus 2021. Suomen virallinen tilasto. (SVT): Väestörakenne [verkkajulkaisu]. ISSN=1797–5379. Helsinki: [viitattu: 1.2.2022]. Saantitapa: <http://www.stat.fi/til/vaerak>.

Traficom 2022. Netti-tv ohitti perinteisen tv-katselun alle 45-vuotiaiden keskuudessa. Traficom. <https://www.traficom.fi/fi/ajankohtaista/netti-tv-ohitti-perinteisen-tv-katselun-alle-45-vuotiaiden-keskuudessa>.

Verohallinto 2022. Yleisradiovero. Verohallinto. <https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/48391/yleisradiovero3>.

Wyman, Christina 2022. Remembering Betty White as 'America's grandmother' highlights a double standard. NBC.

<https://www.nbcnews.com/think/opinion/remembering-betty-white-america-s-grandmother-highlights-double-standard-ncna1286861>.

Yle 2022. Mitä Yle hakee? Yleisradio. <https://yle.fi/aihe/s/10000965> (luettu 1.2.2022).

Yle 2020. Ylen Strategia. Yleisradio. <https://yle.fi/aihe/strategia>.

Haastattelut

Bardy Aleks 2022. Toimitusjohtaja, tuottaja, käsikirjoittaja. Helsinki Filmi Oy. Haastattelu: 2.2.2022.

Halonen Arto 2022. Toimitusjohtaja, elokuvaohjaaja, tuottaja, käsikirjoittaja. Art Films production AFP Oy. Haastattelu: 29.1.2022.

Kurvinen Antti 2022. Tiede- ja kulttuuriministeri. Opetus- ja kulttuuriministeriö. Haastattelu: 10.2.2022.

Laine Matti 2022. Käsikirjoittaja, näyttelijä, kirjailija. Haastattelu: 11.2.2022.

Saarinen Lasse 2022. Toimitusjohtaja. Suomen Elokuvasäätiö. Haastattelu: 28.1.2022.

Suomi Timo 2022. Kanavan sisältöjohtaja. AlfaTV. Haastattelu: 4.2.2022.

Vilen Ville 2022. Ylen luovien sisältöjen johtaja. Yleisradio. Haastattelu: 4.2.2022.