

Televisio kohtaa Twitterin – uudenlaisen katselukokemuksen yhteisöllisyys

Pauliina Tuomi

Tutkija

Tampereen teknillinen yliopisto

Turun yliopiston digitaalisen kulttuurin jatko-opiskelija

Artikkelissa tarkastellaan millaisia osallistavia käyttäjäkokemuksia ja yhteisöllisyyttä liittyy television ja Twitterin yhdistämiseen. Esimerkkitapauksina toimivat Euroviisujen ja Linnan juhlien kaltaiset mediaspektaakkelit.

Nykypäivän digitalisaatio, kansainvälistyminen ja mediamarkkinat ovat luoneet uusia kilpailevia online- ja mobiilikommunikaation muotoja, jotka ovat muuttaneet niin televisiota kuin radiotakin. Kehitys näkyy erityisesti sekä kasvaneessa kilpailussa että yhteistyössä online-median ja muiden perinteisempien medioiden välillä. (Ala-Fossi, Herkman & Keinonen 2008, 11–12.) Vastaavasti televisiosta on muutoksen myötä tullut osa isompaa keskenään kytköksissä olevien laitteiden kokonaisuutta, joka operoi usealla eri alustalla yhden sijaan. Espen Ytrebergin mukaan erilaiset multiplatform-formaatit ovat uudentyypinen mediamuoto, joka yhdistää niin perinteisen televisiolähetysten kuin digitaalisen mediankin piirteet (Ytreberg 2009, 481).

Nykyään televisiotuottajat pyrkivät kehittämään erilaisia keinoja lisätäkseen katsojien katselukokemuksen syvyyttä esimerkiksi tuomalla Twitterin avulla katsojien kommentoinnin osaksi televisiolähetystä. Tämän reaaliaikaisen kommunikaation myötä katsojat muuntuvat helposti katsojista osallistujiksi. Television tämänhetkinen rooli osana monialustaista mediaa on parhaiten nähtävissä juuri erilaisissa televisio- ja mediaspektaakkeleissa. Käytännössä tämä tarkoittaa televisiolähetysten yhdistämistä digitaalisiin alustoihin. Televisio- ja mediaspektaakkeleille kutsuu yleisön ottamaan osaa juoneen ja sisältöön esimerkiksi äänestämällä tekstiviestein ohjelmissa kuten *Idols*, *Big Brother* ja *Tanssii Tähtien Kanssa*. Nämä spektaakkelit mahdollistavat myös osallistumisen televisio-ohjelmaan internetissä maksutta. Useat sivustot tarjoavat kuluttajille mahdollisuuden jakaa mielipiteitään ja ajatuksiaan keskustelufoorumeilla, chateissa ja blogeissa. Spektaakkeleille on ominaista yhdistää televisio, internet ja mobiililaitteet yhteen kehittääkseen ilmiön ympärillä sopivaa jännityksen ilmapiiriä. Näin ollen, iso mediatapahtuma elää useissa eri medioissa, mutta päätapahtuma, finaalit ja tuloslähetykset, tapahtuvat yhä juuri televisioruudulla (Tuomi 2010, 6.) Televisio- ja mediaspektaakkeleihin palataan tekstissä yksityiskohtaisemmin myöhemmin.

Artikkelissa tutkitaan television ja sosiaalisen median yhdistämisen myötä syntyneitä uutta television katselukokemusta ja sen merkitystä yhteisöllisyydelle sekä yleisön väliselle sosiaaliselle kanssakäymiselle. Esimerkkitapauksena toimivat Yleisradion vuodesta 2010 eteenpäin toteutetut sosiaalisen television kokeilut, joissa yhdistyvät teksti-TV:n kautta tapahtuva tekstitysteknologia ja Twitterin tweetti-feedit. Käänteentekevää näissä kokeiluissa on se, että teksti-TV:n avulla katsojien tweetit saadaan reaaliajassa televisioruudulle samalla kun televisiolähetys pyörii normaalisti taustalla (Tuomi 2012.)

Yleisradion kokeilut ovat olleet yleisömenestys, sillä eri lähetysten aikana on lähetetty keskimäärin useita satoja tweettejä. Yleisradion saaman palautteen perusteella kokeilut ovat miellyttäneet yleisöä ja olleet myös osoitus kyseisen teknologian toimivuudesta. Television ja sosiaalisen median yhdistämisen kannalta nämä kokeilut ovat olleet tärkeitä ja mikä tärkeintä ne todistavat, että uudentyypin televisioympäristön ja sisältöjen luominen voidaan toteuttaa myös yhdistämällä jo olemassa olevia teknologioita ja toimintaratkaisuja (Tuomi & Bachmayer 2011, 63.)

Artikkeli keskittyy television ja sosiaalisen median luoman yhteisöllisyyden tarkasteluun vuoden 2011 *Euroviisujen* (www.eurovision.tv) ja *Linnan juhlien* yhteydessä. *Euroviisut* on vuosittainen järjestettävä laulukilpailu, johon saavat osallistua Euroopan yleisradiounionin (EBU) aktiiviset jäsenmaat. Jokainen laulukilpailuun osallistuva maa lähettää kilpailuun yhden musiikkiesityksen ja ne äänestetään kansainvälisessä finaalissa paremmuusjärjestykseen. Teksti-TV & Twitter -kokeilu on toteutettu myös Suomen itsenäisyyspäivänä järjestettävän vastaanoton eli *Linnan juhlien* televisiotalioinnin yhteydessä. Tasavallan presidentin kutsumien vieraiden saapumista linnaan on Twitterin myötä päässyt kommentoimaan televisiossa vuodesta 2011 lähtien.

Aineistona on Yleisradion teksti-TV:n kautta kaikki televisioruudulla julkaistut tweetit (yhteensä 3005 kpl), joita analysoidaan laadullisen sisällön analyysin avulla. Taustalla kulkee teoria mediatapahtumista, televisioituista tapahtumista (Dayan & Katz 1992; Buonanno 2008) sekä mediaspektaakkeleista (Tuomi 2010). Tutkimus on luonnollisesti myös vertailevaa. Artikkelissa käsitellään *Euroviisuja* (1535 tweettiä) ja *Linnan juhliä* (1470 tweettiä) isoja yleisöjä haalivina mediatapahtumina, jotka ovat levinneet intermediaalisesti eri alustoille. Tutkimuksessa keskitytään siis television ja Twitterin tuomaan perinteisemmän katselukokemuksen muutokseen. Mistä katsojat tweettaavat/keskustelevat? Miten katsojien välinen yhteisöllisyys näkyy sisällöissä ja mitä uutta Twitter tuo mediaspektaakkeleiden kuluttamiseen yleisön näkökulmasta?

Teksti-TV & Twitter

Teksti-TV ja Twitter ovat herkullinen pari, jossa yhdistyvät niin uusi kuin vanhakin teknologia. Bolterin ja Grusin (2000) puhuvat *remediaatiosta* eli siitä, miten uudet mediumit omaksuvat niitä edeltäviä mediuumeilta ja miten vanhat mediumit omaksuvat uusilta. Remediaoio tulee latinankielen sanasta "remederi", mikä tarkoittaa "parantamista" ja "terveyden palauttamista" (Bolter & Grusin 2000, 59). Bolterin ja Grusin mukaan remediaoio on luonteenomaista digitaaliselle medialle, koska se jatkuvasti toteuttaa itseään suhteessa aiempiin edeltäjiinsä. Tässä tapauksessa uusi teknologia hyödyntää vanhaa ja antaa täten sen olemassaololle uuden tarkoituksen.

Teksti-TV on ilmiönä lähinnä eurooppalainen, ja tänä päivänä sen suhteen kunnostautuvat Suomen lisäksi erityisesti Ruotsi ja Iso-Britannia. Teleteksti eli teksti-TV-kokeilut käynnistyivät 1970-luvulla ja alan edelläkävijämaana on tavallisesti pidetty Iso-Britanniaa (Turtiainen 2010, 33–34). Suomen Yleisradio aloitti vakituiset teksti-TV-lähetykset Suomessa 7. lokakuuta 1981 ja esimerkiksi 1990-luvun lopussa sitä käytti säännöllisesti 70 % niistä suomalaisista, joiden vastaanotin tuki palvelua (Turtiainen 2010, 34). Asemastaan huolimatta teksti-TV on akateemisesti kiinnostavana ilmiönä pitkälti sivuutettu (Turtiainen 2010, 35). Teksti-TV on kuitenkin säilyttänyt paikkansa suomalaisten käyttömedioiden joukossa tähän päivään asti, ja se on selvinnyt jopa internetin ja myöhemmin sosiaalisen median läpimurrosta. Teksti-TV voidaan helposti nähdä epäseksikkäänä ja vanhanaikaisena teknologiana, mutta iäkkyydestään ja muuttumattomasta ulkoasustaan huolimatta se on Suomessa edelleen hyvin

suosittu palvelu. Esimerkiksi Yleisradion Teksti-TV:llä on katsojatutkimuksen mukaan (syksy 2011) lähes miljoona tv-katsojaa päivässä (Tuomi 2012).

Sosiaaliseen mediaan kuuluva Twitter-yhteisöpalvelu on tuonut Teksti-TV:lle uutta lisäarvoa. Teknisesti tweetit päätyvät kokeilujen aikana televisioon siten, että tietyllä hashtagilla eli risuaidalla – esimerkiksi #euroviisut – julkaistut tweetit haetaan RSS-syötteen kautta julkaisujärjestelmään, josta ne siirtyvät Teksti-TV:n sivulle 398. Systeemi poimii eurosiivu-hashtagilla varustetut tweetit huolimatta siitä, onko käyttäjä tarkoittanut niitä julkaistavaksi koelähetyksessä vai ei. Toisin sanoen #euroviisut ei ole yksinomaan Yleisradion Euroviisut-lähetyksen testikäytössä. Siihen tweettaavat nekin suomalaiset, jotka eivät esimerkiksi Yleisradion lähetystä seuraa. Kaikki tweettaajat eivät ole valinneet sitä päästäkseen lähetykseen. Kun kyseinen teksti-TV:n sivu avataan lähetyksen yhteydessä, tweetit uppoavat osaksi lähetyksen näkymää, samalla tavoin kuin tekstitys (Kuva 1).



Kuva 1. Euroviisufinaali vuodelta 2010. Kuvassa Suomen edustajan Kuunkuiskaajan toinen solisti, alareunassa näkyy katsojan kommentti tweettiraitana.

Sosiaalinen media, Twitter tässä tapauksessa, on mielenkiinnon ja tutkimuksen keskiössä. Sosiaalisen median hyödyntämisestä ovat kiinnostuneet niin televisioala kuin akateeminenkin maailma. Twitteriä onkin tutkittu useista eri näkökulmista, muun muassa miksi ja miten kuluttajat sitä käyttävät. (Jungnickel & Schweiger 2011; Zhao & Rosson 2009.) Aiemman tutkimuksen perusteella Suomessa kytkös television ja internetin välillä on ollut pääasiassa temaattista, eikä niinkään teknistä. (Tuomi & Bachmayer 2011, 63). Temaattinen yhteys näkyy lähinnä annetun lisäinformaation, ekstramateriaalin, mainostuksen ja sosiaalisen vuorovaikutuksen muodoissa. Twitterin ja teksti-TV:n yhdistämiskokeilut muuttavat yhteyden myös tekniseksi. Reaaliaikainen yhteys on nyt mahdollista televisioruudulla ja teksti-TV tarjoaa siihen teknisen toteutuksen. (Tuomi 2012.)

Mediaspektaakkelit ja yhteisöllisyys

"TV tapaa Internetin" on globaali sanonta, joka kuvaa digitaalista ja interaktiivista televisiota (Jensen & Toscan, 1999). Rajanveto aktiivisen ja passiivisen sohvaperunan välillä on hämärtynyt. Katsoja voi olla monin tavoin aktiivinen eri alustoilla ja silti kytkös itse televisiosisältöön ei katkea. Yleisöosallistuminen on laajentunut passiivisen television seuraamisen lisäksi aktiivisiin käyttötapoihin internetissä ja näiden

välimuotoihin kuten matkapuhelinäänestyksiin sekä online- ja sosiaalisen median tapahtumiin. (Tuomi & Bachmayer 2011, 55–56). Nämä formaatit elävät siis pitkälti omaa elämäänsä juuri internetissä virallisten lähetyksien ulkopuolella ja synnyttävät ja ylläpitävät yhteisöpohjaista fanitoimintaa myös siellä (Scannell, 2002). Tämän tyyppisiä mediatapahtumia kutsun *mediaspektaakkeleiksi*.

Mediaspektaakkeli on Douglas Kellnerin kehittämä termi, joka pohjaa ranskalaisen teoreetikko Guy Debordin (1967) ajatukseen *spektaakkelin yhteiskunnasta*. Kellner näkee, että viihde on aina ollut spektaakkelin tärkein raaka-aine. (Kellner 2006, 4.) Artikkelissa mediaspektaakkeli nähdään mediatapahtumana, joka elää usealla eri alustalla samanaikaisesti. Nykypäivän mediaspektaakkelit tarjoavat yleisölle televisio- ja internetalustat seuraamiseen ja osallistumiseen. Mediaspektaakkelille on tämän lisäksi ominaista, että se elää myös yleisön mielissä ja se tunnustetaan – lähinnä pitkä historiansa ja kansallisen vaikutuksena vuoksi – olemassa olevaksi ilman mediateknologioitakin. Mediaspektaakkelit ovat yleensä kestäneet vuosia, niihin sisältyy kollektiivista, kansallista ajattelua, joka lisää yhteenkuuluvuuden tunnetta. (Tuomi 2010, 7.) Dyan ja Katzin (1992) ovat käyttäneet siitä samantyyppistä käsitettä *mediatapahtuma* (eng. media event). Se on heidän mukaansa tapahtuma, joka vaatii ja saa paljon keskitettyä huomiota ja intensiivistä osallistumista sekä omistautumista suurilta kansallisilta ja kansainvälisiltä yleisöiltä. (Dayan & Katz 1992.) Toinen vastaava käsite on Buonannon (2008) *televisuaalinen seremonia* (eng. televisual ceremony), joka on hyvin lähellä mediatapahtuman käsitettä. Mediaspektaakkeli eroaa televisuaalisesta seremoniasta sekä mediatapahtumasta juuri siinä, että mediaspektaakkeli korostaa nimenomaan nykypäivän tapahtumien intermediaalista luonnetta, jolloin itse tapahtuma leviää useille eri alustoille pelkän televisiovastaanottamisen sijaan.

Multiplatform-formaatteihin kuuluu tiettyjä broadcast-tyyppisiä komponentteja, mutta niiden tarjoamat yleisön osallistamisen mahdollistavat digitaaliset paluukanavat ja alustat tarjoavat reaali-aikaista osallistumista itse ilmiöön (Livingstone 1999). Mediaspektaakkelit pyrkivät luomaan ajatusta nykyhetkestä, jota muun muassa Scannel (1996) kutsuu osuvasti "aura of presence". Nykyhetken tunteen välittäminen yleisölle on mediatapahtumille hyvin keskeistä (Scannel 1996; Couldry 2004). Nykyhetki ja livenä mukana oleminen on ominaista urheilulähetyksille, tosi-TV-formaateille ja erilaisille finaali lähetyksille sekä reaaliaikaisesti päivittyvälle uutisvirralle. Yhteisen ja siis jaetun reaaliaikaisen rituaalin seuraaminen on Couldryn mukaan yhteisöllistä toimintaa ja juuri yhteisöllisyys tekee siitä merkittävän rituaalin (Couldry 2003, 97–99). Televisioruudulla jaettavan kokemuksen ja rituaalin rinnalle ovat nousseet internetin mahdollistamat "live-osallistumisen" muodot. Erilaiset videotaltioinnit ja chatit sekä muut keskustelu-alueet ovat ruokkineet nykyhetken tunnetta (televisiolähetyksen ulkopuolella) jo vuosia. (Couldry 2004, 357.)

Kuten mediatutkija Henry Jenkins toteaa, digitalisoitumisen kulttuurinen ja teknologinen murros näyttäytyy yhtiöille yleisön entistä tiiviimmän osallistamisen mahdollistavana mediakonvergenssina, jossa on tarpeen pyrkiä ohjaamaan ja hallitsemaan yleisön toimia eri alueilla, kun taas yleisön ruohonjuuritason näkökulmasta sama murros merkitsee kaikille yhteistä mahdollisuutta osallistua suhteellisen vapaasti tuotannon asettamia rajoja haastaen (Jenkins 2006, 289–290). Tutkija Mikko Hautakankaan mukaan näyttääkin siltä, että uudessa mediakulttuurissa "yleisön osallistaminen ja kaksisuuntaisen yhteyden luominen tekstin ja yleisön välille on yhä useammin menestystarinoiden takana. Ilmiö ei ole aivan uusi, sillä tuottajat ja televisioyhtiöt ovat nähneet yleisöt potentiaalisina faneina ja pyrkineet faniuttamaan" katsojia eli luomaan faniryhmittymiä jo 1980-luvun lopusta lähtien (Hautakangas 2008, 163). Muun muassa juuri *Euroviisut* ovat pitkälti tosifanien omaksuma kulttuuritapahtuma ja *Linnan juhlat* taas usein Suomen jokavuotisesta katsotuista televisiolähetyksistä (Finnpanel 2012). Kumpikin tapahtumista osallistaa katsojia sekä luo yhteisöllisyyden tunnetta.

Television ruudulla tapahtuva yhteisöllisyys ei ole uusi asia (Couldry 2004; Scannel 2002; Livingstone 1999). Interaktiivisen televisioviihteen kulta-aikana ruuduilla pyöri useita chatteja ja SMS-pohjaisia pelejä, joiden myötä katsojat pääsivät verkostoitumaan ja olemaan osana yhteisöjä. Ruudulla operoivat interaktiivisen televisioviihteen iTV-juontajat toimivat niin vertaistuellisissa kuin muissakin yhteisöllisyyttä tukevissa rooleissa. Interaktiiviset formaatit mahdollistivat mielipiteiden vaihdon reaaliaikaisesti televisioruudulla. Tämä toiminta korostuu yhteisöllisyyden näkökulmasta erityisesti erilaisten katastrofien yhteyksissä. Vastaavaa aktiivisuutta oli nähtävissä esimerkiksi vuoden 2004 Tapaninpäivän tsunamin jälkeen sekä Jokelan ja Kauhajoen koulusurmien yhteydessä. Tapahtumien herättämät ajatukset, järkytyksen tunteet ja epäuskoisuuden ilmaiseminen muille suomalaisille onnistui chatin sekä sitä juontaneen juontajan kanssa. Näissä tilanteissa yhteisöllisyys synnytti nopeasti ilmapiirin "me vastaan pahuus". TV-chateissa käytävä kriisikeskustelu huomattiin jo chattien alkuaikoina, minkä vuoksi niihin kutsuttiin muun muassa asiantuntijavieraita keskustelemaan esimerkiksi koulukiusaamisesta tai vaikkapa läheisen kuolemasta. (Tuomi 2009.)

Teemat, joista tweetattiin

Tutkimusmenetelmänä on käytetty laadullista sisällönanalyysia. Kaikkiaan 3005 tweettiä, jotka on julkaistu sekä vuoden 2011 *Euroviisu-* että *Linnan juhlat* -lähetyksen aikana, analysoitiin. Ensimmäisellä analysointikierroksella tweeteistä kartoitettiin esiintyviä teemoja ja tämän jälkeen eniten esiintyneet teemat analysoitiin ja luokiteltiin seitsemään eri kategoriaan.

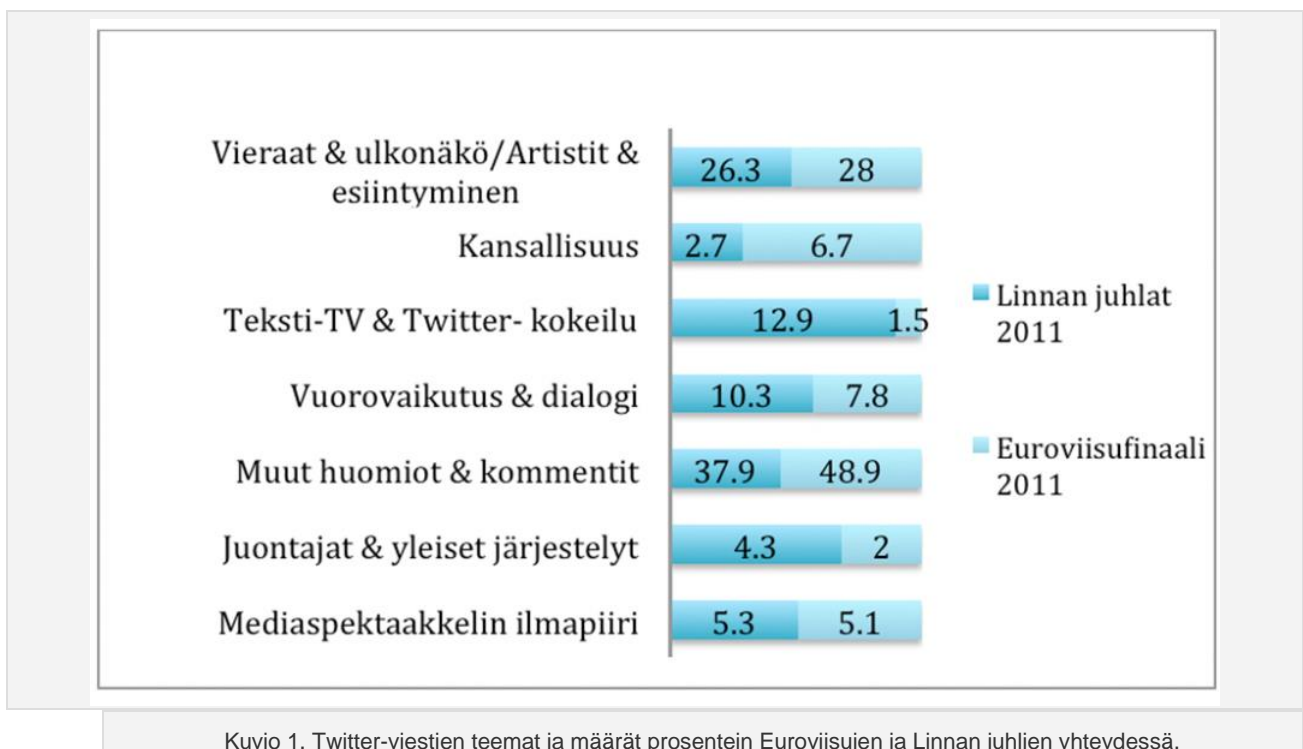
Pääkategoriat löytyivät aineistoista selkeästi ja melko nopeasti materiaali alkoi toistaa itseään eli uusia pääkategorioita ei enää syntynyt. Luokittelussa oli hieman hankaluuksia, sillä hyvin usein tweetit olisivat sopineet useampaan kategoriaan. Näissä tapauksissa tweetti on sijoitettu siihen kategoriaan, johon se vahvimmin soveltuu. Tähän päästäkseni luin jokaisen tweetin moneen kertaan, jotta sain kunkin tweetin sisällön parhaani mukaan selville. Aiempien tutkimusten (mm. Doughty et al. 2012; Basapur et al. 2012) suosimat tietokone-ohjelmat kun eivät osaa tunnistaa esimerkiksi ironiaa kirjoittajan letkautuksen takana. Ne pyrkivät usein vain laskemaan tiettyjen sanojen esiintymismäärän ja ajankohdan. Suurimmaksi kategoriaksi muodostui muut huomiot & kommentit", sillä tähän kategoriaan niputtuivat kaikki ne viestit, jotka eivät kuuteen muuhun pääkategoriaan sopineet. Tässä suurimmassa kategoriassa on kuitenkin myös alaluokkia, joiden alle on koottu teemoja, jotka prosentuaalisesti eivät ansaitse omaa kategoriaa. Alaluokkia ovat muun muassa äänestyskäytännöt, pisteet ja yleiset kommentit.

Esittelen seuraavaksi sisällönanalyysiin pohjaavat tweetti-teemat, jotka kertovat siitä, mistä suomalaiset tweettaavat *Linnan juhlien* ja *Euroviisujen* yhteydessä ja mihin tarkoituksiin palvelua käytetään. Uudenlaisen katselukokemuksen synnyttämä yhteisöllisyys esitellään monen teeman ja esimerkkien kautta. Molemmat tapahtumat esitellään vertailevasta lähestymistavasta huolimatta yhdessä johtuen erityisesti molemmista aineistoista löytyvien teemojen samankaltaisuudesta. Tämä käsittelytapa helpottaa esittelevän aineiston käsittelyä, jolloin myös tekstin kokonaispituus säilyy miellyttävämpänä sekä samoja teemoja ei jouduta toistamaan aina kahdesti tutkimusmateriaalin esittelyn yhteydessä.

Teemakategoriat ovat (katso myös kuvio 1):

1. Artistit & esiintyminen, vieraat & ulkonäkö: tweetit, jotka käsittelevät *Euroviisujen* esiintyjien esityksiä ja ulkoista olemusta sekä *Linnan juhlien* vieraiden vaatetusta ja ulkonäköä

2. Kansallisuus: tweetit, jotka lisäävät suomalaisuuden ja yhteenkuuluvuuden tunnetta sekä kansallista ylpeyttä
3. Teksti-TV & Twitter -kokeilu: tweetit, jotka ottavat kantaa itse kokeiluun niin sisällöllisesti kuin teknisestikin
4. Vuorovaikutus & dialogi: tweetit, joissa on selkeästi nähtävillä katsojien välillä tapahtuva reaaliaikainen dialogi
5. Muut huomiot & kommentit: tweetit, jotka eivät sovellu muihin kategorioihin ja ovat määriltään pieniä (esitellään myöhemmin tarkemmin).
6. Juontajat ja yleiset järjestelyt: tweetit, joissa käsitellään tilaisuuden juontajia ja yleisiä järjestelyjä
7. Mediaspektaakkelin ilmapiiri: tweetit, joissa korostuu kunkin tapahtuman spektaakkelin luonne ja niihin liittyvät traditiot.



1) Artistit & esiintyminen, vieraat & ulkonäkö

Iso osa (28 %) lähetetyistä tweeteistä koski luonnollisesti *Euroviisujen* esiintyjien esityksiä ja niiden arvostelua. Esimerkkeinä käytetyt tweetit esitetään anonyymisti vaikkakin viestit ovat lähetettäessä olleet julkisia. Nimimerkeillä ei kuitenkaan tässä yhteydessä ole mitään sellaista lisäarvoa, jotta ne pitäisi tuoda tekstissä julki.

"Azerbaidzanin biisi on keinotekoinen. Naislaulajalla ei myöskään ole tarpeeksi ääntä." 14.5, 23.31

"Tanskalaisen laulajan hiukset näyttää retiisinlehdiltä.." 14.5, 22.25

"Tälle annan 1/5." 14.5, 22.49

Vastaavasti isohko osa tweeteistä (26,3 %) koski Linnan juhlien vieraiden ulkomuotoa ja habitusta – erityisesti pukeutumista.

"Linnan juhlat, valmiina tsekkaamaan asut!" 6.12, 18.46

"Hei, oikeesti, mikä toi kamala kimallusoksennus on?" 6.12, 19.14

"40+ naiset ja liikalihavat vois peittää käsivartensa" 6.12, 20.43

"Ihania asuja ja muutama katastrofikin" 6.12, 22.20

Tässähän ei sinällään ole mitään uutta tai outoa, sillä Linnan juhlien vieraiden vaatteiden ja asujen arvostelu on monivuotinen perinne ja osa Linnan juhla -spektaakkelin nautittavuutta. Itsenäisyyspäivää seuraavina päivinä naisten juhla-asut ruoditaan ja rankataan iltapäivälehtien äänestyksissä sekä asiantuntija-arvioissa.

"Saas nähä kuin käy, kuka mokaa, kuka ei muista etikettiä ja keillä on järkyttävimmät mekot!:D" 6.12, 18.54

2) Kansallisuus

Euroviisujen yhteydessä lähetettiin useita (6,7 %) kansallisuutta ja yhteenkuuluvuutta korostavia twettejä. Iso osa lähetetyistä tweteistä oli tsemppaustarkoituksessa kohdistettu Suomen vuoden 2011 edustajalle *Paradise Oscarille*. Hänen esiintymisensä myötä katsojat kokivat suurta ylpeyttä oman maan edustajaa kohtaan ja usein tweteissä toistuikin se, millaista oli olla Suomalainen maan edustajansa esiintyessä.

"Suomiiii! Ihan alkaa itkettää!" 14.5, 22.16

"Suomi! Täällä ollaan sohvalla niin kuin kaikki muutkin suomalaiset! Hyvä Suomi, Hyvä Oscar!" 14.5, 22.05

"Täytyy kyllä sanoa, että olen todella ylpeä meidän esiintyjästämmek!" 14.5, 23.54

Samoin itsenäisyyspäivän tunnelmissa lähetettiin twettejä (2,7 %), joissa korostettiin suomalaisuutta ja suomalaisena olemisen kollektiivista hienoutta – joskin yllättävästi vähemmän kuin *Euroviisujen* yhteydessä.

"Ruotsalaisia me emme ole, venäläisiä meistä ei tule – olkaamme suomalaisia! Täällä juhlistetaan Suomen itsenäisyyttä!" 6.12, 20.36

"94-vuotias Suomen neito juhlii tänään itsenäisyyttään. Sinivalkoiset kynttilät palavat pöydällä, suklaakonvehteja on ja tietysti Linnan Juhlat katsotaan televisiosta." 6.12, 21.59

"Hyvää Itsenäisyyspäivää meille kaikille!" 6.12, 21.21

"Linnan Juhlia on ihana, mutta toisaalta surullista seurata näin kaukaa.. On kuitenkin ihana olla pala Suomea, Kiitos Suomi, Kiitos Tarja Halonen." 6.12, 20.01

3) Teksti-TV ja Twitter- kokeilu

Myös itse kokeilu sai twettejä (1,5 %) osakseen Euroviisufinaalin yhteydessä. Suurilta osin kommentit olivat positiivisia ja niissä kiiteltiin tämän tyyppisestä mahdollisuudesta olla muiden katsojien kanssa yhteydessä. Katsojat näkivät twettien tuovan lisäarvoa lähetyksen seuraamiseen.

"#euroviisut hashtagin seuraaminen on ehdottomasti ollut ohjelman parasta antia!" 15.5, 00.23

"Nämä kappaleethan ovat huvienneet nopsaan tässä twiittaillessa." 14.05, 23.37

"Yle! Jättäkää Twitter-teksti-tv-feedi päälle vähäksi aikaa jälkipuunteja varten." 15.5, 01.26

Twitter-kokeilusta tweetattiin myös Linnan juhlien aikana (12,9 %). Se otettiin erityisen positiivisesti vastaan myös Linnan juhlien yhteydessä. Sen nähtiin tuovan vielä enemmän lisäarvoa TV-katseluun kuin Euroviisujen yhteydessä.

"Tosi hauskaa twiitata telkkariin!" 6.12, 22.24

"Twitter on tehnyt näistä juhlallisuuksista paljon hausکمپia! Enkä tunne oloonikaan niin yksinäiseksi täällä.." 6.12, 18.59

"Hei! Antaa mennä Suomi! #linnanjuhlat trendaa maailmanlaajuisesti" 6.12, 19.15 #Linnanjuhlat tiedostetaan nyt maailmanlaajuisesti!!! Rakastan tätä hetkeä!" 6.12, 19.18

Kaiken kaikkiaan kokeilu otettiin oikein hyvin vastaan molempien tapahtumien yhteydessä, samoin toteutustapa sai paljon kiitosta. Käytännössä jokainen itse kokeilua koskeva tweetti oli positiivispainotteinen, yhteensä kolmea teknisiin ongelmiin liittyvää tweettiä lukuun ottamatta.

"Yle HD:lla ei näy #euroviisut tekstitykset :(Missaan upeat suomennokset ;D" 14.5, 22.31.

"Ajattelin jo, että seuraisin Viisuja, mutta lähetys Yle Areenasta ei toimi." 14.5, 22.12

Ehkä hieman vanhanaikaisena pidetyn teksti-TV:n ja mediaseksikkään Twitterin yhdistäminen nähtiin rohkeana ja äärimmäisen onnistuneena vetona.

"On mahtavaa lukea näitä twiittejä, koska niistä näkee suomalaisten mielipiteitä asioihin." 6.12, 20.25

"En voisi enää katsoa Linnan Juhlia ilman Twitter-kommentteja, loistavaa viihdettä!" 6.12, 20.29

Tämä köyhän miehen internetin ja telkkarin yhdistelmä on kätevä, jännittävää!" 6.12, 20.40

"En ole koskaan ennen katsonut Linnan Juhlia. Twitter tekee ihmeitä" 6.12, 22.58

"Nyt kaikki odottaa, milloin oma twiitti pääsee telkkariin. On se teksti-TV hieno juttu 30 vuoden jälkeenkin. :)" 6.12, 21.17

"Twitter ja teksti TV on todellakin parantanut tätä ohjelmaa, jopa vaikea pysyä tässä mukana." 6.12, 19.27

Osassa tweeteissa katsojat ottivat myös niin sanotusti tuotekehittäjän roolin ja lähtivät maalailemaan, missä muissa yhteyksissä ja mihin muihin tarkoituksiin tätä sosiaalisen television muotoa voisi tulevaisuudessa käyttää.

"Miksei voisi äänestää Twitterin kautta? :D" 15.05, 00.03

"Ens vuonna sitten kysymyksiä haastatteliijoille tai biisitoiveita bändeille kansalta suoraan Twitteritse, eiks?" 6.12, 22.29

"Nyt kun kiitellään, niin kiitos Teksti-TV Linnan juhlista. Euroviisuissa taas perinteinen tweet. Miten ois jalkapallon EM?" 6.12, 22.26

4) Vuorovaikutus ja dialogi

Euroviisujen aikana tweetatuista viesteistä 7,8 % ja Linnan juhlista 10,3 % piti sisällään keskustelua eli selvää vuorovaikutusta käyttäjien kesken. On selvää, että tuskin yksikään tweettaaja viestitteli täysin itselleen kokeilun aikana, vaan tarkoitus olikin olla vuorovaikutuksessa niin muiden tweettaajien kuin

televisiokatsojien (kaikki tweettejä lukevat eivät tweettaa itse) kanssa. Oli kuitenkin mielenkiintoista katsoa hieman tarkemmin, millaista ja minkä tasoista keskustelua tämän yhteisön välillä käytiin. Tweetteistä nousi esiin keskustelua useilla eri tasoilla, re-tweetteinä (vastaaminen tweetillä toisen jo aiemmin julkaisemaan tweettiin) ja suorina kysymys/vastaus-ketjuina.

"Onko kenelläkään tietoa, kuinka monta kertaa lehdistön suosikki on oikeasti voittanut koko viisut?" 15.5, 00.42

"Lehdistön suosikki on voittanut kaksi kertaa: Lordi ja Norjan Rybak. Näin sanoo Ylen nettisivuilla." 15.5, 00.53

"Onko kukaan nähnyt Toivolaa?" 6.12, 21.35

"Näytti olevan hetki sitten tanssilattialla ja kätteli just jotakuta." 6.12, 21.38

Suurin osa tweeteistä oli kuitenkin kommenttien heittämistä ja näkökannan esiin tuomista ilman, että se oli suunnattu kenellekään tweettaajalle suoraan. Tästäkin huolimatta vuorovaikutuksen tuntu on läsnä tweeteissä. Se on havaittavissa myös ei-suorassa kommunikoinnissa. Ihmiset puhuivat tweettien kera toisilleen, vaikka eivät selkeää vastausta välttämättä odottaneetkaan saavansa.

"Kuinkakohan moni mahtaa oikeesti twiitata suoraan linnan sisältä tänä vuonna?" 6.12, 18.35

"Hyvää yötä ja hyvää Itsenäisyyspäivää! Kiitos seurasta teille kaikille! Nähdään ensi vuonna!" 6.12, 23.10

"Täällä ollaan hengessä mukana! Toivottavasti ei saada 0 pistettä tänä vuonna.." 14.5, 22.05

"Tuleeko lähetyksessä yhtään taukoa esityksissä? Pitäis ehtiä jääkaapille." 14.5, 23.03

5) Muut huomiot & kommentit

Tämä kategoria pitää siis sisällään molempien speaktaakkeliä aikana tweetattuja lausahduksia, sisäpiirin vitsejä ja muita yleisiä muihin kategorioihin soveltumattomia sisältöjä, jotka jäivät prosentuaalisesti (alle 1 %) niin pieniksi, että niitä ei kannattanut luoda omiksi kategorioikseen. *Euroviisujen* osalta peräti 48,9 % tweeteistä niputtui lopulta tähän kategoriaan ja *Linnan juhlien* osalta 37,9 %. Käytännössä tämä pääkategoria pitää sisällään seuraavat alakategoriat: Euroviisujen äänestyskäytännöt & naapurimaa-nepotismi, irrelevantit lausahdukset, Linnan juhlien vieraslista ja yleiset, henkilökohtaiset (koskee henkilöä itseään ensisijaisesti, ei itse tapahtumaa) toteamukset.

"Hankkiutukaa eroon noista tuomareista!!" 15.5, 00.45

"Näköjään muutkin kuin entinen itäblokki osaa naapuriäänestää." 15.5, 00.43

"On niin munatonta ettei tweetata viitsi." 14.5, 23.44

"Hauskinta on se, että ulkomaalaiset kyselevät mikä on tämä #linnanjuhlat ja miksi ihmiset vain kättelevät koko ajan." 6.12, 19.52

"Odotan ystäväni ilmaantumista kättelyjonoon. Hermostuttaa." 6.12, 19.31

"Linnassa on mahtava tunnelma!" 6.12, 22.11

"Moves like Mike Jagger". 6.12, 22.11

6) Juontajat ja yleiset järjestelyt

Yksi esille noussut teema oli toistuva juontajien, järjestäjien ja yleisten käytänteiden arviointi ja puiminen. Tämä toistui niin *Euroviisujen* (2 %) kuin *Linnan juhlien*kin (4,3 %) yhteydessä.

"Keskiäika-show on surkea! Paljon huonompi kuin aiempina vuosina." 15.5, 00.15

"Luuleeko saksalaiset oikeasti, että tämäntyyppinen ohjelma kiinnostaa Euroviisuyleisöä?!" 15.5, 00.18

"Linnassa näyttäisi olevan todella kuuma. Odotetaas kun ne alkaa tanssia, siitä tulee hikistä." 6.12, 21.39

"Parveke on nyt ihan täynnä." 6.12, 20.30

"Mikseivät laittaneet Rammsteinia väliajan esiintyjäksi? Olis ollut kunnan show!" 15.5, 00.21

Yleisiä järjestelyjä enemmän palautetta saivat juontajat ja kommentaattorit. Moni *Euroviisuja* seurannut koki juontajien käytöksen ja puheet ongelmallisina ja useissa tweeteissä pyydettiin esimerkiksi edellisvuoden juontajia takaisin.

"Saksalla on ollut huonoimmat juontajat miesmuistiin ja ovat hehkuttaneet omaa voittajaansa enemmän kuin kukaan ennen!" 14.5, 23.59

"Omg oikeesti tää pelkosen korvaaja tappaa mun viisu'nautinnon!'" 14.5, 23.36

*Linnan juhli*ssa tweettikuomotukseen joutuivat, ehkä osin ansaitustikin, Ylen kommentaattorit ja juontajat, jotka eivät tuntuneet tuntevan linnaan sisään astuvien henkilöllisyyksiä kovinkaan hyvin. Iso osa tweettaajista koki, että olisivat tehneet itse parempaa työtä.

"Nämä juontajat ovat pahimmat ikinä! Ne tunnistaa ehkä 25% vieraista?!." 6.12, 20.27

"Ylen itsenäisyyspäivän kommentaattorit todellakin kämmii kunnolla!" 6.12, 20.43

7) Mediaspektaakkelin ilmapiiri

Kansallisuustunne toistuu jälleen viesteissä, joita on kuitenkin koottu mediaspektaakkelin ilmapiiriä korostavan teeman alle. Tässä kategoriassa on mukana kaikki ne tweetit, joissa korostuu tapahtuman spektaakkelin luonne eli tweetit, jotka esittelevät perheiden traditioita tapahtumien aikana, ruokailumenuja ja yleisiä juttuja, jotka selkeästi kuuluvat tehtäväksi juuri kyseisen spektaakkelin aikana. *Euroviisujen* tweeteistä 5,1 % ja *Linnan juhlien* 5,3 % käsittelivät mediaspektaakkelin omaleimaista huumaa.

On olemassa tiettyjä perinteisiä tapoja, joiden mukaan suomalaiset *Euroviisuja* katselevat ja tweeteistä voi päätellä, että seuraajille on tärkeää tuoda julki omat katsomistapansa ja keinonsa nauttia tapahtuman ilmapiiristä muille viisuja seuraaville.

"Samppanja, naksuja, TV, Twitter – Euroviisustudio on valmis!" 14.5, 22.05

"Täällä ollaan – ollaanko yhdessä?" 14.5, 21.59

"On nää muuttuneet siitä kun ABBA voitti ja saunan jälkeen kokoonnuttiin mv-telkun ääreen. :)" 14.5, 23.25

Tämä osoittaa, että *Euroviisut* on luonteeltaan hyvin spektaakkelimainen luonteeltaan ja paljon muutakin kuin pelkkä televisiolähetys. Se on ilmiö, joka kutsuu yleisönsä mukaan vuosi toisensa

jälkeen. Samoin tapahtuman seuraajat ja fanit kokevat selvästi myös syvää yhteenkuuluvuutta keskenään, koska viittaavat usein toisiinsa pronomiinilla "me".

"Kyllä Euroviisufanit muistaa. Kukapa olisi unohtanut esim. Dancing lasha tumbaita Helsingistä 2007?" 15.5, 00.06

"Rakastan sitä, että tätä kautta saan seuraa muista Euroviisuseuraajista!" 14.5, 22.51

Samanlainen perinteiden esittely ja harras kuvaaminen liittyy myös Linnan juhlia koskeviin tweetteihin. Iso osa tämän kategorian tweeteistä kertoo, kuinka talo tulee siivota ennen linnan juhlien alkua, miten päälle kuuluu pukea myös kotisohvalla juhlavimmat vaatteet ja mitä perinteiseen Itsenäisyyspäivän juhlamenuun kussakin (tweettaavassa) kodissa kuuluu. Tämän palvelun myötä katsojat voivat osoittaa tunteitaan kollektiivisesti.

"Täällä aletaan olla valmiina. Ruoka on uunissa, siivotto on." 6.12, 18.49

"Täällä tarjolla neljää juustoa, omenaa, päärynää ja piparkakkua. Juomaksi Jaffaa (flunssa vei halut juoda edes viiniä)" 6.12, 18.52

"Twitter, samppanja ja TV auki. Itsenäisyyspäivän pyhä kolmiyhteys." 6.12, 19.08



Kuva 2. Linnan juhlat (2011) ja tasavallan presidentti Tarja Halonen kättelytalkoissa. Ohessa varteenotettava tweettinvinkki vuoroaan odottaville.

Tuloksia tiivistetysti

Dellerin mukaan Twitter korostaa Couldryn ajatusta jaetusta rituaalista, sillä hashtagit perustuvat usein juuri sille, mikä yhteisölle on tärkeää. (Marwick & Boyd, 2010; Gruzd; Wellman & Takhteyev 2012). Twitter antaa mahdollisuuden seurata vapaaehtoisesti omia ajatuksiaan julkaisevia ihmisiä. Tätä kautta voidaan paljastaa uusia näkökulmia jokapäiväisistäkin aiheista sekä saada lisää ymmärrystä miten ja

miksi juuri jostakin tapahtumasta tulee merkittävä mediailmiö. (Harrington et al. 2012; Dayan & Katz 1992; Couldry, 2002.)

Dellerin mukaan syyt tweetata television katselun yhteydessä vaihtelevat pitkälti käyttäjien tarpeiden mukaan: joku haluaa suositella näkemäänsä toisille, jollain saattaa olla halu kertoa mitä on nähnyt tai kuullut, tai joku haluaa vain väitellä ja saada tätä kautta oman äänensä kuuluviin. Osalle se voi olla halu olla osana suoraa keskustelua, olla läsnä hetkessä, olla osa mediatapahtuman yhteisöllistä atmosfääriä. (Deller 2011.) Sundet ja Ytreberg toteavat haastattelututkimuksensa perusteella, että televisio ei ole enää laite, jota seurataan yksin. Se on muuttunut toiminnaksi, jossa voi olla vuorovaikutuksessa muiden kanssa. (Sundet & Ytreberg 2009, 386.)

Verkkoyhteisöllisyyttä väitöstyössään tutkinut Ulla Heinonen (2008) toteaa, että yhteisö on tila tai paikka, yhteisöllisyys on sosiaalisista suhteista tunteina syntyvä kokemus (Heinonen 2008, 14). Heinonen jatkaa: olennaista virtuaaliyhteisöissä ja yhteisöllisyyden kokemisessa ovat käyttäjät, käyttäjien väliset suhteet, vuorovaikutus sekä "teknologian läsnäolo" (Heinonen 2008, 90). Heinosen esittämät yhteisöllisyyden kriteerit: käyttäjät, käyttäjien väliset suhteet, vuorovaikutus sekä teknologian läsnäolo, täytyvät siis ylläesitettyjen tulosten valossa. Suuri osa viesteistä lähti käyttäjiltä, jotka halusivat tuoda omat ajatuksensa julki muille seuraajille. Tämän toiminnan myötä heistä tuli osa tapahtumien yhteisöä. Ottamalla osaa keskusteluun *Euroviisujen* ja *Linnan juhlien* seuraajat pystyivät positioimaan itsensä suhteessa muihin sekä tuntemaan yhteenkuuluvuuden tunnetta osana isompaa ryhmää.

Muun muassa Barry Welmann (2001) on määritellyt yhteisöt yksilön henkilökohtaisista tuntemuksista käsin sekä korostanut yhteenkuuluvuuden tärkeyttä osana yhteisöllisyyden syntyä ja tuntua. *Käyttäjien väliset suhteet* korostuvat juuri *vuorovaikutuksen* ja dialogin kautta. Erityisesti tilanteissa joissa kysyvä saa vastauksen eli dialogi on konkreettista – nimimerkiltä toiselle. Tämän lisäksi kommentit ja yleisluontoiset kysymykset, joita ei kuitenkaan ole varsinaisesti suunnattu kenellekään korostavat ja vahvistavat tämän ryhmän keskinäisiä suhteita. Jokainen tweetti on jokaiselle yhteisön jäsenelle suunnattu. Samoin yhteenkuuluvuuden tunnetta ja käyttäjien välistä sidettä korostavat keskustelut, jotka ovat selkeästi spekaakkelia seuraavalle yleisölle suunnattuja. Teknologia on myös vahvasti läsnä ja se saakin tulosten mukaan paljon suitsutusta eli se ja sen toimivuus, käyttöönottavuus on isossa roolissa myös yhteisöllisyyden syntymisessä.

Yhteisöllisyyden tunne voi jäädä kokonaan syntymättä, mikäli teknologia ei toimi tai käyttäjät eivät ole tarpeeksi kokeneita käyttämään sitä (Heinonen 2008, 15). Twitterin ja teksti-TV:n yhdistäminen on taloudellista ja suhteellisen helppoa toteuttaa. Samoin se jättää katsojalle itselleen päätäntävällän, haluaako tweetteja televisioruudulta seurata vai ei. Tämä tweet-feedin seuraaminen on vapaaehtoista ja tapahtuu siis yksinkertaisesti laittamalla palvelun päälle ja halutessaan pois. Twitterinhän käyttö itsessään on ilmaista eivätkä tweettien kirjoittaminen ja lukeminen vaadi paljoa aikaa ja vaivannäköä. Samoin Twitteriä on helppo operoida niin tietokoneella, tableteilla kuin älypuhelimillakin. (Jungnickel & Schweiger 2011; Kwak et al. 2010.) Paddy Scannel on muun muassa tutkinut median tuottamaa yhteisyyden tunnetta ja sitä, miten se mediavälitteisesti rakentuu (Scannel 2002). Isossa osassa tweetteja ilmeni, kuinka tärkeä osa muut kanssakatsojat olivat itse tapahtumille eli tässä yhteydessä *Euroviisuille* ja *Linnan juhille*. Molempien tapahtumien kohdalla Twitter-seuraajat kiittelivät toisiaan seurasta ja toivottivat hyvät yöt. Muutamat jopa kokivat, etteivät tunteneet oloaan yksinäiseksi muiden seuraajien tweettien ansiosta.

Suomisen (2011) mukaan jakaminen voikin tarkoittaa esimerkiksi yhdessä kokemista. Kokemus voi olla kahden henkilön, ryhmän, oman yhteisön, tuttavapiirin tai toisilleen tuntemattomien ihmisten jakama.

Nämä ihmiset ovat voineet olla läsnä joko fyysisesti samassa tilassa tai jakaneet kokemuksen mediavälitteisesti – tai tavallaan molempia yhtä aikaa kuten esimerkiksi seuraamalla *Euroviisuja* baarissa screeniltä (public viewing). Ryhmä tai ihmisjoukko on tehnyt jotain yhdessä, he ovat olleet jonkin tapahtuman osallistujia tai todistajia. Vaikka kyse on jaetusta kokemuksesta, se on silti vähintään osittain yksilöllinen ja ainutlaatuinen. (Suominen 2011, 42–43.) Täten sillä, että katsojat olivat *Euroviisujen* ja *Linnan juhlien* aikana maantieteellisesti hajallaan ei ollut estävää vaikutusta yhteisöllisyyden tunteen syntymiseen. Yhteisöllisyys syntyi tweettien kautta käydyn vuorovaikutuksen myötä ja se välittyi useasta televisioruudulla julkaistusta tweetistä. Televisioruudulle päivittyvä ajatustenvaihto muiden kanssa toi kanssakatsojat ja -tweettaajat lähelle. Aiemmat tutkimukset osoittavatkin, että erilaisilla pikaviestimillä on "lähelle tuova vaikutus" (Esim. Riedlinger et al. 2004).

Lopuksi

On selvää, että televisio on läpikäynyt isoja muutoksia viimeisten vuosien aikana (Simmons 2012, 101). Se on muuntunut aikataulutetusta lähetykskanavasta aina päällä olevaksi osallistavaksi ja sosiaaliseksi mediumiksi (Hayes 2009). Tässä artikkelissa käsitellin kahden suomalaisen mediaspektaakkelin aikana julkaistuja tweettejä, jotka hyödynsivät kokeilussa niin vanhempaa teknologiaa, teksti-TV:tä, kuin uudempaa, Twitteriä. Tweetit analysoitiin ja jaettiin seitsemään pääluokkaan. Tulosten perusteella ihmiset käyttivät palvelua itse tapahtumien kommentoimiseen, kollektiivisuuteen eli yhteisöllisyyteen sekä mediaspektaakkelin ilmapiirin luomiseen ja siihen osallistumiseen.

Sosiaalisen median tuominen televisioruudulle teksti-TV:n kautta otettiin hyvin niin *Euroviisujen* kuin *Linnan juhlien*kin aikana vastaan. Osittain hämmentävä tutkimustulos oli se, että molempien tapahtumien tweeteistä löytyi lopulta samat teemat eli luokat, jotka toimivat kummassakin. Toisaalta tapahtumat ovat hyvin samankaltaiset ja omaavat tärkeän sijan suomalaisten mielissä. Samoin molemmissa spektaakkeleissa yleisö keskittyy arvostelemaan ja arvioimaan näkemäänsä. Onhan esimerkiksi *Linnan juhlien* kättelyosuus ainakin jossakin määrää tylsää seurattavaa, joten on ihan ymmärrettävää, että tällainen reaaliaikainen kommentointimahdollisuus muiden seuraajien kanssa tuo lähetykseen lisäpotkua. Kokeilua on sittemmin jatkettu kummankin tapahtuman kohdalla, mutta myös vuoden 2012 presidentinvaalien yhteydessä ja saman vuoden Lontoon olympialaisten keihäsfinaalin kohdalla (Tuomi 2012).

Yhteisöllisyyden näkökulmasta teksti-TV ja Twitter -palvelu on toimiva ja soveltuu osaksi katselukokemusta sekä on toimintona yleisön puolelta hyvin pidetty. Itse tweettien ja tweettaajien tutkimuksessa on kuitenkin omat rajoitteensa. Tutkimus keskittyy tweettien kautta vain aktiivisiin osanottajiin. Tutkimatta jäävät vielä ne, jotka tweettejä lukevat televisioruudulta, mutta eivät tweettaa itse. Samoin pelkistä tweeteistä ei saada selville tutkittavan ryhmän sosiodemografista taustaa. Tosin tässä tutkimuksessa keskiössä oli nimenomaan tweettien sisällöt, eivät niinkään tweettaajat itse. Samoin Twitterin käyttäjien määrä Suomessa on edelleen melko pieni, joten tutkittava joukkokin on kapea. Tweettien seuraaminen ja tutkimus eivät voi korvata tilastotutkimuksia ja kyselyitä, mutta se voidaan tuoda niiden rinnalle (Jungnickel & Schweiger 2011). Kaiken kaikkiaan mediakonvergenssien ja intermediaalisuuden luomien monialustaisten televisioformaattien ja mediaspektaakkelin myötä televisio- ja yleisötutkimus on saanut useita uusia tasoja. Tästä johtuen kattavien ja validien tutkimustulosten saamiseksi on television katselua lähestyttävä monitieteisesti ja monipuolisin tutkimusmetodein. Ainoastaan analysoimalla koko kirjo, miten yleisö osallistuu ja sitoutuu yhä

laajenevaan televisiotarjontaan eri alustoilla ja eri tavoin, voidaan ymmärtää, miten yleisöt nykyään kuluttavat televisiosisältöjä. (Simmons 2011, 103.)

Lähteet

Kaikki linkit tarkistettu 26.4.2013.

Aineisto

Vuoden 2011 *Linnan juhlia* ja *Euroviisuja* koskeva Twitter-materiaali. Aineisto tekijän hallussa.

Kirjallisuus

Ala-Fossi, M., Herkman, J. & Keinonen, H. (2008). *The Methodology of Radio- and Television Eesearch*. Tampere: University Press – Juvenes Print.

Basapur, S., Hiren, M., Chaysinh, S., Young, L. and Venkitaraman, N. (2012). *FANFEEDS: Evaluation of Socially Generated Information Feed on Second Screen as a TV Show Companion*. In *EuroiTV '12 Proceedings of the 10th European conference on Interactive tv and video*, New York: ACM New York, 87–96.

Bolter, J & Grusin, R. (2000). *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge, Lontoo: MIT Press 2000.

Buonanno, M. (2008). *The Age of Television. Experiences and theories*. Bristol: Intellect Books.

Couldry, N. (2002). "Playing for Celebrity: Big brother as Ritual Event". *Television and New Media*, 3 (3), 2002, 283–293.

Couldry, N. (2003). *Media Rituals: A Critical Approach*, London: Routledge.

Couldry, N. (2004). Liveness, "Reality", and the Mediated Habitus from Television to the Mobile Phone, *The Communication Review*, 7, 353–361.

Dayan, E. & Katz, E. (1992). *Media Events: The Life Broadcasting of History*. Cambridge (Mass.): Harvard University Press.

Deller, R. (2011). "Twittering on: Audience Research and Participation Using Twitter". *Participations: Journal of Audience & Reception studies*. Volume 8, issue 1 (May 2011).

Doughty, M., Shaun, L. & Rowland, D. 2012. "Who is on Your Sofa? In TV Audience Communities and Second Screening Social Networks". In *EuroiTV '12 Proceedings of the 10th European conference on Interactive tv and video*. New York: ACM New York, 79–86.

Finnpanel, TV-mittaritutkimuksen tuloksia 2012, <http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/vuosi/top/viimeisin/>

Hautakangas, Mikko (2008). "Yleisöä kaikki, tuottajia kaikki: toimijuuden neuvotteluja Suomen Big Brotherissa". Teoksessa Nikunen, K (toim.) *Fanikirja: tutkimuksia nykykulttuurin fani-ilmiöistä*. Jyväskylä University, Jyväskylä.

Harrington, S., Highfield, T. & Bruns, A. (2012). *More Than a Backchannel: Twitter and Television*, <http://www.cost-transforming-audiences.eu/system/files/essays-and-interview-essays-18-06-12.pdf>

Hayes, G. (2009). *Social IPTV: Interactive and Personal*. SPAA 2009, http://www.slideshare.net/hayesg31/social-iptv-interactive-and-personal?from=ss_embed.

- Heinonen, Ulla (2008). *Sähköinen yhteisöllisyys. Kokemuksia vapaa-ajan, työn ja koulutuksen yhteisöistä verkossa*. Kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen laitoksen julkaisuja 14. Pori: Turun yliopisto.
- Jensen & Toscan (ed.) (1999). "Interactive Television. TV of the Future or the Future of TV?" *Media & Cultural Studies 1*. Aalborg: Aalborg University Press.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. When Old and New Media Collide*. New York & London: New York University Press.
- Jungnickel, K. & Schweiger, W. (2011). "Twitter as a Television Research Method". Teoksessa *General Online Research Conference GOR 11, March 14–16, 2011*. Düsseldorf: Heinrich Heine University,
- Kellner, D. (2003). *Media Spectacle*. London: Routledge.
- Kwak, H., Lee, C., Park, H. & Moon, S. (2010). "What is Twitter, a Social Network or a News Media?" Teoksessa *Proceedings of the 19th International World Wide Web (WWW) Conference, April 26-30, 2010*, Raleigh NC, <http://an.kaist.ac.kr/~haewoon/papers/2010-www-twitter.pdf>.
- Livingstone, S. (1999). "New Media, New Audiences?" *New Media & Society* 1(1), 59–66.
- Marwick, A. & Boyd, D. (2010). "I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience". *New Media & Society* 13(1).
- Pajala, M. (2006). *Erot järjestykseen! Eurovision laulukilpailu, kansallisuus ja televisiohistoria*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Riedlinger, M.E., Gallois, C., MsKay, S. & Pittam, J. (2004). "Impact of Social Group Processes and Functional Diversity on Communication in Networked Organization". *Journal of Applied Communication Quarterly*, 2004, vol. 10, (4), 491–522.
- Scannell, Paddy (1996). *Radio, Television and Modern Life*. Oxford: Blackwell.
- Scannell, P. (2002) "Big Brother as a Television Event". *Television & New Media*.
- Simmons, N. (2011). "Television Audience Research in the Age of Convergence: Challenges and Difficulties". In *Proceedings of the 9th international interactive conference on Interactive television*. Lisbon, Portugal – June 29–July 01, 2011, 101–104.
- Suominen, J. (2011). "Kokemuksia jakamassa". Teoksessa *Kokemuksen jaetut tilat – Näkökulmia yhteisöllisyyteen ja vuorovaikutukseen*. Toim. Jaakko Suominen, Jari Multisilta, Jarmo Viteli, Usva Friman, Pinja Tawast, Leila Stenfors, Harri Jurvela ja Arttu Perttula. Tampere: Juvenes Print – Tampereen Yliopistopaino, http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/72619/CoEx_verkko.pdf?sequence=1.
- Sundet, V. & Ytreberg, E. (2009). "Working notions of active audiences: Further research on the active participant in convergent media industries". *Convergence the International Journal of Research Into New Media Technologies* 15 (4), pp. 383–390.
- Tuomi, P. (2009). "(i)TV Brings People Together? How the Feeling of Togetherness Can Be Built. Workshop: Enhancing Social Communication and Belonging by Integrating TV Narrativity and Game-Play". Teoksessa *Adjunct Proceedings of EuroITV 2009 Conference. Leuven, Belgium, 3–5 June 2009*.

- Tuomi, P. (2010). "The Role of the Traditional TV in the Age of Intermedial Media Spectacles". Teoksessa *Proceedings of the 8th international interactive conference on Interactive TV& Video 2010 Tampere, Finland June 09 - 11, 2010*, 5–14.
- Tuomi, P & Bachmayer, S. (2011). "The Convergence of TV and Web (2.0) in Austria and Finland". Teoksessa *Proceedings of the 9th international interactive conference on Interactive television. Lisbon, Portugal — June 29 - July 01, 2011*. ACM New York, NY, USA 2011. Pp. 55-64.
- Tuomi, P. 2012. "Text-TV + Twitter = a new form of social TV?" Teoksessa *MindTrek '12 Proceeding of the 16th International Academic MindTrek Conference*. New York: ACM New York, 249–254.
- Turtiainen, R. (2010). "Tulos ei päässyt edes teksti-TV:lle. Miksi vanhanaikainen teknologia on säilyttänyt asemansa digitalisoituneessa mediaurheiluympäristössä?" *Tekniikan Waiheita* 4/2010. 32–48.
- Wellman, B. (1997). "An Electronic Group Is Virtually a Social Network". Teoksessa *Culture of Internet*. Edited by Kiesler, S. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 179–205.
- Ytreberg, E. (2009). "Extended Liveness and Eventfulness in Multiplatform Reality Formats". *New Media & Society*, 11(4): 467–485.
- Zhao, D. & Rosson, M. B. (2009). "How and Why People Twitter: The Role that Micro-blogging Plays in Informal Communication at Work". Teoksessa *Proceedings of the ACM 2009 international conference on Supporting group work*, <http://www.personal.psu.edu/duz108/blogs/publications/group09%20-%20twitter%20study.pdf> (03.02.2013).