

DINA

Digitaalisen televisiohankkeen anatomia

Niina Raitanen
Teppo Haste

Lopputyö, kevät 2005
MA in New Media (New Media Management)
Taideteollinen korkeakoulu, Medialaboratorio

Tiivistelmä

Osasto: Medialaboratorio
Koulutusohjelma: MA in New Media (New Media Management)
Valmistumisvuosi: 2005
Tekijät: Raitanen, Niina; Haste, Teppo
Työn nimi: DINA – Digitaalisen televisiohankkeen anatomia
Työn laji: Lopputyö
Sivumäärä: 83

DINA, Arabianrannan digitaalinen televisiohanke, on alueen mediaoppilaitosten välinen yhteistyöhanke. Lopputyössämme kartoitamme DINAn lähtökohtia, tutkimme alan kenttää ja teemme näiden pohjalta oman ehdotuksemme DINAn strategiasta ja toimintasuunnitelmasta.

DINasta opinnäytetyönä tekee erityisen mielenkiintoisen se, että kyseessä on todellinen hanke. Osallistuimme DINA Forum -workshopiin syyskuussa 2004 ja huomasimme silloin, että periaatekeskustelut siitä, mitä eri osapuolet DINasta halusivat, olivat selvästikin käymättä. Ajatus tehdä opinnäytetyö DINA-hankkeesta vahvistui kolmipäiväisen seminaarin aikana. Halusimme selvittää, mistä hankkeessa oikeastaan oli kysymys.

Kartoitimme DINA-hankkeen taustoja haastatteleamalla hankkeen pääasialliset osallistajat. Seminaarit, artikkelit ja erilaiset verkkosivustot olivat tärkeitä tietolähteitä aiheesta. Monet asiantuntijahaastattelut olivat erityisen hyödyllisiä lopputyömme etenemisen kannalta. Lopputyön strategiaosassa olemme käyttäneet hyväksi SWOT-analyysiä ja toimenpiteiden suunnittelusystematiikkaa. Lopputyön kirjoitimme itsenäisesti, yrittämättä vaikuttaa itse hankkeen etenemiseen.

Mahdollisia kehityspolkuja kartoittaessamme tulimme johtopäätökseen, että DINAn pitkän tähtäimen toiminta on turvattu vain yhteistyössä vahvojen taloudellisten toimijoiden kanssa. Niinpä ehdotuksessamme päädyimme siihen, että DINAn kannattaa verkostoitua Pasilan DSP-hankkeen kanssa. DINAn todellinen olemus on mielestämme Arabianrannan oppilaitosten muodostama av-alan opetus- ja tutkimuskeskittymä, ei DINAn tekemät jakelusopimukset ja niiden kautta syntyvä testialusta.

Asiasanat: DINA, DSP, digitaalinen televisio, yhteisö-tv, yhteisöllisyys, testiympäristö, tutkimusympäristö

Sisällysluettelo

1	JOHDANTO	5
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet ja työnjako	6
1.2	Lopputyön metodit ja lähteet	8
1.2.1	SWOT-analyysi	9
1.2.2	Toimenpiteiden suunnittelusystematiikka	10
2	DINA-HANKKEEN TAUSTA	11
2.1	Arcada ja Borgå TV	12
2.2	Elokuvakoulujen yhteistyö synnyttää DINAn	12
2.3	Mitä DINAsta halutaan? Osapuolten näkemyksiä	14
2.4	Rahoitushakemukset	17
2.4.1	Tavoitteet	18
2.4.2	Kohderyhmät	18
3	DINAN NYKYTILAN ARVIOINTIA	20
3.1	Hajanaiset osapuolet	21
3.2	Yhtenevä päätavoite	21
3.2.1	Muut tavoitteet – fokus hämärtyy	22
3.3	Kohderyhmät hukassa	23
4	TOIMINTAYMPÄRISTÖN KARTOITUSTA	25
4.1	Kotimaiset toimijat	26
4.1.1	Maunulan Verkkokirkko	26
4.1.2	Finlaysonin alue-TV	28
4.1.3	Kunnallisia kokeiluja – Tampere ja Oulu	29
4.1.4	Pasilan viestintäalan keskittymä DSP	31
4.1.5	Finnish Mobile-TV pilot	32
4.1.6	MTV3+ Stage -monimediakonsepti	35
4.1.7	Terveyskanava – yhteisö-tv:n ensiaskelia	37
4.2	Kansainväliset toimijat	38
4.2.1	Community-tv:n virtauksia maailmalla	38
4.2.2	Japanin Community Television	41
4.2.3	Crossroads Copenhagen	44
4.3	Yhteenveto – toimintaympäristön päätrendit	45
4.3.1	Digitaalisuus uudistaa televisiota?	45
4.3.2	Tutkimushankkeiden kulta-aika	46
4.3.3	Yhteisöllisyys	48

Sisällysluettelo

5	DINAN TAVOITETILAN MÄÄRITTELYÄ	49
5.1	DINAN mahdollisia kehityspolkuja	50
5.1.1	Oppilaitosten ja pk-yritysten välinen testialusta	50
5.1.2	Helsingin uusi yhteisöllinen tv-kanava	51
5.1.3	Verkostoituminen Pasilan DSP-hankkeeseen	53
5.2	DINAN SWOT-analyysi	56
5.2.1	Vahvuudet	57
5.2.2	Heikkoudet	58
5.2.3	Mahdollisuudet	59
5.2.4	Uhkat	60
6	EHDOTUS DINAN STRATEGIAKSI	61
6.1	Missio ja visio	62
6.1.1	Miksi DINA on olemassa?	62
6.1.2	Mitä DINA haluaa olla 5-10 vuoden päästä?	62
6.2	Toimenpidesuunnitelma	63
6.2.1	DINAN vahva identiteetti	63
6.2.2	Yhteistyö DSP:n kanssa	64
6.2.3	Luova koulutus- ja tutkimusympäristö	64
6.2.4	Toimiva testialusta	65
7	LOPPUSANAT	67
8	SANASTO	69
9	LÄHTEET	74
10	LIITTEET	81

1

Johdanto

- 1.1 Opinnäytetyön tavoitteet ja työnjako
- 1.2 Lopputyön metodit ja lähteet
 - 1.2.1 SWOT-analyysi
 - 1.2.2 Toimenpiteiden suunnittelusystematiikka

Syyskuun lopussa 2004 Uudenmaan ruotsinkielinen ammattikorkeakoulu Arcada ja Taideteollisen korkeakoulun Medialaboratorio järjestivät Arabianrannassa, Arcadan tiloissa DINA Forum -workshopin. Kolmi-päiväisen workshopin aikana oli tarkoitus esitellä ja viedä eteenpäin Helsingin Arabiarannan digi-tv-hanketta, DINAA. Nimen DINA kerrottiin olevan lyhenne sanoista *Digital Inventive Content for Audiences*. Olimme päättäneet tehdä Taideteollisen korkeakoulun Medialaboratorion lopputyön yhteistyönä ja haimme DINA-workshopista ideoita siihen.

Alkuperäinen lopputyömme tarkoitus oli kartoittaa suomalaisten tv-kanavailmeiden kehitystä ja sitä, miten visuaalisen ilmeen muutokset heijastelivat kanavan ohjelmistosisältöjen kehitystä. Tavoitteena oli sitoa tv-kanavien ilmeessä näkyvät suuntaukset vuosikymmenten suuriin taitekohtiin. Yhteistyöhön olimme päätyneet siksi, että molemmat olimme olleet mukana tv-kanavan ilmeen kehittämiseksi: Niina Raitanen Yleisradion digitaalisella YLE24-kanavalla ja Teppo Haste tuotantoyhtiö Mix Median ostos-tv-hankkeessa, Kulttuuri.tv:ssä.

Hyvin pian seminaarin aikana kuitenkin selvisi, ettemme saisi sieltä eväitä omaan suunnitelmaamme. Koko hanke oli aivan alkuvaiheessa: periaatekeskustelut siitä, mitä eri osapuolet DINASTA halusivat, olivat selvästikin käymättä. Seminaarin osallistujat – Medialaboratorion ja Arcadan opiskelijat – yrittivät turhaan saada selville tulevan kanavan sisällöistä ja tarkoituksesta.

Seminaarin järjestäjät yrittivät konkretisoida hanketta julistamalla DINAN logo- ja nimikilpailun. Yritys kuitenkin epäonnistui: DINA oli osallistujien mielessä niin hahmoton, että sen ulkoisen ilmeen suunnittelu oli mahdotonta. Ajatus tehdä opinnäytetyö DINA-hankkeesta heräsi logo- ja nimikilpailusta ja vahvistui seminaarin seuraavien päivien aikana. Koska oma alkuperäinen aiheemme oli tuolloin vielä melko jäsentymätön, näimme DINASSA selkeän kokonaisuuden lopputyölle. Halusimme selvittää, mistä hankkeesta oikeastaan oli kysymys.

1.1 Opinnäytetyön tavoitteet ja työnjako

Otimme opinnäytetyössämme tehtäväksemme määritellä DINAN taustat ja lähtökohdat; halusimme selvittää, mitä eri osapuolet hankkeesta itse asiassa haluavat. Arvioimme DINAN lähtökohdista, tutkimme alan kenttää ja teemme näiden pohjalta ehdotuksemme siitä, mihin suuntaan DINAN toimintaa kannattaisi kehittää. Ehdotuksemme pohjalta kiteytämme oman versiomme DINAN strategiasta ja toimintasuunnitelmasta.

DINASTA opinnäytetyönä tekee erityisen mielenkiintoisen se, että

kyseessä on todellinen hanke. Uskomme, että ammattitaustamme hyödyttää hanketta ja päinvastoin. Toisaalta lopputyön tekeminen koko ajan käynnissä olevasta projektista muodostui isoksi haasteeksi. Samaan aikaan kun rakensimme omaa kuvaamme DINAn toimintamallista, oli pysyteltävä ajan tasalla siitä, mihin suuntaan DINA ”oikeassa elämässä” eteni: onnistuiko rahoituksen saaminen, entä lähetysten saaminen HTV:n jakelun piiriin? Hanke eteni omaa tahtiaan lopputyömme etenemisen rinnalla ja oma näkemysemme hankkeen tavoitetilasta täytyi sitten sopeuttaa kevään aikana tapahtuneeseen kehitykseen.

Työn alkuvaiheessa uskoimme, että toimiminen hankkeen osapuolten välissä puolueettoman ”konsulttina” voisi olla ongelmallista: miten saada äänemme kuuluviin ja kuinka löytää yhteinen sävel projektin toimijoiden kanssa. Käytännössä tästä ei kuitenkaan muodostunut ongelmaa. Toimimme yhteistyössä DINAn johtajan Tiina Räisän kanssa ja vaihdoimme tietoja projektien etenemisestä. Lopputyön kirjoitimme lopulta kuitenkin itsenäisesti emmekä edes yrittäneet vaikuttaa hankkeen käytännön kehittymiseen. Aika ei millään olisi riittänyt sellaiseen yhteistyöhön eikä malli todennäköisesti olisi palvellut lopputyön tekemistä.

Työnjako lopputyön teossa lähtee tekijöiden ammatillisesta taustasta. Niina Raitanen on valmistunut Helsingin yliopiston valtiotieteellisestä tiedekunnasta vuonna 1998 ja on sen jälkeen työskennellyt Yleisradion uutis- ja ajankohtaisohjelmissa, viimeiset vuodet digitaalisella uutis- ja ajankohtaiskanava YLE24:llä. Niinan kiinnostus DINAan lähtee yleisestä kiinnostuksesta television digitalisoitumiseen. Onko digi-tv:llä uusia käyttömuotoja? Millainen on todella toimiva crossmedia-konsepti? Miten sisältö voidaan optimoida eri medioihin sopivaksi, miten jakeluvälineen luonne tulee ottaa huomioon? Ja miten tällainen monimediatuotanto saadaan taloudellisesti kannattavaksi? Nämä ovat erityisiä kiinnostuksenaiheita.

Teppo Haste on työskennellyt kuudessa markkinointiviestinnän suunnittelutoimistossa graafisena suunnittelijana ja Art Directorina. Viime vuosien aikana hän on erikoistunut yhä tiiviimmin brandi- ja yritysilmien suunnitteluun asiakkanaan merkittäviä kotimaisia ja ulkomaisia brandeja. Tepon työskentelyn lähtökohtana on aina tietoisuus siitä, että asiakas on oman liiketoiminta-alueensa asiantuntija. Tehtävänä on haastaa heidän ajattelunsa ja kyseenalaistaa totutut toimintamallit – luoda selkeä näkemys siitä, miksi ja miten asiat tulisi tehdä toisin. Vain hyvin kiteytetty strategia taipuu toiminnaksi, joka johtaa toivottuihin tuloksiin. Tämä on ollut ohjenuorana myös lopputyöhön.

Pyrkimyksenä yhteisessä lopputyössä on rakentaa yhtenäinen kokonaisuus, joka palvelee DINAn toimijoita ja vie hanketta oikeaan suuntaan. Toiveena on myös, että lopputyöstä voisivat hyötyä alan opiskelijat ja tutkijat.

1.2 Lopputyön metodit ja lähteet

Kartoitimme DINA-hankkeen taustoja haastatteleamalla hankkeen pääasialliset osallistajat. Koska tutkimuskohde oli vielä melko hahmottoman, valitsimme kyselymetodiksi teemahaastattelun. Metodi mahdollisti myös sen, että saatoimme palata avainhaastateltaviin ja saatujen vastausten perusteella esittää lisäkysymyksiä. Haastattelurungot löytyvät lopputyön liitteistä. Haastatteluiden tiivistelmät, translitteroinnit ja sähköpostitse saadut vastaukset ovat tarvittaessa saatavissa lopputyön tekijöiltä.

Haastattelujen myötä selveni, mitä eri tahot – lähinnä Taideteollinen korkeakoulu ja Arcada – DINASTA halusivat, missä määrin toiveet erosivat ja mikä taas tuntui kaikkien mielestä olevan DINAn kehityksessä tärkeintä. Varsinkin osapuolten tahtotilan kartoituksessa haastattelut olivat hyödyllisiä. Tuntui, että DINA-workshopin hajaannuksesta huolimatta osapuolten intressit hankkeen kehittämisessä olivat pitkälti yhteneväisiä. Koimme, että tässä vaiheessa työstämme oli konkreettista hyötyä koko DINA-hankkeen etenemiselle.

Lopputyön etenemisen kannalta ohjaaja Marjo Mäenpään vetämät lopputyöseminaarit sekä vinkit aiheittamme sivuavista seminaareista olivat tärkeitä. Marjon kautta saimme yhteyden myös työtämme pitkin matkaa kommentoineeseen ja hyviä haastateltavia ehdottaneeseen Petra Tarjanteeseen. DINAn tavoitetilan määrittelyssä saimme asiantuntevaa apua Tepon työtovereilta, markkinointitoimisto Kuudennen Kerroksen toimitusjohtaja Jari Danielssonilta sekä copywriter ja konseptisuunnittelija Mikko Mäkiselältä. Nämä neljä henkilöä toimivat työmme ohjaajina ja haluammekin osoittaa heille syvimmat kiitoksemme. Haluamme myös kiittää kaikkia haastattelemiamme ihmisiä, jotka työkiireistään huolimatta löysivät aikaa lopputyötämme varten. Haastattelujen kautta saimme paljon perustietoa aiheestamme ja työn edetessä haastateltavat myös vahvistivat omia näkemyksiämme.

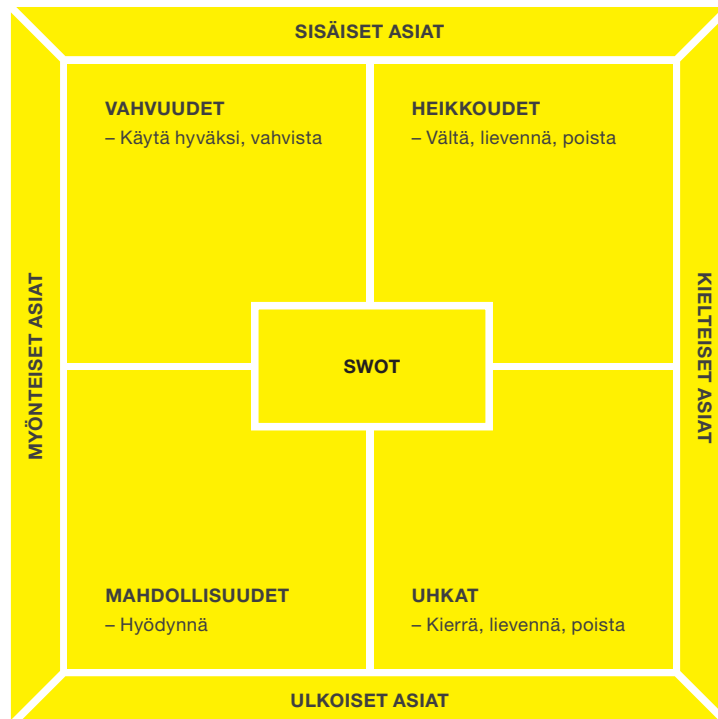
Useat kotimaiset seminaarit tarjosivat tietoa siitä, missä vaiheessa median digitalisoituminen, erityisesti digi-tv:n kehitys, on Suomessa menossa. Seminaarit, artikkelit ja erilaiset verkkosivustot ovatkin tärkeitä tietolähteitä aiheesta, kirjallisuus tulee tässä kehityksessä jäljessä. Jonkin verran pystyimme hyödyntämään myös eri tahojen, esimerkiksi eri ministeriöiden tekemiä raportteja suomalaisesta median digitalisoinnista.

Lopputyön strategiaosassa olemme käyttäneet muutamia hyväksi havaittuja työkaluja, muun muassa seuraavaksi esiteltävää SWOT-analyysiä ja toimenpiteiden suunnittelusystematiikkaa.

1.2.1 SWOT-analyysi

Yritysten ja yhteisöjen toimintaa voidaan arvioida monin eri tavoin. On usein keskeistä selvittää sekä toiminnan nykytilaan että sen tulevaisuuteen vaikuttavat asiat. SWOT-analyysi on menetelmä, jonka tuloksia hyödynnetään esimerkiksi oppimisen tai ongelmien tunnistamisessa, arvioinnissa ja kehittämisessä. SWOT-analyysissä toimintaan vaikuttavia tekijöitä ryhmitellään havainnolliseen nelikenttämuotoon. Nelikentässä yläpuoli kuvaa nykytilaa ja sisäisiä asioita, alapuolella on tulevaisuus ja ulkoiset asiat. Kentän vasemmalla puolella ovat myönteiset, oikealla kielteiset asiat. SWOT-lyhenne muodostuu englanninkielisistä sanoista Strengths – Weaknesses – Opportunities – Threats. *(Pk-yrityksen riskienhallinnan työvälinesarja)*

SWOT-analyysi sisältää sekä toiminnan vahvuuksien ja heikkouksien (nykytilanteen) että sen uhkien ja mahdollisuuksien (tulevaisuuden) analysoinnin. Toiminnan vahvuudet ovat niitä toimenpiteitä tai resursseja, joita se pystyy hyödyntämään. Heikkoudet puolestaan ovat tekijöitä, joita toiminnan täytyy parantaa pystyäkseen toimimaan tehokkaasti. Terve liiketoiminta on mahdollista vasta, kun tulevaisuutta vaarantavat uhkat ja menestymistä edesauttavat mahdollisuudet tunnetaan. Kartoitus voi koskea joko koko toimintaa tai yksityiskohtaisemmin jotakin toiminnan osaa, esimerkiksi markkinoita, tuotteita, palveluita tai sen ihmisiä.



1.2.2 Toimenpiteiden suunnittelusystematiikka

Olemme soveltaneet strategiatyössämme Mika Kamenskyn kirjaa *Strateginen johtaminen*. Kirja esittelee malleja, joilla keskeiset strategiat voidaan purkaa tiettyä suunnittelusystematiikkaa noudattamalla käytännön toimenpiteiksi. DINAn toiminnan selkiyttämisen kannalta on oleellista laatia tehtyjen strategiavalintojen perusteella konkreettinen toimenpidesuunnitelma. Näin pyritään välttämään ongelma, jossa strategiavalinnat kulkevat yhtäällä ja toimenpiteet toisaalla ilman, että ne kohtaavat toisiaan. (Kamensky, 2003, s. 257–262)

Kamenskyn mukaan strategiavalinnat tulisi purkaa neljään tärkeään vaiheeseen. Ensimmäisenä ja tärkeimpänä vaiheena on määrittellä tavoitteet. Määritellyillä tavoitteilla ilmaistaan se tulos, hyöty ja tavoitetila, joihin pyritään. Ennen kaikkea pitää pyrkiä vastaamaan kysymykseen, minkä hyväksi työskennellään. Seuraavaksi määritellään toimenpiteet eli ne konkreettiset asiat ja tehtävät, joiden avulla näihin tavoitteisiin pyritään. Toimenpiteiden on oltava konkreettisia, selkeitä ja yksiselitteisiä, jotta eri osapuolet ymmärtäisivät ja tulkitsisivat asian samalla tavalla.

Toimenpiteiden suunnittelusystematiikkaan kuuluu myös tietyn mittariston ja vastuuhenkilöiden määrittely. Näiden avulla voidaan tarkistaa, ollaanko asetetuissa tavoitteissa pysytty ja kuka niiden saavuttamista vastaa ensi sijassa. Tässä työssä emme ota nimeämisiin kantaa, mutta lopullisessa toimintasuunnitelmassa asiat on määriteltävä.

2

DINA-hankkeen tausta

- 2.1 Arcada ja Borgå TV
- 2.2 Elokvakoulujen yhteistyö synnyttää DINAn
- 2.3 Mitä DINasta halutaan? Osapuolten näkemyksiä
- 2.4 Rahoitushakemukset
 - 2.4.1 Tavoitteet
 - 2.4.2 Kohderyhmät

2.1 Arcada ja Borgå TV

DINA-hankkeen juuret ovat Porvoossa vuosina 2000–2003 toimineessa kaapeli-tv-kanavassa, Borgå TV:ssä. Arcada oli vuonna 1998 aloittanut medianomi-koulutuksen, jonka tavoitteena oli tuottaa tv-alan ammattilaisia. Kun ensimmäiset opiskelijat aloittivat kolmannen vuosikurssin, tuli tarve luoda opiskelijoille eriytynyttä koulutusta. Arcadassa haluttiin opettaa nimenomaan tv-alan ”syväosaamista”, ei ns. moniosaamista, johon useimpien uusien media-alan koulujen opetus keskittyi. Arcadan tapauksessa syväosaaminen tarkoitti raskasta tv-tuotantoa: monikameratyöskentelyä studiossa.

Arcadan opetustilat olivat Tapiolassa, mutta se sai käyttöönsä studion Porvoosta. Euroopan sosiaalirahaston ESR:n rahoituksella Arcada perusti opetuskäyttöön myös kaapeli-tv-kanavan, Borgå TV:n. Näin opiskelijat saivat harjoitustöilleen oikean julkaisukanavan. Porvoon todellinen hyöty olikin se, että Arcadan tuottama ohjelmisto sai oikean yleisön. Harjoitustyötä ei tehty enää vain opettajan arvioitavaksi, vaan ne tuotettiin tietyille kohdeyleisöille, joka oli maantieteellis-kulttuurisesti rajattu. Kanavalle tuotettu ohjelmisto palveli suoraan koulun opetustavoitteita: Borgå TV:seen tehtiin monikameratuotantona keskusteluja, makasiineja ja musiikkiohjelmia. Ohjelmistosta pyrittiin myös paikallisuuteen.

ESR-rahoituksen loppuessa vuonna 2003 piti tilanne miettiä uudelleen. Tekniikan kehitys oli kolmessa vuodessa edennyt niin, että Borgå TV:n analoginen tekniikka ja toimintamalli ei enää ollut kestävä tapa toimia. Tiedettiin myös, että Arcada muuttaa Arabianrantaan. Välimatka Porvoon studioon oli koko ajan ollut käytännön kannalta hankalaa, joten syntyi ajatus perustaa Borgå TV:n jatkaja Arabianrantaan.

2.2 Elokvakoulujen yhteistyö synnyttää DINAn

Arcada aloitti uuden kanavan suunnittelun paikallisen kehitystoimiston, Art and Design City Helsinki Oy:n kanssa. Tavoitteena oli perustaa kaupunginosan imagoon sopiva uudenlainen paikallistelevio, taiteeseen ja kulttuuriin keskittyvä ”high tech -kanava”. Taustalla oli ajatus siitä, että Arabianrantaan muuttaa ihmisiä, jotka ovat tietoisia ja kiinnostuneita alueen ”kulttuurisesta imagosta” ja haluavat myös vahvistaa tätä imagoa. High tech -kanavan Arabianrannan hankkeesta tekisi paluukanavan käyttö.

Hanke ei kuitenkaan edennyt. Suurin ongelma lienee se, että

paikallis-tv:n sisällön rajaaminen kulttuuripainotteiseksi rajaa jo ennestään pienen kohdeyleisön olemattomaksi.

Keväällä 2003 mukaan projektin suunnitteluun tuli Taideteollisen korkeakoulun Elokuva- ja lavastustaiteen osasto (ELO). Lähtökohtana oli nyt elokuvakoulujen yhteistyön tarve. ELO:n osastonjohtaja Lauri Törhönen esitti, että ELO ja Arcada voisivat hoitaa yhdessä koulujen monikameraopetuksen. ELOlla oli tarjota käyttöön täysin varustettu tv-studio, Arcadalla taas monikamera-opetuksesta vastaava henkilökunta.

Tämä ehdotus vietiin Lumen johtajalle Jarmo Elukka Eskeliselle. Mediakeskus Lume on Taideteollisen korkeakoulun yhteydessä toimiva audiovisuaalisen alan koulutus-, tutkimus- ja tuotantokeskus. Se palvelee korkeakoulun lisäksi muita yliopistoja ja korkeakouluja, tutkimuslaitoksia sekä yrityksiä ja yhteisöjä. Lumen roolin DINA-hankkeessa tekee ongelmalliseksi se, että siitä on Taideteollisen korkeakoulun sisällä erilaisia näkemyksiä. Lopputyöprosessin aikana meille muodostui käsitys, että elokuvataiteen laitos pitää Lumea ja sen studiotiloja omana resurssinaan, Taideteollisen korkeakoulun rehtori Yrjö Sotamaa myös ulospäin vuokrattavana resurssina. Lumen johtaja Eskelinen taas näkee Lumen tutkimuksellisenä yksikkönä. Tähän näkemykseen perustuu myös opetusministeriön Lumelle myöntämä rahoitus.

Lumen tv-studio tuotti tuohon aikaan tuloja, kun sitä vuokrattiin ulkopuolisille tuotannoille. Vaikka Eskelisen mielestä pelkona oli, että tv-studion varaaminen koulujen käyttöön söisi näitä tuloja, päätettiin yhteistyö aloittaa.

Arcadan mielessä oli luoda ”Borgå TV Kakkonen”. Olennainen ero Porvoon toimintaa oli kuitenkin se, että nyt käytössä oli uudenaikainen tekniikka. Arabianrantaan oli lähes kaikkialle rakennettu laajakaistayhteydet, ja ensisijaiseksi jakeluväyläksi nähtiinkin laajakaista. Kanava ei siis enää olisi perinteinen tv, johon tehdään ohjelmavirtaa, vaan luotaisiin ”interaktiivinen yhteisö”. Jakelusopimus tehtiin verkkoratkaisuista vastaavan LAN & WAN Oy:n kanssa. HTV:n kanssa käynnistettiin neuvottelut tulevan kanavan jakelusta myös digitaalisessa kaapeliverkossa. Toukokuun 2005 aikana on määrä aloittaa testilähetykset HTV:n verkossa.

Taideteollisen korkeakoulun ja Arcadan yhteistyöhön liittyivät kevään 2003 jälkeen Helsingin ammattikorkeakoulu Stadia sekä ruotsinkielinen Social- och kommunalhögskolan, joka oli ollut mukana jo Porvoossa. Näiden roolia hankkeessa ei kuitenkaan ole missään määritetty.

Asia, joka DINAA perustettaessa jäi ratkaisematta, on yleisösuhte: mikä on kohdeyleisö ja millaisia ohjelmia sille tuotetaan. Ei ole määritetty myöskään sitä, miten uutta teknologiaa ja sen antamia mahdollisuuksia käytetään. Tämä on varmasti osaksi syynä koko projektin hahmotto- muuteen ja hitaaseen kehitykseen. Arcada hyödyntää Lumen tv-tiloja,

mutta hankkeen tutkimuksellinen osuus puuttui vielä maaliskuussa 2005 kokonaan. Lumen tulojen menetys on osin toteutunut. (Eskelinen, haastattelu 28.12.2005)

2.3 Mitä DINasta halutaan? Osapuolten näkemyksiä

Lumen Elukka Eskelinen näkee, että DINAn ensisijainen tehtävä on olla ns. *test bed*, uusien konseptien testausalusta. Pääasiallisia kehitys-alueita aluksi ovat laajakaista-tv:n ja digitaalisen television palvelut. Medioiden konvergenssi, uudet jakelukanavat (esimerkiksi mobiili-tv) ja sen miettiminen, millainen sisältö eri välineisiin sopii, mahtuvat myöhemmässä vaiheessa DINAn puitteisiin. Eskelinen mainitsi tv:n yhteisölliset sovellukset: esimerkiksi faniyhteisöt ovat televisiossa hyödyntämätön asia. Tv:n voima on siinä, että suuri joukko ihmisiä katsoo samaa asiaa samaan aikaan - mitä syntyisi, jos katselutapahtumaan saisi yhdistettyä reaaliaikaisen yhteyden muihin katsojiin? (Eskelinen, haastattelu 28.12.2005)

Lumen lähtökohta on se, että hankkeen pitää tuottaa rahaa. Yhteistyökumppaneita tulisi hakea yritysmaailmasta, mahdollisia kumppaneita olisivat broadcasterit ja tuotantoyhtiöt.

DINAn muiksi rooleiksi Eskelinen mainitsi ”koulutuskanavan” ja ”tv-kanavan”. Kaikki kolme eivät välttämättä toteudu, eikä tarvitsekaan. Jos panostetaan testialustan ja koulutuskanavan luomiseen, ei tv-kanava ole välttämätön. Käytännössä tv-kanavan pyörittäminen voisi myös syödä liikaa resursseja.

Kumppaneita *test bed* -ympäristöön saadaan Eskelisen mukaan helpoiten siten, että on näyttää yksi onnistunut kokeilu. Käytännössä uusien konseptien ideointi voisi tapahtua hankkeessa mukana olevissa kouluissa, niiden opetusohjelman puitteissa. Toinen vaihtoehto on se, että DINA työllistäisi muutamia henkilöitä, jotka kehittelevät ja vievät ideoita eteenpäin.

Arcadan Lars Lundsten näki DINAlle neljänlaisia tavoitteita. Ensinnäkin tulisi jalostaa crossmedia-osaamista. DINA jalostaisi konsepteja ”toiminnallisilla prototyypeillä”, joiden avulla konseptit siirtyvät käytännön tuotteiksi eri medioihin. (Lundsten, haastattelu 10.1.2005)

Toiseksi DINAn tulee olla kansallisesti merkittävin keskittymä. Pääkaupunkiseudulla sijaitsevat suuret firmat ja 80 prosenttia media-alan yrityksistä, täällä ovat suuret korkeakoulut ja suurin asukaskeskittymä. Näillä eväillä DINAn tulee Lundstenin mielestä olla alan paras laboratorio – jos siinä ei onnistuta, voi hankkeen lopettaa.

Kolmanneksi DINAn tulee edustaa kulttuurista moniosaamista. Lundstenin mukaan Suomessa ei kannata lähteä Hollywood-tyyppi-
sestä, yleiskohderyhmä-ajattelusta, jossa tavoitellaan suuria yleisöjä. Päinvastoin, on keskityttävä kulttuurisesti ominaisiin piirteisiin: mietittä-
vä mikä on erityistä, mistä vain tietty ryhmä pitää. Tässä on Lundstenin
mielestä Suomen vahvuus. Pääkaupungissa on tällaiseen osaamiseen
parhaat edellytykset, koska täällä kulttuurien kohtaaminen ”on jo
tavallaan geeneissä”.

Viimeiseksi DINAn tulee verkostoitua tuotantoyhtiöiden ja yritysten
kanssa ja siten ankkuroitua kaupalliseen toimintaan. Koulujen media-
toiminta, koulutus ja tutkimus, on periaatteessa kaupallista toimintaa.
Mukaan tulevat yritykset voisivat oppia tästä toiminnasta ja toisaalta
koulut hyötyisivät kontakteista alan yritysten kanssa. Tärkeintä yhteistoi-
minnassa on Lundstenin mukaan tiedon ja osaamisen vaaliminen.

Lundsteninkin mielestä konseptien kehittäminen voisi tapahtua mukana ole-
vien koulujen opetustoiminnan kautta tai niin, että DINAn palkkalistoilla
oleva pieni tiimi olisi päävastuussa ideoinnista. Myös näiden kahden
mallin yhdistäminen on mahdollista.

Taideteollisen korkeakoulun Medialaboratorio on toistaiseksi ollut
sivussa DINAssa, mutta sekä Eskelinen että Lundsten näkevät sen
luontevaksi yhteistyökumppaniksi. Myös Medialaboratorion sisällä
löytyy kiinnostusta DINAssa. ARKI-tutkimusryhmän sisällä oleva Medi-
aspaces-projekti tutkii digitaalisen konvergenssin aiheuttamaa median
ja mediaympäristön muuttumista ja kehittää havaintoesityksiä uusista
mahdollisuuksista. Tutkimusryhmän vetäjä Kari-Hans Kommonen
näkee, että Mediaspaces-projektin kannalta DINA voisi toimia kokeilu-
ympäristönä näille ideoille. *(Kommonen, sähköpostihaastattelu 9.3.2005)*

Jos tietokonepohjainen IP-televisio mahdollistaa joustavammin uusien
konseptien testauksen, on se Mediaspacesin kannalta kiinnostavampi
ratkaisu kuin ”perinteinen” digi-tv. Toisaalta DINAn tulee järjestää
testiympäristö sellaiselle alustalle, jonka ympärille saadaan yleisöä.
Kommonen näkee kiinnostavana mahdollisuutena myös yhteistyön
muiden DINAssa olevien sisällöntuottajien, esimerkiksi Stadian ja
Arcadan kanssa. Mediaspacesille erityisen kiinnostavia yhteistyötahoja
olisivat työryhmät, jotka haluavat tutkia noin 2–5 vuoden päästä
vallitsevassa teknologiamaisemassa toimivia uusia mediaformaatteja.
Jakelukanavina nähdään silloin tietokoneet, mobiililaitteet, langattomat
verkot sekä audio- ja videotietokannat. Näiden myötä tuotteille on
ominaista nykyistä parempi interaktiivisuus. Mediaspaces taas voisi
tarjota opiskelijoille kiinnostavia mediaformaattikokeiluja.

Medialaboratorion Crucible Studion tuottaja Juhani Tenhunen näkee
DINAssa mahdollisuudet vuorovaikutteisen television – sekä IP-pohjaisen
että digi-tv:n – kokeellisena testikanavana. Tällainen kanava tarjoaisi

Medialaboratorion tutkimustuotannoille sekä muille oppilastöille oikean testiyleisön. Oleellista on se, että yleisöltä saadaan kerättyä myös palautetta. Tenhunen korostaa siis myös *living lab* -ympäristön luomista. (Tenhunen, sähköpostihaastattelu 9.3.2005)

Crucible Studion antia DINAlle olisivat kokeellisten tuotantojen esitykset. Tuotantotiimit taas voisivat hyötyä Medialaboratorion tarjoamasta tuotantojen harjoittelupaikasta ja verkostoitumisesta. Tenhunen toivoo DINAn kehittyvän monialaiseksi yhteistyöelimeksi, jonka perustana on vuorovaikutteinen ohjelmakanava. Kanava voisi toimia sekä video-on-demand -pohjaisena että reaaliaikaisina lähetyksinä. Tällöin yleisö voisi osallistua lähetyksiin kotoa esimerkiksi sähköpostein. Hyviksi yhteistyökumppaneiksi DINA-projektissa Tenhunen näkee Teknillisen korkeakoulun OtaDigi-kanavan sekä VTT:n Media-tutkimusalueen.

Myös Helsingin ammattikorkeakoulun Stadian koulutusjohtaja Anitta Pankkonen näkee, että DINAn tulee ensisijassa olla ympäristö, jossa voidaan testata vuorovaikutteisia ja kokeellisia tuotantoja. Nämä projektit voivat olla ennakkoluulottomia – sellaisia, joita oppilaat eivät voisi tuottaa työharjoittelussa. Pelkkä lähetyiskanava ei riitä: on luotava oikea *test lab*, jossa yleisöltä saadaan kerättyä palautetta. (Pankkonen, puhelinhaastattelu 14.3.2005)

Riippuen käynnissä olevasta projektista Stadiasta saattaisi olla mukana mikä tahansa viestinnän koulutusohjelman neljästä suuntautumisvaihtoehdosta: audiovisuaalinen mediatuotanto, kulttuurituottaminen, radio- ja televisioilmaisu tai verkkoviestintä.

Jos DINAA pitkin halutaan lähettää ”oikeita” ohjelmia, viimeisteltäviä oppilastöitä, nousevat esiin tekijänoikeusongelmat. Huolellisesti tehdyissä oppilastöissä on usein mukana musiikkia tai esiintyjä, joiden kanssa on tehty sopimuksia. Kuka DINAssa hallinnoisi ja maksaisi näitä palkkioita? Entä millaiset tekijänoikeuslait ovat voimassa www-ympäristössä? Rahoitusasiat on selvitettävä, ennen kuin DINA voi toimia.

Isona haasteena DINAn toiminnassa Pankkonen pitää oppilaiden motivointia. Oikean tv-ohjelmiston tuottaminen on työlästä, ja tekijät yrittävät saada hiottuja oppilastöitänään ensisijassa vakiintuneille kanaville, joilla on suurempi yleisöpohja. Laajakaistaympäristön ongelmaksi Pankkonen näkee sen, että oppilaat voivat tehdä kokeiluja ja ohjelmia verkossa muutenkin, ja paljon Arabianrantaa laajemmalle yleisölle. DINAn toiminnan aikaansaamiseksi onkin oleellista, että siihen sitoutuu oppilaiden kanssa projekteja tekevä henkilö. Tämän henkilön tulee sitoutua hankkeen organisointiin ja markkinoida asia opiskelijoille.

DINAn on tietysti löydettävä myös yleisönsä. Tätä varten on tärkeää luoda kanavalle hyvä maine. Samaa materiaalia ei voi pyörittää loputtomasti, ja ohjelmiston tuottaminen vaatii taas työvoimaa. Kannattaa

siis aloittaa pienestä. Tämä ”vähän mutta hyvää” voi olla tutkimusta, kokeellista tuotantoa tai ohjelmatoimintaa.

Taustahaastattelujemme perusteella DINAn toinen vetovastuullinen Arcadan ohella on Taideteollisen korkeakoulun Elokuva- ja lavastustaitteen osasto (ELO). DINAn käynnistyksessä ELO:n puolella mukana olikin aktiivisesti Petra Tarjanne. Hänen siirtyessään osastolta muihin tehtäviin tuli tilalle elokuvatuotannon lehtori Mika Ritalahti. Kun tiedustelimme Ritalahdelta ELO:n ajatuksia siitä, mihin suuntaan DINAA ELO:n kannalta tulisi kehittää, kertoi hän yllättäen olevansa ”autuaan tietämätön” hankkeesta. Ritalahti sanoi tietävänsä DINAn nimeltä, mutta ei ollut tietoinen ELO:n roolista ja tavoitteista DINAssa. Hän totesi olevansa itsekä kiinnostunut kuulemaan vastauksen näihin kysymyksiin. *(Ritalahti, puhelinhaastattelu 17.3.2005)*

2.4 Rahoitushakemukset

Suomessa liikenne- ja viestintäministeriön digi-tv-klusteriohjelma ArviD rahoittaa vuonna 2005 kolmeatoista digi-tv hanketta. ArviD korostaa valinnoissaan hankkeiden selkeää tuotantomallia, innovatiivisuutta, palvelun antamaa lisäarvoa sekä monikanavaisuuden ja vuorovaikutuksen edistämistä. DINA osapuolten näkemyksiä ei kuitenkaan saatu koottua määräaikaan mennessä ja hanke-ehdotus ArviD:hen jäi jättämättä. Tämä on valitettavaa, sillä ArviD:n valintakriteerit puoltavat juuri DINAn kaltaisia hankkeita ja myönteinen rahoituspäätös olisi lisännyt hankkeen tunnettua alan kansallisessa kentässä.

DINA-osapuolten tavoitteet, toimenpiteet ja kohderyhmät yritettiin määritellä Euroopan Sosiaalirahaston projektihakemuksessa tammi-kuun 2005 lopussa. Hakemus ei kuitenkaan sisältänyt konkreettisia esityksiä DINASTA. Tavoitteet määriteltiin hakemuksessa hyvin yleisellä tasolla, liian laajasti ja maalailten. Hakemuksen perusteella on vaikea sanoa, mistä DINASSA itse asiassa on kyse. Varmasti osittain näistä syistä ESR ei myöntänyt hankkeelle rahoitusta. Päätöksen perusteluissa todettiin, että hanke koettiin teknisenä, pikemmin Tekesin rahoituksen piiriin soveltuvana projektina. *(Räisä, sähköposti 14.3.2005)*

DINA on hakenut rahoitusta myös Pohjoismaiden ministerineuvoston Nordplus Neighbour 2005-2006 -ohjelman kautta. Koska ESR-hakemus oli kuitenkin toistaiseksi kattavin esitys DINA-hankkeesta, perustuvat seuraavat määrittelyt hakemukseen.

2.4.1 Tavoitteet

DINA-hankkeen ensisijaiseksi tavoitteeksi on hakemuksessa määritelty pysyvän digitaalisen av-median kehitys- ja testausympäristön perustaminen. Living Lab -työnimellä kulkevan testausympäristön olisi määrä olla yhtiömuotoinen ja sen omistajia olisivat nykyiset DINA-osapuolet. Testausympäristön perustamisen lisäksi tavoitteena on tuoda yhteen Arabianrannan alueella olevaa infrastruktuuria ja koordinoita tutkimus- ja kehystoimintaa.

Hankkeen ja sen päätuotoksen todetaan olevan ainutlaatuinen kansallisessa alan kentässä, mutta myös kansainvälisesti merkittävä, uudenlainen yritys tuottaa media-alan konsepteja laaja-alaisesti. Tavoitteena on yhdistää tutkimusta, opetusta ja käytännön toteutusta. DINAn luvataan kehittävän sisältötuotantoa, toimivia prototyypppejä, uusia työmenetelmiä ja elinikäistä oppimista tukevia käytäntöjä ja opetusmateriaalia. Sen luvataan myös tarjoavan pk-yrityksille kokeilumahdollisuuksia, synnyttävän uusia yrityksiä sekä parantavan yritysten kansainvälistä kilpailukykyä.

Hankkeen uskotaan hyödyntävän Taideteollisen korkeakoulun maisteriohjelmia ja Arcadan ylempää ammattikorkeakoulututkintoa, kehittävän medianomiopetusta sekä tuottavan opetusmetodeja ja -materiaaleja, jotka ovat tutkimustyöhön perustuvia ja käytännössä testattuja. Tulokset luvataan levittää laajempaan käyttöön antamalla opetusta varsinaisen kohderyhmän ulkopuolisille ryhmille sekä julkaisemalla materiaalia. DINAn uskotaan myös kohottavan ammatillista pätevyyttä täydennyskoulutuksella, joka kaventaisi alalla vallitsevaa sukupolvikulua.

DINAn keskeinen idea on kokeilla ohjelmaformaattien ja konseptien tuottamista siten, että niitä voisi muunnella eri viestintävälaineiden käyttöön ja yhdistellä toisiinsa. Toisin sanoen tavoitteena on saada aikaan toimiva crossmedia-tuotantoympäristö. Menetelmä tuottaisi uudenlaisia ohjelmia ja konsepteja perinteisiin viestimiin sekä pelejä ja mobiilipalveluja.

2.4.2 Kohderyhmät

DINAn primäärikohderyhmäksi on hakemuksessa määritelty media-alan yritykset, etenkin pk-yritykset sekä viestintäalan ammattilaiset, jotka tarvitsevat jatkuvaa työmenetelmien ja ansaintalogiikkojen päivytystä. Näiden lisäksi kohderyhmäksi nähdään myös erilaiset hajautuneet pienyleisöt, kuten viittomakieliset ja muut kielivähemmistöt sekä etniset

ja kulttuuriset pienryhmät, joille tuotettaisiin heidän omaehtoisia kulttuurisia tarpeitaan tyydyttävää kaupallista tarjontaa. Välilliseksi kohderyhmäksi ESR-hakemuksessa mainitaan Arabianrannan viestintälaitosten loppuotoiden tekijät ja muut alan koulutuslaitokset.



Hahmotelma DINAn nykyisestä organisaatiosta. DINAan on nimetty tietyt toimijat, mutta näiden suhteita, vastuita ja panostuksia ei ole määritelty.

3

DINAn nykytilan arviointia

- 3.1 Hajanaiset osapuolet
- 3.2 Yhtenevä päätavoite
 - 3.2.1 Muut tavoitteet – fokus hämärtyy
- 3.3 Kohderyhmät hukassa

3.1 Hajanaiset osapuolet

DINAn osapuolten välinen yhteistyö näyttää alun aktiivisen vaiheen jälkeen jääneen vähäiseksi. Periaatteessa vetovastuussa ovat Arcada ja Taideteollinen korkeakoulu. Ongelmalliseksi yhteistyön tekee se, että Taideteollisessa korkeakoulussa Arcadan partneri on Elokuva- ja lavastustaiteen osasto, ELO. ELO:n kiinnostus taas on elokuvien teossa, ei niinkään tv-tuotannossa. Konkreettinen jälki yhteistyöstä on ELO:n ja Arcadan yhteinen monikameraopetus. Yhteistyösopimuksen mukaan ELO lainaa Arcadalle tv-tuotantotiloja. Nämä tilat ovat käytännössä Lumessa.

Kun Arcadan kurssitoiminta nykyisellään vie suuren osan Lumen tuotantoajoista, ovat Lumen mahdollisuudet saada tuloja tilojen vuokraamisesta ulkopuolisille tahoille pienentyneet. DINAn alulle paneva ajatus oli se, että elokuvakoulujen kannattaa tehdä yhteistyötä. Arabianrannassa on jo yksi tv-studio, joten toista ei kannata rakentaa. Lumen tv-studio onkin saatu yhteiskäyttöön, mutta kuinka käytöstä aiheutuvat kustannukset katetaan, on jäänyt auki. Tämä tilanne ei mielestämme voi olla vaikuttamatta DINA-yhteistyöhön.

DINA näyttää jossain määrin kärsineen siitä, että siltä on puuttunut jatkuva ja järjestelmällinen projektijohto. Alkuvaiheessa aktiivisesti mukana ollut Stadia on jäänyt ajan myötä taka-alalle, samoin ELOssa ollaan tietämättömiä DINAn nykyisestä tilanteesta. Medialaboratorion läsnäoloa hankkeessa pidetään hyvänä, mutta asiassa ei ole edetty juuri ajatusta pidemmälle.

DINAn www-sivuilla partnereiksi mainitaan myös Art and Design City Helsinki Oy ja Diges Ry, mutta näiden nykyisestä panoksesta hankkeeseen ei kukaan maininnut mitään. DINAlla tuntuu siis periaatteessa olevan useita resursseja, mutta niiden hyödyntäminen on jäänyt puolitiehen.

3.2 Yhtenevä päätavoite

Lähes kaikissa haastatteluissa nousi esiin käsite *test lab*, *test bed* tai *living lab*. Toimijat näkivät DINAn siis testiympäristönä, jossa olisi mahdollista kokeilla erilaisia vuorovaikutteisia konsepteja. Se, millaisiksi nämä konseptit nähtiin, riippui haastateltavan edustamasta osamisaalueesta. Tv-alan tutkimusta ja tuotantoa edustava Lume näkee DINAn tuovan arvoa, kun se tutkii television uusia palveluita ja muotoja, esimerkiksi yhteisöllisyyttä televisiossa.

Medialaboratorion tutkimusohjelmat – Mediaspaces ja Crucible Studio – edustavat tulevaisuuden konseptien tutkimusta. Mediaspacesia kiinnostaa mahdollisuus päästä DINAn kautta yhteistyöhön niiden työryhmien kanssa, jotka tutkivat tulevaisuuden teknologiamaisemassa toimivia mediaformaatteja. Crucible Studion ensisijainen halu on saada testikanava vuorovaikutteiselle televisiolle. IP-pohjainen televisio saattaisi molempien tahojen mielestä toimia testikanavana digi-tv:tä paremmin.

Stadia on Medialaboratorion kanssa samoilla linjoilla. Oppilaitoksen kannalta on erityisen tärkeää, että DINA mahdollistaa ennakkoluvottomat tuotannot, joita opiskelijat eivät työharjoittelussaan pääse tekemään.

Arcada esitti DINAlle laajimpia ja vähiten konkreettisia tavoitteita. ESR-hakemuksessa hankkeen ensisijaiseksi tavoitteeksi esitettiin pysyvän kehitys- ja testausympäristön luominen. Sen lisäksi DINAn luvattiin esimerkiksi lisäävän tasa-arvoa, synnyttävän uusia yrityksiä, parantavan kansainvälistä kilpailukykyä, yhdistävän tutkimusta, kehittävän opetusta sekä kaventavan media-alalla vallitsevaa sukupolvikuilua. Toisin sanoen DINAlle esitettiin niin paljon tehtäviä, että sen päätarkoitus hämärtyi ja jäi hakemuksessa täysin konkretisoimatta.

Kaikki haastatteluissa testiympäristön maininneet korostivat, että pelkkä lähetyiskanava ei riitä. Sen lisäksi DINAn on saatava yleisö, jolta kerätään palautetta.

Haastatteluissa kävi siis ilmi, että ajatus DINasta jonkinlaisena digitaalisen paikalliskanavana oli lähes täysin unohtunut. DINA-workshopissa syyskuussa 2004 puhuttiin ”aivan uudeltaisesta tv-kanavasta” ja yhteisöllisyydestä, puoli vuotta myöhemmin DINasta oli tullut kasvoton testialusta. Mutta miten yleisö voi löytää epäsäännöllisesti toimivan testiympäristön? Epäilemme, että se on vaikeaa. Kannattaako siis hylätä kanava-ajatusta? Vai olisiko tehokasta yhdistää testialusta ja kanava-ajatusta ja tehdä jonkinlaisella säännöllisellä ”kanavatoiminnalla” testialustaa tunnetuksi? Palaamme tähän kysymykseen luvuissa viisi ja kuusi.

3.2.1 Muut tavoitteet – fokus hämärtyy

ESR-hakemuksessa todetaan, että DINAn lähestymistapa poikkeaa perinteisestä, välineorientoituneesta tavasta media-alalla. DINA ”pyrkii tuottamaan ohjelmakonsepteja tietyille kohderyhmille yhtäältä siten, että konseptit olisivat toisaalta sovellettavissa monille viestimille ja toisaalta

siten, että konsepteja voitaisiin myös yhdistellä joustavasti” (ESR-hakemus, *Projektin kuvaus*). Tämä näkemys on mielestämme ristiriidassa media-alan viimevuosien kehityksen kanssa. Sekä Yleisradio että Alma Media ovat hyvin pitkälle monimediaalisia yhtiöitä. Molemmat ovat kehittäneet ”tuotantoputkia”, jossa sisältöä muokataan ja jaetaan useisiin eri jakeluväyliin. Esimerkkinä tästä ovat vaikkapa MTV3+ *Stage* ja *Kauppalehti*, jonka toimitus tekee uutisia lehteen, radion ja tv:n uutisiin, mobiiliin, tv:n tekstikanaville ja Internettiin. Samoin Yleisradion uutistoiminta, YLE24, toimii useissa eri medioissa. Uutistoimitusten yhteistyötä talon sisällä ollaan kehittämässä niin, että synnytetään ”virtuaalinen toimitus”, jossa eri uutistoimitusten materiaali ympäri Suomea on yhtiön kaikkien uutisia tekevien käytössä, välineestä riippumatta.

Ajatus siitä, että pienille kohderyhmille tuotetaan kaupallista tarjontaa, on mahdollinen, mutta vaatii tarkan kohderyhmäanalyysin. Samoin tuotantoprosessin pitää olla viimeistelty ja kustannustehokas.

Entä miten voidaan yhdistää ESR-hakemuksessa mainittu tavoite kaupallisten palveluiden tuottamisesta erityisryhmille sekä ensisijaiseksi tavoitteeksi noussut tulevaisuuden konseptien testaus? Mielestämme tämä on mahdotonta. DINAssa ei ole toimijoita, jotka voisivat ylläpitää kaupallisia palveluita. Testivaiheessa olevia konsepteja kukaan tuskin ostaa. DINAn tulisikin tietää, missä sen fokus on. Nykyisillä resursseilla ei ole mahdollisuuksia kaupalliseen toimintaan, eivätkä hankkeessa mukana olevat tahot ole sellaista toivoneetkaan.

DINA-workshopissa hankkeen hahmottomuutta perusteltiin sillä, että projekti on haluttu pitää avoimena. Sitä ei ole esimerkiksi haluttu sitoa mihinkään tiettyyn ”genreen”, jotta mukana olevat oppilaitokset pääsisivät vapaasti kehittämään hanketta haluamaansa suuntaan. Tällainen lähtökohta on ajatuksen tasolla kaunis, mutta ei käytännössä toimi. DINAlla pitää olla jonkinlaiset annetut raamit, ennen kuin opiskelijat voivat tarttua siihen ja alkaa ideoida esimerkiksi sen toimintaa, luonnetta, ohjelmistoa tai ilmettä.

3.3 Kohderyhmät hukassa

ESR-hakemuksessa DINAn kohderyhmiksi määriteltiin ensisijassa media-alan pk-yritykset ja lisäksi erilaiset hajautuneet pienyleisöt. Välillisiä kohderyhmiä olisivat Arabianrannan oppilaitosten lopputöiden tekijät ja muut media-alan koulutuslaitokset.

ESR-hakemus on ainoa, jossa kohderyhmiä on määritetty. Mielestämme kohderyhmäanalyysi onkin hankkeessa jäänyt puolitiehen. Mainitut

kolme kohderyhmää ovat hyvin erilaisia. On epäselvää, miten DINA pystyisi palvelemaan kaikkien niiden tarpeita. Kohderyhmäanalyysissa on tietysti oleellista tietää hankkeen pääfokus. Jos DINAsta halutaan rakentaa uusien konseptien testialusta, pitäisi huomioida kiinnittää riittävän suuren yleisön saavuttamiseen. Kun ottaa huomioon DINAn nykyisen jakelun piirissä olevan yleisön – 200 laajakaistakotitaloutta Arabianrannassa ja noin 40 000 HTV:n digitaalisen kaapelijakelun piirissä olevaa kotitaloutta – eivät ”erilaiset hajautuneet pienyleisöt” tunnu järkevältä rajaukselta.

Ovatko pk-yritykset sellaisenaan oikea kohderyhmä uusien konseptien testaukseen ja tutkimukseen tähtäävässä hankkeessa? Uskomme, että niiden intressit ovat pitkälti tuloksen teossa ja tuotantojen pyörittämisessä. Pk-yritysten saaminen mukaan hankkeeseen vaatii luultavasti isojen toimijoiden mukanaoloa ja niiden jonkinlaista sitoutumista DINAn toiminnan ja infrastruktuurin ylläpitoon.

Entä millä tavalla oppilaitokset, ja erityisesti lopputöiden tekijät, kuuluvat DINAn kohderyhmiin? Ovatko he sisältöjen tuottajia vai niiden kuluttajia? Jos ajatellaan, että DINAn kautta opiskelijat katsovat toistensa töitä, törmätään tekijänoikeusongelmiin. Varsinkin lopputyöt ovat hiottuja ja sisältävät usein tekijänoikeuskorvausten piiriin kuuluvaa materiaalia kuten musiikkia ja esiintyjä. Miten näiden korvauksien hallinnointi DINAssa järjestettäisiin? Ja onko lopputöiden esittäminen DINAn päätarkoituksen kannalta ylipäättään tarkoituksenmukaista? Mielestämme ei.

ESR-hakemuksessa kohderyhmä-käsite tuntuu sekoittuvan: sillä viitataan toisaalta kanavan sisältöjen tekijöihin, toisaalta näiden sisältöjen katsojiin/kuluttajiin. Mielestämme ryhmien ero pitää tiedostaa ja kirjoittaa auki jo senkin takia, että DINAn tulee viestiä itsestään näille ryhmille eri tavoin.

Yhden kohderyhmän DINAlle muodostavat sen sisältöjä tuottavat kaupalliset ja ei-kaupalliset ryhmät, eli potentiaaliset testialustaa hyödyntävät yritykset sekä opetusohjelmiansa puitteissa oppilaitokset. Myöhemmässä vaiheessa DINAn toivotaan myyvän valmiita konsepteja, ostajaryhmät voivat tuolloin olla esimerkiksi pienet erityisyleisöt. Toinen kohderyhmä on DINAn sisältöjä kuluttava ja katsova yleisö, joka määryytyy luonnollisesti jakelupeiton mukaan. Se, kumman ryhmän tarpeita DINA ensisijaisesti haluaa palvella, vaikuttaa ratkaisevasti hankkeen strategiaan.

4

Toimintaympäristön kartoitusta

- 4.1 Kotimaiset toimijat
 - 4.1.1 Maunulan Verkkokirkko
 - 4.1.2 Finlaysonin alue-TV
 - 4.1.3 Kunnallisia kokeiluja – Tampere ja Oulu
 - 4.1.4 Pasilan viestintäalan keskittymä DSP
 - 4.1.5 Finnish Mobile-TV pilot
 - 4.1.6 MTV3+ Stage -monimediakonsepti
 - 4.1.7 Terveyskanava – yhteisö-tv:n ensiaskelia
- 4.2 Kansainväliset toimijat
 - 4.2.1 Community-tv:n virtauksia maailmalla
 - 4.2.2 Japanin Community Television
 - 4.2.3 Crossroads Copenhagen
- 4.3 Yhteenveto – toimintaympäristön päätrendit
 - 4.3.1 Digitaalisuus uudistaa televisiota?
 - 4.3.2 Tutkimushankkeiden kulta-aika
 - 4.3.3 Yhteisöllisyys

4.1 Kotimaiset toimijat

Suomessa on tällä hetkellä käynnissä useita teknologia- ja viestintäalan kehityshankkeita ja sisältöpilotteja. Esittelemme seuraavaksi muutamia, jotka keskittyvät nimenomaan sisältöihin ja palveluihin: nämä ovat oleellisia DINAn toiminnan ja positioinnin kannalta. Teknologiakeskeiset ohjelmat olemme rajanneet tutkimuksemme ulkopuolelle. Niiden myötä lopputyömme laajenisi liikaa, ja toisaalta ne eivät ole DINAn toiminnan kannalta kriittisiä. DINA-projektin käynnistyessä sen toimijoiden tulisi kuitenkin olla tietoisia myös näiden teknologiakeskeisten hankkeiden olemassaolosta ja etenemisestä. Yksi esimerkki tällaisesta hankkeesta on Dimes ry (*Digital Media Service Innovations*), jonka tarkoitus on edistää suomalaisen teknologiaosaamisen jalostamista palveluiksi ja menestyväksi liiketoiminnaksi. Dimesin ovat perustaneet useat merkittävät suomalaiset yritykset, lisäksi mukana on Tekes asiantuntijan roolissa.

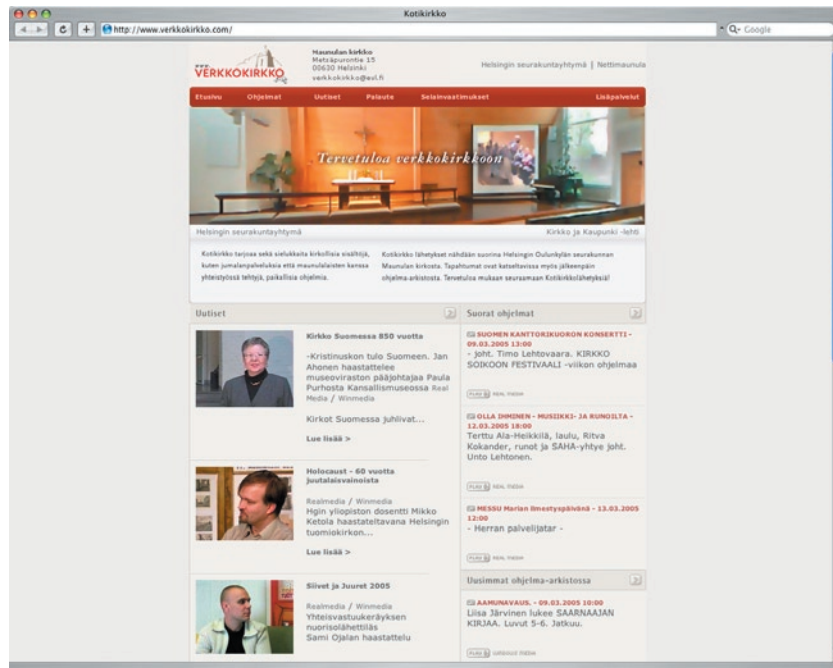
Toimintaympäristön kartoituksen jälkeen pyrimme osoittamaan, missä ovat DINAn mahdollisuudet, miten sen tarjoamat palvelut eroavat muiden toimijoiden palveluista, kenen kanssa tulisi tehdä yhteistyötä ja missä olisi DINAn ydinosaamisalue.

4.1.1 Maunulan Verkkokirkko

DINAn jakelutekniikkaa ajatellen Helsingin seurakuntayhtymän verkkopalvelu, Verkkokirkko (aiempi nimi Maunulan Kotikirkko), on huomionarvoinen. Lokakuussa 2001 aloitetut kokeilumuotoiset Internet-lähetykset ovat tänä päivänä jo säännöllinen osa seurakuntayhtymän sekä Maunulan ja Oulunkylän kaupunginosien toimintaa.

Projekti sai alkunsa tuottaja Ari Tammen ja Eero Ahonalan halusta kehittää kirkon verkkopalveluja. Maunula ja sen alueprojekti Nettimaunula oli yksi kahdeksasta Sitran Oppivat Seutukunnat (OSKU) -tietoyhteiskuntahankkeesta. Kotikirkko-projekti oli tosin ollut olemassa jo ennen OSKUn käynnistämistä, mutta sitä jatkettiin Nettimaunulan yhteydessä sisältöprojektiyhteistyönä. Tässä vaiheessa Sitran taloudellinen panos oli keskeisessä osassa. Maunulan Kotikirkko -kokeilun tavoitteena oli luoda uudenlainen yhteisöviestinnän malli, joka kohottaa paikallista identiteettiä, lisää asukkaiden keskinäistä vuorovaikutusta sekä edistää vanhenevan ja syrjäytyneen ikäluokan liittymistä alueyhteisöön. Ideana oli tuoda kirkollisia toimituksia mm. nettidiakonian muodossa sairaaloihin ja vanhainkoteihin. Kiitollisimpia kohderyhmiä ovat olleet juuri sairaalat ja vanhainkodit. Suuri ulkosuomalaisten kiinnostus on ollut

selkeä osoitus siitä, että maailmalla oleskelevat suomalaiset kaipaavat kirkollisia lähetyksiä omalla äidinkielellään. (Tammi, puhelinhaastattelu 2.3.2005)



Maunulan Verkkokirkon etusivu. <http://www.verkkokirkko.com/>

Kotikirkko laajeni digi-tv:hen joulukuussa 2003, ensimmäinen lähetyksensä oli *Kauneimmat joululaulut*. Myös muita messu-, hartaus- ja musiikkitahtumia on välitetty jälkilähetyksinä Digitan Estradi-kanavalla sekä YLEn digitaalisella Teema-kanavalla jo muutamaan otteeseen. Estradi on kanava, johon Digita myy Minilicenssi-palvelunsa kautta ohjelma-aikaa yrityksille ja yhteisöille. Ohjelmalähetykset voivat olla kertaluontoisia tai säännöllisemmin toistuvia. Estradin lähetyksiä voi vastaanottaa jokainen, jolla on antenni ja digitaalinen TV-vastaanotin.

Maunulan Verkkokirkon tuottajan Ari Tammen mukaan digitaalisen television ottaminen mukaan mediavalikoimaan on ollut luontevaa: tuotantokustannukset eivät nouse suuriksi, kun samaa sisältöä voidaan hyödyntää Internetissä ja digi-tv:ssä. Internet-lähetyksien ohella osa Verkkokirkon ohjelmistosta lähetetään suorana myös puolivaltakunnallisella, kaupallisella kristillisellä radiokanavalla, Radio Deillä. Verkkokirkosta toimitetaan ohjelmia viikoittain kesätaukoa lukuun ottamatta. Säännöllisiä lähetyksiä ovat sunnuntain messut ja keskiviikon aamulähetykset. (Tammi, 21.10.2004)

Verkkokirkko tunnetaan maailmanlaajuisesti, vuoden 2003 aikana sivuilla käytiin yli 13 000 kertaa ja vuonna 2004 lähes kaksinkertaisesti eli yli 24000 kertaa. Noin 15 % yhteydenotoista tulee ulkomailta, aina Japanista ja Australiasta saakka, pääasiassa kuitenkin Pohjois-Amerikasta. Kotikirkko on samalla myös alueellinen yhteisöstudio, jonka aktiivisia käyttäjiä ovat olleet muun muassa Helander-palvelukoti, Helsingin kaupunki ja erilaiset musiikkiryhmät. Maunulan Kotikirkon lisäksi suunnitellaan toista studiotilaa Tuomiokirkkoseurakunnan nuorisotilaan God's Gasiin Helsingin Kaisaniemenkadulle. *(Helsingin seurakuntayhtymä)*

Kesällä 2004 verkkopalvelussa oli jo lähes 500 ohjelmatalloa. Tällöin uusittiin palvelun nimi – Kotikirkosta tuli Verkkokirkko – sekä ilme ja tekniikka. Julkaisujärjestelmällä ja paremmalla hakumekanismilla helpotettiin entisestään tallenteiden saatavuutta ja katselua. Maunulan kirkossa voidaan nauhoittaa kirkolliset toimitukset, häät, hautajaiset tai kasteet, ja lähettää ne Internetiin. Kirkollisista toimituksista voi saada myös dvd-tallenteen omakustannushintaan kotona katsottavaksi.

Nettimaunulan alueprojekti ja sen Kotikirkko-sisältöprojekti ovat menestyksekkäästi hyödyntäneet Maunulan laajakaistahanketta ja alueen innovatiivista yhteisöllisyyttä. Kotikirkko-verkkopalvelu voitti Tampereen MindTrek -kilpailun pääsarjan vuonna 2002. Toiminta on pilottivaiheen jälkeen vakinaistettu, mutta toimii edelleen kokeiluluontoisena. Toimintansa kehittämiseen Verkkokirkko hakee Tekesin teknologiaohjelman FENIXin mediarahaa.

4.1.2 Finlaysonin alue-TV

Finlaysonin alue-TV:n, FTV:n, juuret juontuvat neljän vuoden takaiseen Kauppakeskus-tv-järjestelmään: kauppakeskusten infotauluissa esiteltiin paikallisia tapahtumia ja uutisia. Tästä syntyi ajatus jakaa signaalia kaapelissa myös koteihin. Hankkeen tuottajan Esa Alholan mukaan digi-tv:ssä ajatukset pitäisi nyt kääntää siihen, mihin uusiin tehtäviin televisio voisi taipua – mitä ovat tv:n uudet käyttömuodot? *(Alhola, 16.2.2005)*

Alholan mukaan FTV kilpailee samassa sarjassa teksti-tv:n, Internetin, paikallisradioiden ja -lehtien sekä myymälämainonnan kanssa. Kanavalla on käytössään useita medioita: kauppakeskuksen inforuudut, Tampereen kaapelitelevisioyhtiön TTV:n kaapeliverkko Pirkanmaalla ja Elisan valtakunnallinen verkko. Kaapeliyhtiöiden välisen yhteistyön kautta FTV:n potentiaalinen katsojakunta on Alholan mukaan 1,2 miljoonaa kotitaloutta. Tällä hetkellä verkoissa pyörii luoppina video alueen palveluista. Pisteohjelmia tehdään alueen tapahtumista, esimerkiksi Tampereen filmifestivaaleilta.

Välityskanaviksi on päätelaitteita, jotka koetaan edullisiksi ja tutuiksi: internetiä FTV:n tekijäjoukko ei tällaisena pidä. Alholan mukaan tv antaa hyvät eväät yhteisöllisyyden kokemiseen. Kaikista medioista televisio on myös vaikuttavin: se on mielikuvien rakentaja ja herättäjä. FTV toimii kodin infokanavana: viikonlopun tapahtumien selailu aloitetaan kotona, yhdessä perheen tai ystävien kanssa. Näin itse tapahtumakin itse asiassa alkaa jo kotona. Tietokoneruudun äärelle ei Alholan mukaan kerääntyttäisi samalla tavalla. Tapahtuman välitys jatkuu sitten mobiilissa, esimerkiksi tekstiviesteinä. Näin tapahtumanvälitys muodostaa jatkumon, kotoa ihmisen mukaan. Alhola kutsuukin FTV:tä kanavaksi jota käytetään – ei katsota.

Aktivoivien palveluiden lisäksi FTV tuottaa ”sohvipalveluita”, pelejä, opiskelumateriaalia ja tietoa kauppapaikoista. Perustelut näille palveluille löytyvät tv:n paremmuudesta käyttöliittymänä: kaukosäätimellä on helpompi osallistua tv-peliin kuin SMS-viesteillä, opiskelu tv:n kautta koetaan miellyttävämmäksi kuin netissä ja kauppatietoja on ihmisten mielestä hausکمپی selata televisiosta MHP-palveluna kuin netistä.

Suurin haaste FTV:n toiminnassa on Alholan mukaan sisällön, ohjelmien muokkaus mahdollisimman tehokkaasti eri päätelaitteisiin.

4.1.3 Kunnallisia kokeiluja – Tampere ja Oulu

Finlaysonin alue-TV:n lisäksi myös Tampereen kaupunki on ottamassa digi-tv:tä käyttöön yhtenä kunnallisena tiedotuskanavana. Hankkeen taustalla on oletus, että digi-tv:tä käyttävät osin eri ihmiset kuin Internetiä. (Lehto, 16.2.2005) Tavoite on, että sisältö eri välineisiin tulee samasta tietokannasta, ja julkaisuprosessissa tehdään välineiden mukaiset ilmemuutokset.

Digi-tv:hen suunniteltu tekstimuotoinen palvelukanava näkyy teoriassa Tampereen tietoverkon alueella kaapelissa kanavapaikalla 112. Koska palvelu on toteutettu MHP-sovelluksena, on se kuitenkin toistaiseksi nähtävissä vain kaupungin virastotalon aulassa, johon on räätälöity kaapeliverkkoon soveltuva MHP-sovitin. Tällaisia vastaanottimia ei vielä ole saatavissa kuluttajamarkkinoilla.

Nykyinen palvelupaketti pitää sisällään tapahtumakalenterin, jonka sisältö tulee kaupungin www-sivuilta sekä uutiset, jotka tuottaa paikallisradio 957. Tiedot tuodaan MHP-palveluun RSS-syöttönä. Palvelusta löytyvät lisäksi kaupungin liikenteen aikataulut sekä kuvaa live-kameroista eri puolelta kaupunkia. Kamerateat ovat samat kuin www-sivuilla, mutta päivittyvät MHP:hen vain kerran puolessa tunnissa.

Jatkokehityksessä Tampereen LähiTV:hen on tarkoitus tuoda muutakin kuin www-tyyppisiä palveluita. Suunnitteilla on yhtenäinen, kuntien rajat ylittävä digi-tv:n asiointiympäristö, jossa myös yhteisöllisyys otetaan huomioon. Syksyllä 2005 alkavassa kokeilussa kangasalalaiset, tamperelaiset ja vesilahtelaiset kotitaloudet saavat käyttöönsä LähiTV-palvelukokonaisuuden. Hanketta koordinoi VTT.

LähiTV:n sisältöjä olisivat esimerkiksi viittomakielinen kaupunkitiedotus, tietoyhteiskunta-aiheiset tietoiskut, joissa videot voidaan muuttaa interaktiivisiksi MHP-palveluiksi, sekä virtuaaliammattikorkeakoulujen opintojaksotarjonnan selaaminen. Tampereen kaupungin edustaja Teija Lehto myöntää, että hankkeessa on myös päällekkäisyyttä nykyisen Tampereen digi-tv-hankkeen kanssa. Tavoitteena LähiTV:ssäkin on saavuttaa ne kuntalaiset, jotka eivät käytä internetiä.

Myös Oulun kaupungilla on käynnissä digi-tv-hanke, joka on suunnattu ikääntyneille ja vammaisille. Taustalla on väestön ikärakenne ja tilanne, jossa sosiaali- ja terveystoimen nykyiset resurssit eivät välttämättä riitä nykyisen vanhushuollon palvelutason ylläpitämiseksi. Vammaispalvelut ovat mukana, koska ne monin osin ovat lähellä vanhustyötä.

Oulussa on siis kyse kunnallista palveluketjua tukevien tai niiden kysyntää vähentävien palveluiden tarjoamisesta digi-tv:n kautta. Tavoite on, että digi-tv:n palvelut ainakin osin korvaisivat hoitohenkilökunnan antamat palvelut, jotka eivät tulevan resurssipulan takia riitä tai joita ainakin joutuu pitkään jonottamaan. Toivotaan myös, että digi-tv:n palvelujen ansiosta hoitoresurssien tarve joko poistuu tai siirtyy myöhemmäksi.

Tavoitteena ei ole tehdä interaktiivista ohjelmaa, vaan antaa neuvoja ja vinkkejä asukkaille. Palvelun yleisen olemassaolon tarkoitus oli toimia vanhusten ja vammaisten profiilia nostavana. Tosin tuolloin oli suunnitteilla myös ohjelmallista sisältöä, esimerkiksi *Vanhusvartti*. Resurssien niukkuuden vuoksi näiden videotuotannon toteutus ei ole mahdollista. Sisältö on siis tekstiä ja still-kuvia. *Virkeyttä päivään* -osiossa on mahdollisuus löytää kahvi- ja juttuseuraa tai kävelykaveri, tutustua kerhotoimintaan ja vertaistukea tarjoavaan *Samassa veneessä* -osioon jne. *Jumpalla kuntoon* -linkin takaa löytyy ikäihmisten liikuntakalenteri sekä erityisliikuntakalenteri vammaisille.

Oulukin on valinnut välityskanavaksi kaapeli-MHP:n. Projektia aloitettaessa syksyllä 2004 oli vahva uskomus, että laitteet tulevat kaappoihin kevään 2005 aikana. Kaapeli valittiin myös siksi, että se tuntui Oulun kaupungin alueella ainoalta järkevältä vaihtoehdolta.

Hankkeen pilotointi tapahtuu elo-syyskuussa 2005, ja tuolloin on tarkoitus kerätä käyttäjien kokemuksia palvelusta. Koekäyttäjäjoukko on jo osittain valittu, ja hankkeen varoilla heille annetaan lainaksi digilaitteet.

ArviD:n rahoitus hankkeelle jatkuu vain vuoden 2005 loppuun. Maaliskuussa 2005 sen jälkeinen rahoitus Oulun hankkeelle oli vielä auki.



Tampereen digi-tv-sisällön etusivu.

Oulun "Digiserviisin" etusivu. © Oulun kaupunki

4.1.4 Pasilan viestintäalan keskittymä DSP

Digitaalisten sisältöjen ja palveluiden klusterikeskus DSP on joulukuussa 2004 käynnistetty hanke, jonka tarkoitus on luoda ns. innovaatioympäristö sisältöjen ja palveluiden kehittämiseksi. Mukana hankkeessa ovat Alma Media, Elisa, Digita, HP, IBM, Nokia, SanomaWSOY, TeliaSonera, TietoEnator ja Yleisradio. Hanke on avoin kaikille kiinnostuneille, myös ulkomaisia yrityksiä houkutellessaan mukaan. (Lumijärvi, 2004, s. 3)

DSP-hanke nivoutuu televisio- ja radiokaupunginosan kaavoittamiseen. Fyysisesti DSP-klusterin innovaatioympäristö sijoittuu nykyisen Yleisradion alueen läheisyyteen, jossa rakennusoikeutta on jäljellä yli 150 000 m². (Mönttinen, 2005) Koko hanke on YLE-lähtöinen sikäli, että yleisradioyhtiö haluaa parantaa taloustilannettaan saamalla omistuksessaan olevan tontin tuottamaan. YLEn toimintoja on vedetty tontin reuna-alueilta keskemälle, ja vapautuviin tiloihin toivotaan oman toimialan liiketoimintaa. YLEn mahdollisesti ulkoistaessa toimintojaan voitaisiin ostettavat palvelut myös löytää läheltä.

Hanketta ovat tukemassa Sitra, Tekes ja VTT. Nämä näkevät klusterin mahdollisuutena synnyttää Suomeen kansainvälisesti houkutteleva osaamiskeskus. DSP:stä halutaan rakentaa uudenlainen innovaatioympäristö, jossa työskentelytilat ja ympäröivät alueet tukevat uudenlaista verkottumista ja yhdessä tekemistä. Alueen kehittämisen suunnittelussa ovat mukana myös maanomistajat, kaupunkisuunnittelu, arkkitehdit,

rakennuttajat ja suomalainen rakennus- ja kiinteistöklusteri.

Yritysten yhteistyön on tarkoitus käynnistyä välittömästi useilla rinnakkaisilla hankkeilla. Eräs yhteistyön keskeinen muoto on tapahtumien monikanavajakelu. Pilottihankkeena on urheilutapahtumien välittäminen ja kokeiluja tehdään jo Helsingin yleisurheilun MM-kisoissa. Pää tavoite on Pekingin olympialaisissa vuonna 2008.

Urheilutapahtumien monikanavajakelu on DSP-hankkeen ensimmäinen ns. tulevaisuuskonsepti. Sen yhteydessä on tarkoitus luoda formaatti myös muiden tulevaisuushankkeiden käynnistämiseen. Potentiaalisia kehittämisalueita on löydetty neljä: kodin tieto- ja viihdeympäristö sekä tulevaisuuden vähittäiskauppa, oppimisympäristöt ja terveydenhuolto. Tavoitteena on hyödyntää Pasilan rakentamisen mahdollisuudet ja luoda uudenlaista työ- ja vapaa-ajan ympäristöä. Hanketta konsultoivan Eera Finlandin toimitusjohtaja Martti Malmivaaran mukaan kyse on pääkaupungin toisen keskustan rakentamisesta. Tavoite on, että alueen suunnittelussa otetaan huomioon alusta lähtien digitaalisten palvelujen vaatimukset esimerkiksi koulujen ja terveyskeskusten rakentamisessa. (Mönttinen, 2005)

Keskeinen tavoite DSP-hankkeessa on edistää alan pk-yritysten ja suur-yritysten yhteistyötä: miten yhdistää pienten ja isojen yritysten tavoitteet ja miten luoda toimiva yhteistyö näiden välille. DSP:n yhteyteen perustettava yrityshautomon on keskeinen tämän tavoitteen saavuttamisessa. Alkuvuodesta 2005 käytiin neuvotteluja siitä, miten Helsingin kaupunki voisi ottaa merkittävän roolin tämän yrityshautomon käynnistämässä.

Yhteistyöverkostoihin pyritään kytkemään myös tutkimuslaitoksia sekä yliopisto-, korkeakoulu- ja ammattikorkeakouluja. Ensimmäinen konkreettinen verkostoitumistapahtuma järjestettiin tammikuun puolivälissä. DSP:n mukaan kiinnostusta ja synergiaetuja tuntuu löytyvän.

DSP:n tavoite on, että maaliskuun 2005 alussa hankkeen vetovastuun ottavat klusteritoimistoon eli Kiihdyttimeen rekrytoitavat henkilöt. Vies-tintäalan yrityksissä on arvioitu, että merkittävien tulosten aikaansaaminen edellyttää seuraavien viiden vuoden aikana noin 200 miljoonan euron panostusta tutkimukseen ja kehitykseen.

4.1.5 Finnish Mobile-TV pilot

8.3.2005 käynnistyi pääkaupunkiseudulla mobiili-tv-pilotti, jossa testataan televisio-ohjelmien lähettämistä matkapuhelimiin. Pilotissa selvitetään myös mobiili-tv:n palveluiden käyttöä ja kuluttajien

käyttökokemuksia. Hankkeessa mukana ovat Nokia, teleoperaattorit TeliaSonera ja Elisa, verkkoyhtiö Digita sekä mediayhtiöt Yle, MTV ja Nelonen. Pilotti jatkuu 20.6.2005 saakka.

Kokeiluun osallistuu 500 käyttäjää, jotka on valittu Soneran ja Elisan matkaviestinasiakkaista. Eri-ikäiset testikäyttäjät seuraavat reaaliaikaisia tv- ja radio-ohjelmia Nokia 7710 -älypuhelimella ja sen takakuoreen sijoitetulla lisälaitteella, jonka kautta lähetykset vastaanotetaan. Perusohjelmien lisäksi käyttäjät voivat tilata puhelimeensa muita palveluita, esimerkiksi uutisia ja urheiluohjelmia. Älypuhelin mahdollistaa myös suorat linkit internetiin televisio-ohjelman taustatietoihin tai urheilukilpailun tuloksiin.

Hankkeessa Elisa ja Sonera huolehtivat asiakaspalvelusta, tv-palvelujen laskutuksesta sekä yhteyksistä uusiin interaktiivisiin lisäpalveluihin puhelinliittymän osana. Digita on suunnitellut ja toteuttanut mobiili-tv-palveluiden jakeluun tarvittavan digi-tv-verkon sekä hallinnoi mobiilitelevision palveluita ja lähetyksverkkoa. Nokia kehittää mobiili-tv-palveluiden hallintajärjestelmää ja mobiili-tv-lähetyksen vastaanottamiseen soveltuvia älypuhelimia. Sisällöistä vastaavat MTV, YLE ja Nelonen, joiden ohjelmia matkapuhelimesta on mahdollista seurata. Mukana myös kansainvälisiä teemakanavia kuten CNN, BBC World, Euronews, VIVA PLUS ja Fashion TV.

Pilottihankkeen tarkoitus on selvittää, miten kännykkä-tv toimii kaupallisessa käytössä. Pilottikäyttäjät maksavat peruskanavista 5 euron kuukausimaksun. Lisäkanavia he saavat käyttöönsä muutamalla lisäeurolla.

Kännykkätelevisioilla ei voi katsoa suoraan tavallisia digi-lähetyksiä, vaan laitteita varten on rakennettu pääkaupunkiseudulle oma DVB-H-standardia ja omaa taajuuttaan käyttävä koeverkko. Liikenne- ja viestintäministeriö tekee myöhemmin päätöksen, kuka tai ketkä saavat toimiluvan rakentaa valtakunnallisen kännykkä-tv-verkon.

Nokian puolelta uskotaan, että televisio tulee vääjäämättä matkapuhelimiin. Pilotin lanseerauksen yhteydessä Nokian multimediatoimintoja johtava Anssi Vanjoki sanoi, että lähivuosina televisiosta tulee matkapuhelimiin yhtä perustavanlaatuisen ominaisuus kuin esimerkiksi tekstiviesteistä. (*Rainisto, 2005*)

Mobiili-tv:n ansaintalogiikat ovat kuitenkin vielä auki. Samoin avoinna on, kuka rahoittaa aikanaan rakennettavan mobiili-tv-verkon, millaisia palveluita sinne tulee ja miten niistä laskutetaan.

Isoin kysymys on tietysti se, vetoaako mobiili-tv ihmisiin. Mobiili-tv-pilottia perustellaan sillä, että ihmisten liikkuvuus arkielämässä lisääntyy ja mobiiliin multimedian kulutus kasvaa jatkuvasti. Nyt kuluttajille tarjotaan

mahdollisuus ottaa vastaan tv-lähetysten sisältöä ollessaan liikkeellä. Ensimmäisiä kokemuksia mobiilitelevision käytöstä pilotin osapuolet saivat vuoden 2004 lopulla suoritetusta ns. *friendly-user-testistä*. Finnish Mobile TV:n verkkosivujen mukaan tulokset paljastivat, että mobiili-tv: tä seurataan muun muassa autossa ja muissa liikennevälineissä sekä julkisissa tiloissa, kuten kahviloissa. Mobiili-tv:n sisällön seuraaminen kotona ja työpaikalla oli myös yleinen käyttötilanne. Sisältöä seurataan aamuisin, iltapäivisin sekä alkuillasta. Testikäyttäjiä kiinnostivat uutiset, sää ja urheilu, asia- ja ajankohtaisohjelmat, viihde sekä draama- ja komediasarjat – siis samat ohjelmatyypit, jotka nousevat esiin myös ihmisten normaalia tv-käyttöä kartoittavissa tutkimuksissa. Mobiili-tv koettiin myös eräänlaiseksi seuralaiseksi perinteisen television tapaan. Finnish Mobile TV:n mukaan käyttäjiä kiehtoo mobiili-tv:ssä mahdollisuus seurata televisio-ohjelmia paikasta riippumatta.

VTT päätyi hieman erilaisiin tuloksiin omassa Mobiili-tv -projektissaan vuonna 2003. VTT:n tutkimuksessa selvitettiin ihmisten kiinnostusta mobiiliteleviosta kohtaan haastattelemalla yli 200 henkilöä sekä rakentamalla ja kokeilemalla prototyyppijärjestelmää. Käytössä oli kahdentyyppisiä päätelaitteita: A5-kokoinen tablet-PC ja taskukokoinen kämmentietokone. Kenttäkokeessa käyttäjä pystyi katsomaan muutama minuutti viiveellä lähes kaikkea, mitä Suomen kolme pääkanavaa (TV1, TV2, MTV3) lähettivät. Käyttäjä pystyi myös hakemaan arkistosta katsottavaksi kaikki ohjelmat viikon ajalta. (Södergård, 2003)

Projektin pohjalta julkaistussa raportissa todetaan, että eniten pidetty piirre palvelussa oli mahdollisuus katsoa ohjelmia arkistosta koska tahansa. Käyttäjät olivat myös yksiselitteisesti sitä mieltä, että palvelu oli televisiota, ei langatonta multimediaa. VTT:n toimijoiden mukaan tämä tukee näkemystä, että uusien palvelujen olisi perustuttava vanhoihin tuttuihin käyttöliittymiin.

Tyypillinen käyttö oli odotellessa tai kuluttaessa aikaa – yleisimmin tilanteissa, joissa normaalisti luetaan iltapäivälehteä. Käyttäjät olivat valmiit maksamaan palvelusta saman verran kuin iltapäivälehdestä.

VTT:n tutkimuksen tekijät uskovat, että taskutelevision tulevaisuuden mahdollisuudet ovat eriytyvien katsojaryhmien erityistarpeiden palvelemisessa. Tekijöiden mielestä tutkimus antoi selvää osviittaa siitä, että mobiiliteleviio sopii monessa mielessä paremmin vuorovaikutteisiin sovelluksiin kuin normaali televisio.

Mobiilitelevision käytön kannalta kiinnostavaa onkin se, kumpaa ihmiset kaipaavat enemmän: sitä, että ohjelmia voi katsella missä vain vai sitä, että ohjelmia voi katsella milloin vain. Toisaalta tv:n katselu ei onnistu tilanteissa, joissa radion kuuntelu on luontevaa: oltaessa liikkeellä. Mobiili-tv:n tulevaisuutta miettiessä kannattaa myös ottaa huomioon, missä tilanteissa esimerkiksi uutiskuva tuo uutiseen todellista lisäarvoa

ja missä tilanteissa tekstin lukeminen omaan tahtiin on kätevin tapa pysyä ajan tasalla. Jos mobiili-tv:n todellisia käyttötilanteita on harvoin – esimerkkinä Formula 1 -kilpailun startti, jonka näkemisestä monikin on valmis maksamaan – tulee eteen kysymys, riittääkö mobiili-tv:stä saatavat tulot lähetyksen ylläpitämiseen. On epäilty, että mobiili-tv:lle löytyy kuluttajakysyntää vain pienissä kohderyhmissä. (*Strategy Analytics, 2005*)

4.1.6 MTV3+ Stage -monimediakonsepti

MTV3:n lähtökohtana on tehdä kannattavaa liiketoimintaa. Tämän vuoksi se ei ole ollut digi-tv-hankkeiden kehityksen etulinjassa. Yhtiöllä on kuitenkin jo useita ohjelmiin liittyviä digi-tv:n lisäarvopalveluita. Esimerkki erittäin pitkälle viedystä monimediatuotannosta on MTV3 *Interactiven* tuottama musiikkiohjelmasarja MTV3+ Stage, jossa Suomen suosituimmat artistit esiintyvät kerran kuukaudessa suorassa livekonsertissa MTV3:n Filmihallilla.

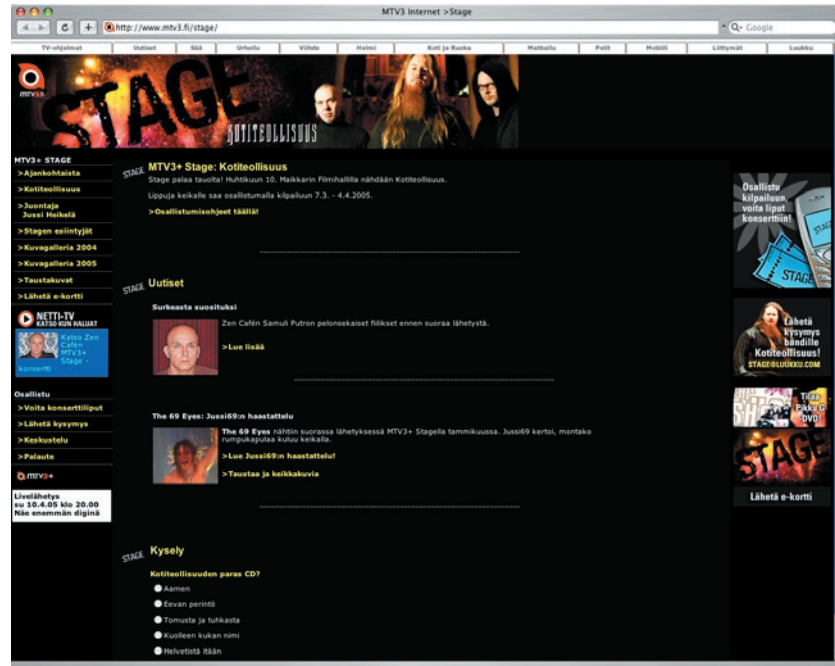
MTV3+ Stagen monimediakonseptia on tekemässä noin 30 henkilöä. Stage-monimediaketju käynnistetään tulevan esiintyjän *traileroinnilla* MTV3-kanavalla kolmen viikon ajan, neljä kertaa päivässä. MTV3:n analogiselta peruskanavalla kerätään ison yleisön joukosta 20 000 uskollista fania, joiden joukosta taas valitaan kilpailun kautta 150 ”tosifania” itse ohjelmaan. Tämän yleisön segmentointia MTV3 on miettinyt tarkkaan uusmediayhtiö Satama Interactiven kanssa, koska nämä tuntevat kuluttajien halut tv-yhtiötä paremmin. (*Vuorensola, Leinonen, 2005*)

Stagen-verkkopalveluja käyttää noin 20 000 ihmistä kuukaudessa. Konserttisarja *streamataan livenä* verkossa ja sen jälkeen se on lisäksi katsottavissa kuukauden ajan pientä maksua vastaan.

Mobiilipuolella chat- ja äänestysviestimäärissä MTV3 on Suomen suurin. WAP ja GPRS ovat alustoja, joita interactivelaisten mukaan hyödynnetään pian. Mobiili-streamausta MTV3 on jo testannut omassa Handy-palvelussaan. Tähän saakka MTV3 on kehittänyt itse erilaisia jakelualustoja, mutta koska kehitys kulkee kohti teknisesti monimutkaisempia sovelluksia, tullaan jatkossa turvautumaan myös ulkopuolisiin partnereihin.

Perinteinen tekstikanava on edelleen tärkeä myyntikanava MTV3:lle, karusta ulkoasusta huolimatta. Stagen tiedot päivitetään sen lisäksi myös omaan sivustoon MTV3:n Digitekstiin. Pienestä käyttäjämäärästä huolimatta MTV3 on tehnyt suhteellisen paljon MHP-palveluja. Digi-teksti-kokonaisuuden lisäksi kanavalla on muita erikseen koodattuja

MHP-palveluita. Nämä ovat kuitenkin toistaiseksi kuluttaneet enemmän rahaa kuin tuoneet. Stagessakaan ei vielä nähdä sellaista arvoa kuin sillä voisi olla. Tekijät kuitenkin uskovat, että MHP-palvelut ovat tulossa mukaan ja niiden myötä ostaminen ja myyminen kaukosäätimen avulla. Toistaiseksi todellinen tulovirta ja vuorovaikutteisuus tulevat kuitenkin mobiilipuolelta. Tilanteen uskotaan jatkuvan näin vielä usean vuoden.



MTV3 Internet Stage. <http://www.mtv3.fi/stage/>

Itse Stage-konsertti tehdään kuten normaali tv-konserttituotanto. Käytössä on viisi kameraa ja normaali tv-tuotantomiehitys. Live-yleisöä on paikalla 150 ihmistä. Lähetysten aikana sekä live- että kotileisö voivat lähettää bändille kysymyksiä tai kertoa mielipiteitään keikasta. Tärkeä huomio on, että digitaalinen televisio ei muuta itse tv-ohjelmien tekoa: digitaalisuus ei tee tuotannoista halvempia.

Stagen tekijät toteavat, että Stage-konsertti on tapahtuma, jossa kaikki samanhenkiset kootaan yhteen. Kuten Finlaysonin alue-TV:n tekijät myös interactivelaiset korostavat, että digitaalinen media muuttaa kuluttotottumuksia: ihmisille voidaan luoda tunne siitä, että he kotonakin ovat vahvasti mukana tapahtumassa. Stagen tavoitavuus eri kohderyhmissä on huippuluokkaa. Joka keikalla paikalla on aina eri yleisö, bändin todelliset fanit. Stagen kirjava esiintyjäkaarti perustuu yhteistyöhön levy-yhtiöiden kanssa, näiden tietoon omasta kohderyhmästään.

Tapahtuman aiheuttamaa sitoutumista kohderyhmässä voidaan hyödyntää vain projektiluontoisesti: Antti Tuisku -soittoääniä voi tarjota kaksi kuukautta, mutta sen jälkeen on keksittävä jotain muuta.

Monimediatautontoketjun viimeinen lopputulos on myynti-DVD. DVD:ssä hyödynnetään kaikki siihen mennessä tuotettu, ”puristetaan sitruunasta viimeiset mehut”, kuten tekijät toteavat. Yksi Stage-kokonaisuu rakentuu noin kahdessa kuukaudessa ja sama konsepti on monistettavissa eri bändien kohdalla. Tämä ”modulaarisuus” onkin ollut MTV3:n peruseräite.

Koko Stage-konsepti toimisi myös analogisella puolella, todennäköisesti paremminkin, koska sen katsojapeitto on parempi. MTV3:n lähtökohta on se, että digipuolella voidaan testata asioita ja tehdä kokeellisia tuotantoja. MTV3+ -kanavalle on myös helppo sijoittaa pienen kohderyhmän ohjelma parhaaseen mahdolliseen katselu-aikaan, Stagen tapauksessa suorana lähetyksenä.

4.1.7 Terveyskanava – yhteisö-tv:n ensiaskelia

Kun nykyiset televisiokanavat ovat toimintatavoiltaan lähinnä yleiskanavia tai tietyille profiloituille kohderyhmille suunnattuja teemakanavia, tähtää yhteisötelevisio uuteen kolmanteen vaihtoehtoon. Suomessa digi-tv-toimiluvan ensimmäisten joukossa 23.6.1999 saaneen Wellnet Oy:n oli tarkoitus rakentaa omasta Terveyskanavastaan yhteisötelevisiota. (Kangaspunta, 2003)

Idea yhteisöllisen television soveltamisesta digitaaliseen televisioon on luontevaa. Digi-tv:n on ajateltu avaavan aivan uudenlaisia yhteisöllisyyden mahdollisuuksia. Vuorovaikutteinen televisio mahdollistaa kanavan ja katsojan välisen, mutta myös yleisön keskinäisen kommunikaation. Kuitenkin siirtyminen kaksisuuntaisesti vuorovaikutteiseen televisioon tulee olemaan hidasta. Digi-tv:n vaiheita tutkinut Seppo Kangaspunta uskoo, että vuorovaikutteinen digi-tv antaa odottaa itseään vielä ainakin vuoteen 2007 asti. Ihmisten tottumukset muuttuvat hitaasti ja uusien kommunikointitapojen sosiaalinen muovautuminen käytännöiksi vie aikaa. Muutos on suuri; ihmisten oletetaan muuttuvan television katsojista television tarjoamien palveluiden kuluttajiksi ja käyttäjiksi. Kysymyksessä on suuri tekninen, taloudellinen ja kulttuurinen muutos.

Seppo Kangaspunta uskoo, että kun Suomessa siirrytään kokonaan digi-tv:hen vuoden 2007 syksyllä, mediamaisema muuttuu rajusti. Nykyinen neljän kanavan järjestelmä murtuu ja rinnalle nousee suuri määrä yleis-, erityis- ja alueellisia kanavia, joukossa sekä täydenpalvelun

kanavia että teema- ja erityiskanavia.

Vaikeinta tulee olemaan rajan vetäminen kansalaisuuden ja kuluttajuuden välille. Kansalaisuuden näkökulmasta Kangaspunta pitää tärkeänä yhteisötelevisiion kehittymistä. Uudenlainen television yhteisöllisyys edellyttää pitkälle kehittyntä vuorovaikutteisuutta, joka voi rakentua kanavien, ohjelmien ja lisäpalvelujen ympärille. Kanavat ja yleisöt hajautuvat, mutta yhteisöjen merkitys vahvistuu. (Kangaspunta, 2004)

Se, rantautuuko yhteisö-tv Suomeen, jää nähtäväksi. Esimerkiksi erilaiset kunnalliset kokeilut antavat viitteitä siitä, että yhteisö-tv on tulossa. Ensimmäisenä isona kohderyhmänä nähdään usein ikääntyneet, mikä liittyy tv:n tuttuuteen ja helppokäyttöisyyteen. Mobiili-tv:n on taas arvioitu leviävän nuorison kautta. (Uotinen, 2005)

4.2 Kansainväliset toimijat

DINA-workshopissa moni paikalle kutsuttu luennoitsija otti esille yhteisöllisyyden. Suomessa televisio on näihin päiviin asti ollut muutamien toimijoiden käsissä, mutta maailmalla *community TV* eli yhteisö-tv on varsin tunnettu televisiomuoto. Esittelemme seuraavaksi erilaisia yhteisö-tv:n muotoja. Tavoitteena on löytää malleja, joita DINA voisi toiminnassaan hyödyntää. Viimeiseksi kerromme tanskalaisesta *Crossroads Copenhagen* -hankkeesta, jossa voi nähdä yhtymäkohtia suomalaiseen DSP:hen ja myös DINAan.

4.2.1 Community-tv:n virtauksia maailmalla

Euroopassa ja Yhdysvalloissa on valtava määrä paikallisia, etnisiä, uskonnollisia, kansalais-, koulutus-, vasta- ym. yhteisötelevisioksi luokiteltavia tv-kanavia.

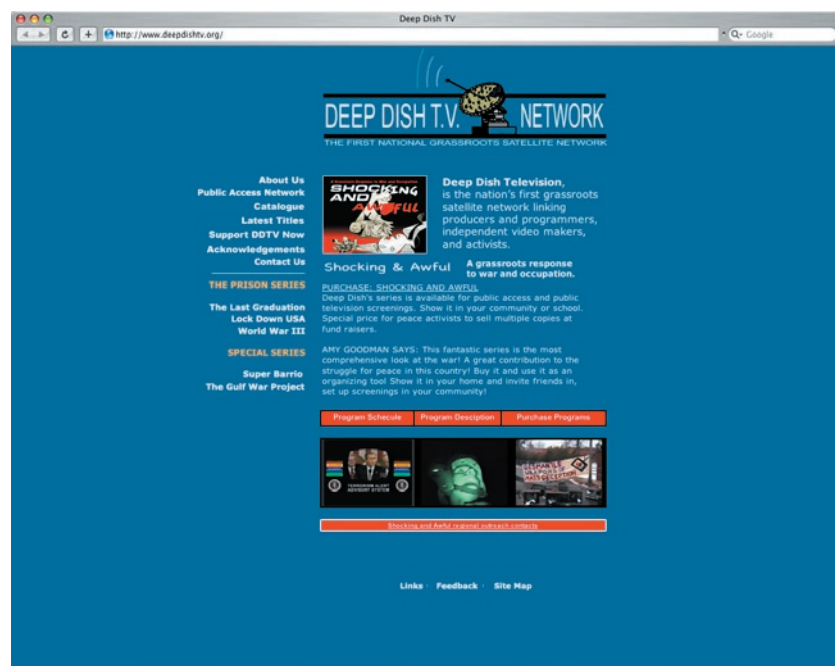
Peruserona eurooppalaisen ja yhdysvaltalaisen yhteisötelevisiion välillä pidetään julkisen palvelun roolia: Euroopassa tämä on hyvin vahva. Yksiselitteistä luokitusta yhteisötelevisiolle ei kuitenkaan voi rakentaa, koska luokitukset menevät ristiin. Seppo Kangaspunta listaa *Terveyskanavan tarina* -kirjassaan yhdeksän ominaisuutta ja piirrettä, joilla kansainvälisiä community-televisioita on luonnehdittu. (Kangaspunta, 2003, s. 151–163)

1) Vaihtoehtotelevisio. Jako valtamediaan ja kansalaisyhteiskuntaan, jota yhteisötelevisio parhaimmillaan edustaa. Yhteisö-tv antaa valtatelevision vaihtoehdoksi kansalaisille ”kolmannen äänen” ja toteuttaa näin demokratiaa.

2) Vähemmistötelevisio. Usein yhteisötelevisiot ovat etnisten, siirtolais- tai muiden vähemmistöryhmien yhteisöllisyyttä tukevia televisioita. Ideana on yhdistää kielellistä, etnistä tai muuta vähemmistöä ja tarjota avoin foorumi, josta ko. vähemmistöön kuuluvat voivat saada tietoa, tukea ja löytää toisensa.

3) *Public access* ja *community-tv*. Kansalaistelevisio, jossa kansalaisilla on mahdollisuus toimia itse aktiivisina sisällön- ja ohjelmantuottajina. Yhdysvaltain valtava kaapeli-tv-järjestelmä sisältää runsaasti yhteisö- ja kansalaistelevisioita, ja yhdysvaltalaisista *Public Access* -televisiota pidetään malliesimerkinä ruohonjuuritason demokratiasta. Esimerkiksi *The Community Television Association of Mainen* tavoitteena on edistää demokratian ihanteita. Se haluaa taata, että Mainen asukkaat saavat äänensä kuuluville mediassa ja kannustaa kansalaisia osallistumaan, olemaan kriittisiä ja ilmaisemaan mielipiteitään. Samoin Yhdysvalloissa yliopistot ja seudun koulutuskanavat tekevät tiivistä yhteistyötä.

4) Vastatelevisio. Guerilla-tv:t ja scratch-vidiot edustavat vastakulttuuria ja ovat usein kokeilevia.



Tunnetuimpia guerilla-televisioita on Deep Dish Television, joka Persianlahden sodan aikana kävi aktiivista sodanvastaista kampanjaa. <http://www.deepdishtv.org/>

Amerikkalaisten kokeilut alkoivat jo 1960-luvulla, Englannista taas mainitaan usein 1980-luvun videotyöpajaliike. Guerilla-tv on kokoava nimitys erilaisista vastakulttuurisista videoryhmistä, joiden toiminnasta syntyi ns. vastatelevisio. Sen tarkoitus oli toteuttaa avointa televisiota, joka tarjoaisi vaihtoehtoja perinteiselle ylhäältä johdetulle *broadcasting*-järjestelmälle. Vaikka Guerilla-tv toimi lähinnä paikallisissa kaapeli-tv-verkoissa, sen tuotanto perustui videoihin, joita usein esitettiin suljetun piirin (*close circuit*) katselutilanteissa.

Scratch-video nousi esiin 1980-luvun puolivälissä Englannissa. *Scratchin* kolme ominaisuutta olivat ”löydetty” kuvamateriaali, toistoeditointi (*scratch*) ja tekijöiden anti-asenne jotakin ilmiötä kohtaan. 1980-luvun lopussa *scratchin* vaikutukset sulautuivat osaksi videotaidetta, televisiota ja rockvideoita.

5) Kaapelitelevisio. Usein yhteisö-tv:t ovat pieniä kaapelitelevisioita: kaapeli mahdollistaa suuren määrän kanavia ja toisaalta monissa maissa kaapeliyhtiöiden lisensseissä edellytetään yhteisöllistä tai kansalaistelevisiota. Avoin kanava, osallistuminen, osallistuva viestintä ja kriittisyys ovat tärkeitä periaatteita tässä yhteydessä.

6) Paikallistelevisio. Yhteisö-tv:t ovat pääasiassa alueellisia ja paikallisia suurten kaupunkien tv-kanavia, niin Euroopassa kuin Yhdysvalloissa. Parhaat edellytykset paikallistelevision kehitykselle on siellä, missä katsojat muodostavat kielellisesti, hallinnollisesti ja kulttuurisesti yhtenäisen ryhmän. Paikallisuus syntyy paikallisista aiheista, ihmisistä, tapahtumista ja uutisista sekä tekijöiden yhteydestä paikkakuntaan.

7) *Narrowcast*-televisio. Kuvaa *broadcast*-toiminnan vaihtoehtoa, jossa sama signaali jaetaan yhdeltä monelle. Perinteinen radio- ja televisiolähtettäminen on *broadcast*-toimintaa. *Narrowcast* kuvaa suppeampia teemakanavia, jossa signaalia jaetaan esimerkiksi kaapelia pitkin vain tietyille, palvelun tilanneelle katsojakunnalle. *Narrowcast*-sanalla voidaan viitata yhteisöllisiin vastatelevisioihin.

8) Ei-kaupallinen yhteisötelevisio. Tyypillisesti yhteisö-tv on ei-kaupallinen, julkisyhteisön (Euroopassa) tai kaapeliyhtiön (Yhdysvalloissa) välillisesti tukema tv. Toisaalta monet vähemmistö-tv:t toimivat myös kaupallisella periaatteella. Kaupallisia yhteisötelevisioiksi luokiteltavia televisioita on Euroopassa ja Yhdysvalloissa yhtä paljon.

9) Intressi- ja teematelevisiot. Erilaisia teemakanavia, esimerkiksi terveys-, kulttuuri- ja urheilukanavia, ei katsota varsinaisesti yhteisötelevisioiksi – ellei sitten käytetä väljää luokitusta ”yhteisöjen televisio”. Internetissä toimii useita tietyn aiheen ympärille muodostuneita intressiryhmiä; verkkoyhteisöt rakentuvat usein juuri intressin pohjalta. Tässä mielessä on mielenkiintoista pohtia, millaisia yhteisöjä kaksisuuntaisesti vuorovaikutteinen digi-tv voisi koota. (*Kangaspunta, 2003, s. 151–163*)

4.2.2 Japanin Community Television

Myös Japanissa *community television* -palvelut ovat nimenomaan kaapeli-tv:ssä. Sielläkin laki velvoittaa kaapeliyhtiöt paikallisten tv-palvelujen tuottamiseen tai jakeluun. Kaapeli-tv:n piirissä on noin 23 miljoonaa kotitaloutta, 32 % japanilaisista talouksista. Kaapeliverkkojen laajuuden selittää Japanin maantiede: vuoristoisessa maassa laaksoihin jää usein katvealueita, joissa maanpäällisen signaalin vastaanotto on mahdotonta. (Valaskivi, 2004, s. 6)

Omaa ohjelmaa tuottavia kaapeliyhtiöitä on nykyisin reilut 500 ja niillä on asiakkaina yli 15 miljoonaa kotitaloutta. Kaikilla näillä operaattoreilla on periaatteessa paikallinen *community television* -kanava, mutta niiden ohjelmiston rakenne vaihtelee paljon esimerkiksi paikallisuuden ja vuorovaikutteisuuden suhteen.

Noin 70 prosenttiin kaapeliyhtiöistä on investoitu julkista pääomaa. Usein paikallisviranomaiset ovat osakkaina turvatakseen tiedotuskanavan kriisitilanteiden, esimerkiksi luonnonmullistusten, varalta. Toisaalta kunnan johtoporras voi hakea tukemansa paikallistelevision kautta itselleen positiivista julkisuutta ja vaalimenestystä.

Kaapeliyhtiöiden luonnetta määrää oleellisesti niiden koko. Pienimpien yhtiöiden tilaajamäärät lasketaan sadoissa: näiden ohjelmatuotanto on amatööripohjaista, tiiviisti paikallista ja paikallisten viranomaisten vaikutus on suuri. Kaapelitoiminnan ääripäässä ovat Japanin maataloustuokeen nojaavat ”kylä-televisiot”. Maatalousvaltaisten ja syrjäisten kylien ohjelmat toteutetaan kokonaan paikallisin voimin. Maatalousministeriö kurssittaa ihmisiä laitteiden käyttöön. Keskeinen ohjelmisto liittyy maataloustuotantoon sisältäen esimerkiksi sääpalveluja. Lisäksi tarjotaan julkisia palveluohjelmia, vaikkapa terveydenhuollon opastusta. Tekniikka kanavilla on analogista. Koska julkinen rahoitus toiminnassa on keskeistä, ei maksajaa kalliille digi-investoinneille ole toistaiseksi löytynyt. Siksi pienimpien kaapelitoimijoiden tulevaisuus onkin vaakalaudalla.

Suurimmilla yhtiöillä taas on satojatuhansia tilaajia. Tällöin tuotanto on ammattimaista ja vain löyhästi paikallista. Katsojien osallistuminen on vähäistä. Myös paikallisten viranomaisten vaikutus on pienempää ja kaupallinen toiminta keskeistä. Tekniikka yhtiöillä on digitaalista.

Koko Japanissa on vain muutamia ”edistyksellisiä” kaapeliyhtiöitä, joiden toiminnassa vuorovaikutteisuus, katsojien osallistuminen ja paikallinen ohjelmatarjonta on keskimääräistä suuremmissa roolissa (Valaskivi 2004, s. 8). Nämä yhtiöt panostavat paikalliseen ohjelmatuotantoon esimerkiksi televisioimalla vaaleihin ja kunnalliseen päätöksentekoon liittyviä tilaisuuksia. Yhteistyö viranomaisten kanssa on vilkasta ja yhtiöihin on investoitu myös julkista rahaa. Kanavilla on yleensä vain

pieni henkilöstö, mutta ne käyttävät aktiivisesti paikallista väestöä apuna ohjelmatuotannossa.

Kaikkein edistyneimmillä yhtiöillä on erityinen *public access* -kanava, jonka ohjelmisto tuotetaan paikallisin amatöörivoimin. Kaapeliyhtiö tarjoaa tekijöille, esimerkiksi yhdistykselle, kamerat ja muun tekniikan, minkä jälkeen tekijät hoitavat televisiointiin liittyvät työt parhaansa mukaan. Toisessa mallissa kaapeliyhtiö kouluttaa toiminta-alueellaan ”kansalais-reporttereita”, jotka sitten hoitavat alueidensa ohjelmatuotannon. Jossain määrin nämä *public access* -kanavat ovat kärsineet ohjelmien heikosta tasosta. Osa yhtiöistä on pyrkinyt parantamaan tasoa siirtymällä jälkimmäiseen, eli ”kansalais-reportteri” -malliin.

Chukai Cable Televisionin ohjelmistoon kuuluu paikallisten tapahtumien televisiointeja, paikallisten asiantuntijoiden luentoja, urheilua, koulujen juhlia, konsertteja jne. Chukain www-sivuilla voi lisäksi katsoa paikallisten asukkaiden lähettämiä videoita ja valokuvia. Paikallisuutisia on tarjolla realvideo-muodossa. Chukain kaapeliyhtiöllä on myös ohjelma nimeltä *Call-in*, jossa paikalliset asukkaat voivat soittaa kaupunginjohtajalle ja esittää hänelle kysymyksiä ja ehdotuksia alueensa asioista.



Chukai Cable Televisionin kanava 5 on normaali paikallisuutisiin keskittyvä community-kanava ja kanava 14 puolestaan *public access* -kanava, jolle ohjelmia tuottaa lähes 40 eri kansalaisjärjestöä, yhdistystä, oppilaitosta tai muuta yhteenliittymää.

<http://gozura101.chukai.ne.jp>

Japanin tunnetuin esimerkki *public access* -toiminnasta on hanke nimeltä *Prism*. Sen perustaja, tv-tuottaja Kishimoto on kouluttanut maaseudulla, Kumamoton alueella, kyläläisiä tv-tuotannon koko prosessiin, kuvauksista ohjelman lähettämiseen. Noin 120 ”*resident director*” -koulutuksen saanutta ihmistä tuottaa nykyisin ohjelmia sekä Kumamoton kaapelikanavalle että paikalliselle maanpäälliselle kanavalle. Esimerkiksi kotiäitien ryhmä on tuottanut esittelydokumentin Kumamoton kaupungista. Kishimoton johtoajatus on ollut ”televisio tekee kylän”. Tarkoituksena on laajentaa projektia uusille seuduille ja luoda *public access* -kanavien verkosto.

Public access -kanavia ylläpitävillä yhtiöillä on yhdistys, joiden puitteissa ne tekevät löyhää yhteistyötä. Kanavien toiminnan mahdollistaa television tuotantovälineiden hintojen laskeminen ja kuluttajaelektroniikan tason nousu. Sinänsä kanavilla ei ole kaupallista potentiaalia eikä japanilainen yhteiskunta tue niitä laajasti. Kanavien määrä pysynee siksi jatkossakin pienenä.

Suurin osa Japanin kaapeliyhtiöiden community-kanavista tarjoaa paikallisuutisia, paikallisten yritysten kustantamaa mainontaa ja esittelyjä, viranomaistiedotuksia, jne. Lähetyksissä saatetaan näyttää täyteohjelmana esimerkiksi katsojien lähettämiä valokuvia, mutta asukkailla ei ole mahdollisuutta osallistua ohjelmien tuottamiseen. Usein kanavilla on myös paljon omaa mainontaa, kuten ostos-tv:tä tai ohjeita set-top-boxin asentamisesta.

Isoissa kaupunkikeskuksissa saattaa asiakkaina olla satojatuhansia kotitalouksia. Jo tällaisen laajan katsojakunnan takia syvä paikallisuus ei ole mahdollista. Lisäksi suurtaajamissa on usein kilpailevaa, broadcast-pohjaista alueellista toimintaa.

Japanin laajalle levinnyt ja halpa laajakaistaverkosto on mahdollistanut myös uusien netti-tv-palveluiden syntymisen. Näillä ei kuitenkaan toistaiseksi ole suurta merkitystä paikallisen ohjelmatuotannon kannalta. Laajakaistaverkoilla on kuitenkin paljon potentiaalia nimenomaan kaksisuuntaisuutensa ansiosta. Monet kaapeliyhtiöt ovat laajentaneet community-palveluitaan juuri netin kautta. Esimerkiksi Chukai-yhtiöllä on *Kansalaisen videoviesti* -palsta, jossa mainostetaan erilaisia tapahtumia tai kilpailuja, eikä sisällölle aseteta tiukkoja ehtoja.

Kaupallisesti toimiville yhtiöille community-palvelut ovat kannattamatonta liiketoimintaa. Ellei niiden tuotantoon kohdisteta huomattavaa yhteiskunnan tukea tai keksitä kokonaan uutta ansaintalogiikkaa, on palveluiden yleistymisen epätodennäköistä.

Mobiilissa tv-vastaanotossa Japani on edelläkävijä. Teoriassa mobiilit palvelut tarjoavat paikallisia ratkaisuja, mutta toistaiseksi sisältö ei ole paikallista eikä tarjoa community-tyyppisiä palveluita. Japanin mobiili

tv-vastaanotto tarkoittaa paitsi pieniä kannettavia laitteita myös juniin tai autoihin asetettuja näyttöjä. Ainakaan toistaiseksi mikään tv-yhtiö ei tarjoa pienille kännykkäruuduille räätälöityä sisältöä, vaikka japanilaisten innostus pieniin mobiililaitteisiin onkin maailman huippuluokkaa.

Japanissa operaattorit ovat jo vuosien ajan tarjonneet matkapuhelimiin monivärisiä graafisia tietosivuja. Samoin sähköposti ja kamera ovat pitkään olleet puhelimien vakio-ominaisuuksia. 3G-puhelimia ei kuitenkaan ole myyty odotusten mukaisesti. Laitteita on markkinoitu erityisesti kehittyneillä video-ominaisuuksilla, mutta palvelut eivät ole kiinnostaneet kuluttajia niin paljon kuin uskottiin. Digitalisoitumisen myötä mobiilin television tilanteen uskotaan muuttuvan olennaisesti, ensimmäisenä mobiili digi-tv näyttäisi yleistyvän autoissa. Myös eri operaattorit ovat tuoneet markkinoille digitaalisella terestriaalivirtimellä varustetut kännykät.

4.2.3 Crossroads Copenhagen

Tanskassa Ørestadin uuteen kaupunginosaan on syntymässä kehitys- ja testilaboratorio, joka kuuluu *Crossroads Copenhagenin* nimellä kulkevan hankkeen e-infrastuktuuria kehittävään projektiin. Alueen Living Lab kokoaa yhteen yrityksiä, laitoksia, tutkijoita ja tavallisia kansalaisia. Huomion keskipisteenä ovat *Crossroads Copenhagenin* toimitusjohtaja Poulaine Middletonin mukaan käyttäjät, *ei teknologia*. Tavoitteena on tutkia, millaisia palveluita muuttuvassa yhteiskunnassa tarvitaan: millainen on verkostoyhteiskunta ja miten se kehittyy. Tanskan valtion rahoittamassa hankkeessa ovat mukana muiden muassa Kööpenhaminan yliopiston humanistinen tiedekunta, Kööpenhaminan IT-yliopisto sekä kauppakorkeakoulu. Julkisista laitoksista mukana ovat esimerkiksi Tanskan yleisradio ja kuluttajavirasto, yrityspuolelta taas Nokia, teleoperaattori TDC, Hewlett Packard sekä rakennusyhtiö Skanska. (Bird, 2005, s. 21–23)

Tanskan Living Labista suunnitellaan paikallista ja valtakunnallista tietokantaa, lähiseuduilta hankkeeseen on värvätty noin 5000 henkilöä. Kuvitteellisessa tutkimuksessa Tanskan yleisradio, yliopisto ja Nokia haluavat kehittää uudenlaisen palvelun lukihäiriöisille. Living Labin kautta projektiin voitaisiin koota parinkymmenen tuhannen lukihäiriöisen joukko: heidän kanssaan sitten selvitettäisiin, millaisia kohderyhmän ongelmat ovat ja miten niitä voitaisiin ratkaista käyttämällä hyväksi matkapuhelinta. (Bird, 2005, s. 21–23)

Yritykselle, esimerkiksi Nokialle, testausympäristö tarjoaa tutkimuspa-
lautetta uusista sovelluksista ja mobiilitekniikan käyttötavoista.

Elävässä laboratorioissa voidaan testata palveluja käytännössä – tähän ei pelkästään yliopistoissa pystytä.

Projektitietokantaan liittyminen on tietysti vapaaehtoista. Toimijoiden tavoitteena on kuitenkin saada mahdollisimman laaja yhteiskunnallinen kirjo. Tärkeä huomio hankkeessa on se, että suurten käyttäjäryhmien teknologioita suunniteltaessa on pidettävä mielessä sekä tekniset että taloudelliset seikat. Uuden teknologian olemassaolo ei mitenkään automaattisesti merkitse sitä, että se myös otettaisiin laajasti käyttöön – tästä on esimerkkinä vaikkapa 2000-luvun alun WAP-innostus. *Crossroads Copenhagen* pyrkii ymmärtämään niitä taloudellisia, sosiaalisia, kulttuurisia ja teknologisia mekanismeja, joiden kautta mobiiliteknologia nivoutuu osaksi ihmisten arkea. (Bird, 2005, s. 21–23)

4.3 Yhteenveto – toimintaympäristön päätrendit

Digitalisoitumisen myötä media-ala on murroksessa. Mukaan on tullut uusia toimijoita, esimerkiksi operaattoreita, ja vanhat toimijat ovat laajentaneet toimintaansa uusiin jakeluväyliin. Eri tekijöiden välillä on uudenlaista yhteistyötä ja sitä kautta myös toimijoiden väliset rajat ovat muuttuneet aiempaa läpinäkyvimmiksi. Seuraavassa vedämme yhteen niitä päätrendejä, joita toimintaympäristön kartoituksen perusteella voi nähdä.

4.3.1 Digitaalisuus uudistaa televisiota?

Kun puhutaan tv-tuotannoista, eivät alalla toimijat usko digitaalisuuden juuri muuttavan itse tuotantoprosessia. Epäilyksiä on myös siitä, miten erilaiset lisäpalvelumahdollisuudet tai interaktiivisuus ohjelmissa tulee lisääntymään. Moni uskoo, että näiden merkitys ei jatkossakaan tule olemaan suuri. Ensimmäisessä vaiheessa interaktiivisuus on reaktiivista: katsojat hakevat lisätietoa tai lähettävät palautetta, äänestävät, osallistuvat, tilaavat tai ostavat jotakin. Vastavuoroinen vuorovaikutus, kommunikointi eri tavoin (keskustelu, kirjeenvaihto ja kohtaaminen) mahdollistuvat vasta kaukana tulevaisuudessa.

Tällä hetkellä digitaalinen interaktiivisuus on pohjimmiltaan samanlaista kuin analogisellakin puolella: paluukanava on jokin toinen kuin jakelukanava (mobiili, netti, tms.). Muuttuuko ihmisten halu olla interaktiivinen, kun paluukanava on samassa välineessä kuin sisältö? Toisin sanoen,

kun osallistuminen tehdään yhtä helpoksi kuin kanavan vaihtaminen, lisääntykö myös ihmisten halu muuttua sohvaperunasta toimijaksi? Nykyisellään moni tv-alalla toimiva näkee, että parhaat interaktiiviset tv-sovellukset liittyvät tietokilpailuihin ja vedonlyöntiin – näiden lajityyppien yli on vaikea keksiä todella toimivia sovelluksia.

Lisäpalvelut ovat kuitenkin se lisä, joka tekee digi-tv:stä uuden median. Osa sisällöistä muuttuu palveluiksi. Mixmedian luomassa LippuTV-konseptissa televisio-ohjelma herättää katsojan kiinnostuksen jostain kulttuuritapahtumasta. LippuTV:n kautta katsoja voi kaukosäädintä käyttäen heti ostaa lipun tapahtumaan. Tämä muuttaa television luonnetta. Palveluiden ja maksullisuuden myötä katsojista tulee kuluttajia ja asiakkaita. Kunnalliset kokeilut osoittavat, että tv:stä voi tulla myös palvelukanava.

Kaupallisen tv:n puolella kehitys näyttäisi kulkevan kohti maksu-tv:tä, mainosrahoitteisia tv-kanavia tulee tuskin lisää. Uhkakuvana voidaan nähdä kaupallisen tv-toiminnan kannattavuus. Digi-tv ei mediabisneksen näkökulmasta ole alkuvaiheessa tarjonnut kuin mainostulot, mutta lisäpalveluiden lisääntyessä ansainnan muodot saattavat monipuolistua. Kaupallisia kokeiluja yhteisö-tv:n hyödyntämiseksi ei tällä hetkellä ole tiedossa. Kanavien määrän kasvaessa ja yleisöjen eriytyessä yhteisöjen merkitys kuitenkin kasvaa entisestään.

Tallentavien digilaitteiden, PVR:ien (*Personal Video Recorder*) yleistyessä katsojien on mahdollisuus hallita ohjelmavirtaa: halutessaan katsoja voi hypätä mainosten yli tai rakentaa eri kanavien ohjelmista ”oman” kanavansa.

4.3.2 Tutkimushankkeiden kulta-aika

Valtioneuvoston kanslian marraskuussa 2004 julkaisemassa Suomi maailmantaloudessa -selvityksen loppuraportissa todetaan, että onnistunut innovaatiopolitiikka on tärkeä kansallinen menestystekijä. Suomen vetovoimaisuuden lisäämiseksi on pystyttävä luomaan vahvoja innovaatiotoiminnan ja huippuosaamisen keskittymiä. Samalla on entistä määrätietoisemmin pyrittävä edistämään yritysten verkottumista. Selvityksen mukaan muualla Euroopassa saadut kokemukset viittaavat siihen, että tehokkaalla verkottumisella pienetkin yritykset voivat muodostaa vahvoja kansainvälisillä markkinoilla menestyviä klustereita. Taideteollinen korkeakoulu ja sen käynnistämä muotoilun innovaatiokeskus Designium mainitaan hyvänä esimerkkinä monialaisesta ja eri osapuolet verkottavasta toiminnasta. (*Valtioneuvosto, 2004, s. 30–50*)

Luovat toimialat nähdään raportissa mahdollisena nousevana kilpailuedun lähteenä. Luovien alojen työllisyys Suomessa kasvaa raportin mukaan nopeasti. Digitalisoitumista ja verkottumiskehitystä seuraava toimialojen murros synnyttää uusia liiketoiminnan mahdollisuuksia. Myös kansainvälisten selvitysten mukaan luovat alat ovat kaiken kaikkiaan nousussa. Viihde-, kulttuuri- ja virkistyspalveluiden kysyntää läntisissä teollisuusmaissa näyttäisivät lisäävän mm. keskimääräisen eliniänodotteen kasvu, koulutustason nousu, elinkeinorakenteen muutokset sekä vapaa-ajan lisääntyminen yhdistettynä kaupungistumiseen. (Valtioneuvosto, 2004, s. 144–145)

Viimeinen kohta voi osaltaan selittää kaupunkisuunnittelun kytkemistä mukaan tutkimushankkeiden suunnitteluun ja toteutukseen, joka on yksi piirre uusissa hankkeissa. DINAn ja DSP:n kaltaisten hankkeiden lisäksi Helsingin kaupunki on ollut mukana kehittämässä luovia ympäristöjä yhdessä korkeakoulujen kanssa esimerkiksi Ruoholahdessa ja Pitäjänmäellä, joihin on muodostunut informaatioalan yritysten ja tutkimustoiminnan keskittymät.

Helsingin kehityshankkeiden lisäksi Espoon Kehä II:n Suurpellon alueelle on rakenteilla tulevaisuuden kaupunkiasumisen tarpeita palveleva kaupunkikeskittymä. Helsingin Arabiarannan tavoitin hankkeen tavoitteena on saada aikaan erilaisia oppilaitoksia ja oppimisympäristöjä yhdistävä, tulevaisuuden oppimistarpeita palveleva toimintaympäristö, Opinmäki. Tavoitteena on synnyttää innovatiivinen, elinikäiseen oppimiseen perustuva digitaalisen oppimisen ympäristö, joka palvelisi niin espoolaisia kuin kansainvälisiäkin osajia ja yrityksiä. (Schrey-Niemenmaa, puhelinhaastattelu 7.3.2005)

Suomi maailmantaloudessa -selvityksessä nähdään innovaatiojärjestelmän teknologiakeskeisyys joissain tilanteissa ongelmaksi. Sisältöalan haasteena on myös se, että yritykset ovat usein pieniä, jolloin niiden kansainvälinen toiminta on vähäistä. Toiminta perustuu usein kertaprojekteihin, ja tuotekehityspanostukset ovat vähäisiä. Näistä ongelmista seuraa, että monet sisältöalan yritykset eivät pysty hyödyntämään toimialojen murroksesta seuraavia uusia mahdollisuuksia. Siten sisältöyritykset eivät ole houkuttelevia sijoituskohteita pääomasijoittajille. Näihin ongelmiin tulee sisältöalan kehittämistoimenpiteiden vastata. (Argillander, Martikainen, 2005, s. 14–16)

Helsingin Sanomien Vieraskynä-artikkelissa Taideteollisen korkeakoulun rehtori Yrjö Sotamaa, hallintojohtaja Pekka Saarela sekä Lumen johtaja Elukka Eskelinen toteavat, että välineiden ja verkkojen kehittyessä sisällöt muuttuvat yhä monipuolisemmiksi. Tällöin sisällön merkitys korostuu: sisältöä ja laitteita tulee kehittää yhtä aikaa. Elokuvallista osaamista tarvitaan yhä useamman kokoisissa ruuduissa. Tässä tilanteessa elokuvantekijöillä on kirjoittajien mielestä tarinankerronnan ja ilmaisun ammattilaisina aivan uusia mahdollisuuksia kansainvälisessä tutkimus-,

kehittämis- ja tuotantoyhteistyössä. (Sotamaa, Saarela, Eskelinen, 2005)

Jotta Suomi maailmantaloudessa -selvityksen tavoitteisiin voitaisiin päästä, tarvitaan HS:n artikkelin kirjoittajien mielestä audiovisuaalisen median kansallisen kehittämisstrategian laatimista, alan toimijoiden yhteistyön ennakkoluulotonta tiivistämistä ja voimavarojen lisäämistä sekä tuotantojen että koulutuksen ja tutkimuksen osalta. Samalla tulisi kiinnittää huomiota myös ammattikorkeakoulujen av-alan koulutuksen määrään ja laatuun. (Sotamaa, Saarela, Eskelinen, 2005)

4.3.3 Yhteisöllisyys

Yhteisöllisyys verkkoympäristössä on vahva ilmiö. Näyttää siltä, että digitaalisuuden, tv-alan vapautumisen, uusien kanavien ja lisäpalvelumahdollisuuksien myötä myös televisioon alkaa muodostua yhteisöllisyyttä. Tekstiviesti-chatit Suomessa ovat yksi esimerkki tästä. Tämä trendin tutkiminen voisi antaa DINAlle mielenkiintoisia mahdollisuuksia.

Yhteisöllisyyden ensisijaiseksi tavoitteeksi televisiossa ei mielestämme kannata ottaa uusien yhteisöjen luomista. Tähtäin tulisi asettaa olemassa olevien yhteisöjen kehittämiseen. Yhteisökanavien sovellusalueita voivat olla esimerkiksi raha (sijoittaminen, pörssivinkit), terveys, matkustaminen, harrastukset, menot ja vinkit. Järjestöt voivat toimia yhteistyössä tietyn teemakanavan kanssa. Esimerkiksi Terveyskanavan aikomuksena oli yhteistyö terveysalan järjestöjen kanssa.

5

DINAn tavoitetilan määrittelyä

- 5.1 DINAn mahdollisia kehityspolkuja
 - 5.1.1 Oppilaitosten ja pk-yritysten välinen testialusta
 - 5.1.2 Helsingin uusi yhteisöllinen tv-kanava
 - 5.1.3 Verkostoituminen Pasilan DSP-hankkeeseen
- 5.2 DINAn SWOT-analyysi
 - 5.2.1 Vahvuudet
 - 5.2.2 Heikkoudet
 - 5.2.3 Mahdollisuudet
 - 5.2.4 Uhkat

5.1 DINAn mahdollisia kehityspolkuja

Seuraavassa tavoitteenamme on löytää se tila, jossa DINA ihanteellisimmin voisi toimia. Mitkä ovat niitä sisältöalueita, johon DINAn kannattaisi keskittyä? Onko DINA ensisijassa testialusta vai kanava? Pyrkiikö DINA tyydyttämään ensisijassa yleisön vai sen toimijoiden tarpeita? Samoin pyrimme osoittamaan, millaisten jo olemassa olevien projektien ja tutkimushankkeiden kanssa DINAn olisi hyödyllistä olla yhteistyössä.

Esitämme kolme vaihtoehtoista kehityspolkua DINAlle. Valitsemme näistä mielestämme potentiaalisimman, ja se tavoitetila huomioon ottaen arvioimme, missä ovat hankkeen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhkat. Mahdollisuuksien mukaan pyrimme myös löytämään ratkaisuja mahdollisille uhille.

5.1.1 Oppilaitosten ja pk-yritysten välinen testialusta

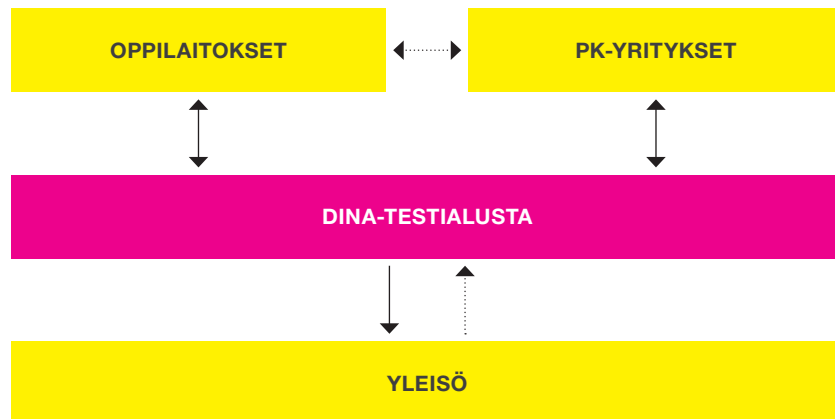
Ensimmäisessä vaihtoehdossa DINasta rakennetaan puhtaasti Arabianrannan oppilaitosten ja pk-yritysten, ts. tuotantoyhtiöiden, välinen testialusta. Tällöin tuotantoyhtiöt voisivat tulla testaamaan keskeneräisiä hankkeitaan DINAn tarjoamassa testiympäristössä, HTV:n digitaalisessa kaapeliverkossa tai Arabianrannan laajakaista-tv:ssä. Voidaan ajatella, että tuotantoyhtiöillä olisi testauksen jälkeen paremmat mahdollisuudet saada konseptjeaan myydyksi esimerkiksi suomalaisille *broadcastereille*.

Se, miten oppilaitokset yhteistyöstä hyötyvät, on hankalampi hahmottaa. Mahdollisesti oppilaitosten kurssveja voitaisiin rakentaa tuotantoyhtiöiden pilottien ympärille. Tämä vaatisi kuitenkin melkoista joustavuutta opintosuunnitelmiin. Tuotantoyhtiöiden odotetaan myös DINAn ESR-hakemuksessa tuovan rahaa DINAlle – toisin sanoen ne maksavat saadessaan käyttää DINAn tarjoamia jakeluväyliä.

Mielestämme tämä toimintamalli kaatuu rahoituksen puutteeseen. DINAA ei voi rakentaa julkisen rahoituksen varaan, ja tuotantoyhtiöiltä saadut tulot tuskin riittävät kattamaan esimerkiksi HTV:n perimää kanavavuokraa. Testiyleisön rekrytointi ja palautteen kerääminen siltä ovat myös työläisiä vaiheita ja oppilaitosten ja pk-yritysten epäsäännöllisen yhteistyön voimin tällaisten toimintojen pyörittäminen tuntuu melko hankalalta.

Tämä toimintamalli rakentuu ajatukselle, että pienet ja keskisuuret tuotantoyhtiöt voivat normaalituotantojensa lisäksi käyttää resurssejaan

testaukseen. Mielestämme tällainen lähtökohta ei ole realistinen. Uskomme, että suurimman osan tuotantoyhtiöistä täytyy keskittyä ainoastaan liiketoimintansa pyörittämiseen. Lisäksi on nähtävissä, että Suomen markkinoille tehtävistä tuotannoista iso osa karkaa nykyään alhaisempien tuotantokustannusten maihin, joten kilpailu on kiristynyt entisestään.



Hahmotelma: oppilaitosten ja pk-yritysten välinen testialusta.

5.1.2 Helsingin uusi yhteisöllinen tv-kanava

Toisessa vaihtoehdossa DINAan tulee oppilaitosten ja pk-yritysten lisäksi mukaan erilaisia yhteisöjä ja järjestöjä: kaupunki, asukasyhdistyksiä, erilaisia vähemmistöryhmiä jne.

Kuntataho voisi käyttää DINAa yhtenä tiedotusväylänään, Tampereen mallin mukaan. Maailmalla olevien yhteisötelevisioiden mukaisesti DINAsta voidaan yrittää rakentaa ruohonjuuritason demokratiaan kannustava kanava. Kunnallinen päätöksenteko tuotaisiin lähelle ihmisiä, tv-ruutuun, josta voisi seurata esimerkiksi kaupunginvaltuuston kokouksia ja Helsingin erilaisia tapahtumia. Kanavan kautta ihmiset saisivat tietoa kaupungin tarjonnasta. Tässä mielessä DINA toimisi hieman paikallislehtien tapaan.

Kanavan ohjelmistossa voisi olla omat ohjelmapaikat pääkaupunkiseudun suurille kieliryhmille, seniorikansalaisille ja muille vähemmistöille.

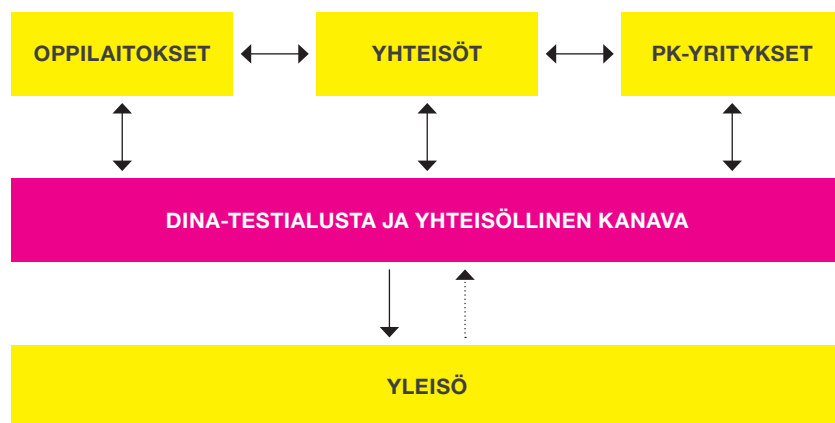
Tv-lähetysä voisivat ainakin osittain tuottaa oppilaitokset, esimerkiksi Arcadan monikameraopetuksen puitteissa. Osan ohjelmistosta tuottaisivat ohjelma-aikaa ostavat järjestöt itse. Mukaan voisi myös mahduttaa

ohjelmatyyppejä, joissa yksityiset helsinkiläiset saisivat videoita esille: esimerkiksi loma-, skeitti- tai musiikkivideoita. Näiden ympärille voitaisiin rakentaa Arabianrannan koulujen tuottamia ohjelmia, Borgå TV:n tapaan.

Uusia vuorovaikuttavia sovelluksia – vaikkapa miten asukkaat voivat osallistua päätöksentekoon kotoaan käsin – voitaisiin myös kehittää koulujen opetusohjelmien puitteissa. Verkkoympäristössä organisaatioiden interaktiiviset palvelut ovat olleet lähinnä käyttäjän ja toimituksen tai käyttäjän ja koneen välistä vuorovaikutusta. Käyttäjien keskinäistä vuorovaikutusta on tarjolla vähemmän. Syy lienee taloudellinen: keskustelu- ja chat-palvelut vaativat valvontaa, ja moderointi on kallista.

Ongelmaksi muodostuu tässäkin mallissa raha – mistä tulisi kanavan rahoitus? Kokemukset ulkomailta osoittavat, että yhteisö-tv:stä ei ole saatu kaupallisesti kannattavaa, vaan toiminta perustuu julkiseen rahoitukseen. Ei kannata ajatella, että toiminta saataisiin rahoitettua helsinkiläisten yritysten mainoksilla – kaupallisessa tv:ssä kehitys näyttää menevän maksu-tv:n suuntaan.

Toinen ongelma mallissa on se, että kanavan profiili saattaa muodostua oppilaitosten ja pk-yritysten kannalta epäkiinnostavaksi. Toiminta vaatisi myös toimituksellista ylläpitoa – kuka vastaisi eri tahojen toimittamien materiaalien sisällöistä? Koulujen kannalta resurssien käyttäminen päätoimittaja-vastuuseen ei ole järkevää.



Hahmotelma: Helsingin uusi yhteisöllinen tv-kanava.

5.1.3 Verkostoituminen Pasilan DSP-hankkeeseen

Viimeisessä vaihtoehdossa DINA ja sen tarjoamat resurssit tekevät yhteistyötä Pasilan Digitaalisten sisältöjen ja palveluiden klusterihankkeen, DSP:n, kanssa. Tässä vaihtoehdossa akateeminen maailma menee siis mukaan liikemaailmaan. Malli tarkoittaa, että DINA ei enää tarkoita kanavaa tai testialustaa, vaan ensisijassa Arabianrannan oppilaitosten muodostamaa av-alan opetus- ja tutkimuskeskittymää. Testialusta on vain yksi osa kokonaisuudesta.

DSP:n ideologinen tausta löytyy Harvard Business Schoolin apulaisprofessorin, Henry W. Chesbroughin kirjasta *Open Innovation: The New Imperative for creating and Profiting from Technology*. (Malmivirta, puhelinhaastattelu 23.3.2005) Vuonna 2003 julkaistussa kirjassa Chesbrough esittelee uudenlaisen mallin, jolla yritykset voivat tuottaa ideoita ja tuotteistaa niitä nopeasti markkinoille.

Kun aiemmin yritysten sisäinen tutkimus- ja kehitysosasto (R&D, Research & Development) oli tärkeä strateginen voimavara, on tällä hetkellä on nähtävissä useita esimerkkejä, joissa yritykset ovat saaneet innovaatioitaan markkinoille erilaisen prosessin kautta, ilman omaa tutkimusyksikköä. Chesbrough nimeää tämän uuden prosessin "avoimeksi innovaatiomalliksi". (Chesbrough 2003, s. 35–41)

Chesbroughin mielestä yritysten tapa tuoda markkinoille uusia ideoita on muuttunut perustavalla tavalla. "Suljetussa innovaatiomallissa" oli kyse kontrollista: yritysten täytyi luoda ideoita, joita he sitten itse edelleen kehittivät, valmistivat, markkinoivat ja jakelivat. Menestyvä yritys palkkasi parhaimmat tutkijat ja suurten panostusten ansiosta se sai ensimmäisen parhaat ideat markkinoille. Tuotoilla yritys suojeli aggressiivisesti tekijänoikeuksiaan ja esti kilpailijoita hyödyntämästä ideoitaan.

Lähestyttäessä 2000-lukua tilanne alkoi muuttua. "Tietoasiantuntijoiden" eli omaa ajatteluaan myyvien työntekijöiden määrä ja liikkuvuus kasvoivat dramaattisesti, ja yritysten oli entistä vaikeampi kontrolloida heidän ideoitaan ja asiantuntemustaan. Toisaalta kasvoi myös yksityisten riskipääomasijoittajien määrä, joiden avulla pystyttiin rahoittamaan uusia yrityksiä.

Chesbroughin mukaan avoimen innovaatiomallin periaatteiden mukaan yritykset hyväksyvät ajatuksen, että asiantuntemusta ja tietoa tulee etsiä myös oman toiminnan ulkopuolelta. Ulkopuolinen R&D voi luoda merkittävää tuloa, ja hyötyäkseen tutkimuksesta yrityksen ei tarvitse olla luomassa sitä. Toisin sanoen, ideat voivat olla lähtöisin yrityksen ulkopuolelta, mutta ne voidaan tuoda sisään kaupallistamista varten. Yritysten ja ympäristön välinen suhde on siis huokoisempi ja tämä

mahdollistaa innovaatioiden kulun näiden kahden tahon välillä. Tärkeää ei ole enää olla markkinoilla ensimmäisenä, vaan tärkeää on luoda toimivia liiketoimintamalleja. Ideoiden suojeleminen ei ole kannattavaa. Päinvastoin, tekijänoikeuksien lisensoinneilla ja yhteishankkeilla voidaan saada tuloja, kun kilpailijat käyttävät kehitettyä ideaa. Samoin yrityksen tulee ostaa muiden tekijänoikeuksia aina, kun se edistää omaa liiketoimintaa.

Tätä taustaa vasten on mielestämme loogista lähteä kehittämään ajatusta DINAn ja DSP:n yhteistyöstä. Oletuksemme on, että irrallaan muusta maailmasta DINAn testialustasta on vaikea tehdä opiskelijoiden kannalta riittävän kiinnostavaa. Kokemus on osoittanut, että taitavimmat oppinäytetyöt yritetään ensisijassa saada esitykseen isoille kanaville. Verkkoympäristössä on taas jo nykyisellään mahdollista julkaista materiaalia paljon Arabianrannan laajakaistaympäristöä laajemmalle yleisölle.

Testialustaan tarvitaan rahaa, toisin sanoen kosketus yritysmaailmaan, ja Pasilan DSP:llä on tarjota tämä. DINAn tarjoama yhteys akateemiseen maailmaan, tutkimustoiminta ja uudet ajatukset ovat asia, jotka DSP:nkin kannalta ovat kiinnostavia. Lisäksi DINAlla on rakennettu valmiiksi testialusta: Arabianrannan laajakaistaverkko ja HTV:n digitaalinen kaapeliverkko.

DSP-hanketta vetävän konsulttitoimisto Eera Finlandin toimitusjohtaja Martti Malmivirta totesi maaliskuussa 2005, että yhteistyö akateemisen maailman kanssa kiinnostaa DSP:tä. Malmivirran mukaan DSP:n ja Taideteollisen korkeakoulun välillä oli jo käyty keskusteluja yhteistyön järjestämisestä, mutta nämä keskustelut olivat toistaiseksi kahdenkeskisiä. Malmivirran mukaan DSP olisi myös kiinnostunut DINAn tarjoamista jakelualustoista, laajakaista-tv:stä ja HTV:n kaapeliverkosta. DSP:n tavoite on saada nopeasti testattavaksi kuluttajapilotteja, ja jos DINAlla on tarjota valmiita testausalustoja, ei DSP:n kannata panostaa uusien sellaisten luomiseen. *(Malmivirta, puhelinhaastattelu 23.3.2005)*

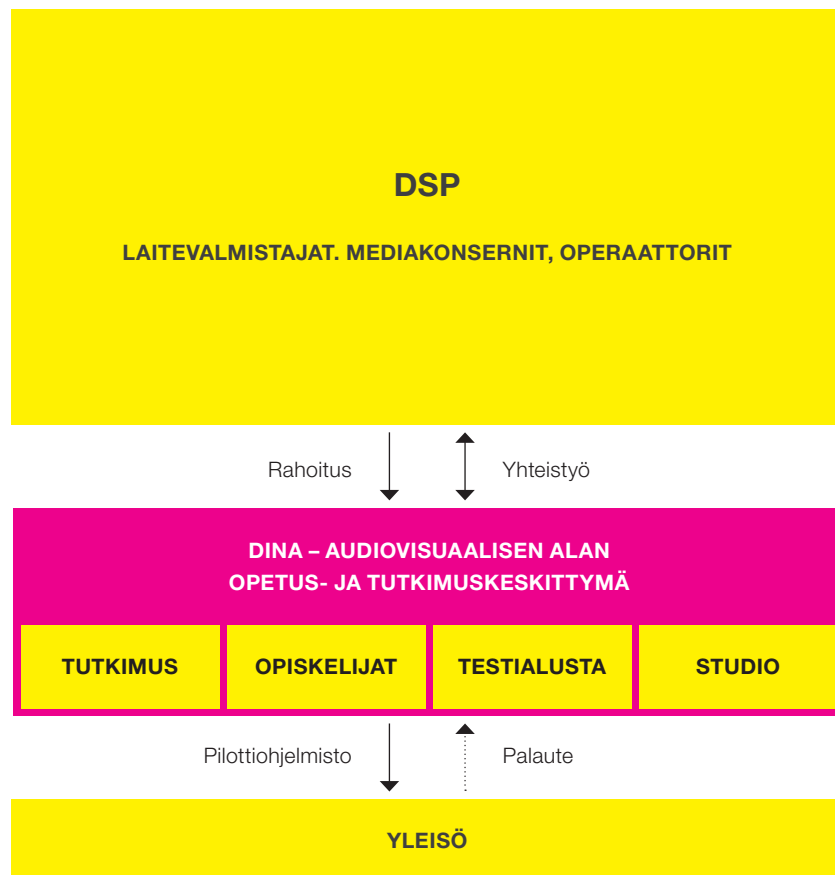
DSP:ssä on mukana toimijoita, joilla on käytössä omiakin jakelukanavia. Kun hankkeessa kuitenkin halutaan päästä testaamaan nopeasti liiketoimintakonsepteja, eivät MTV3:n tai Yleisradion digitaaliset tv-kanavat ole testaamiseen sopivia areenoita. Vaikka kanavilla olisi tyhjää ohjelma-aikaa, eivät kanavien profiilit välttämättä sovi testauskäyttöön. Siksi testialustaksi suunniteltu DINA eri alustoineen on parempi vaihtoehto.

DSP:ssä tavoitteena on kasvattaa pienten ja suurten yritysten yhteistyötä. Suurten organisaatioiden kiinnostus pieniä kohtaan lähtee siitä, että ne eivät useinkaan itse kehitä täysin uudentyyppisiä konsepteja ja toimintamalleja. Isojen yritysten organisaatiomalli moniportaisine hyväksyttävissä vaiheineen tekee ideoiden kehittämisen hyvin hankalaksi. Isot ostavat siksi ideoita pieniltä. Pk-yritysten kannalta taas DSP:n kaltainen paikka, jossa on mahdollista päästä samaan neuvottelupöytään Nokian

tai Yleisradion kaltaisten toimijoiden kanssa, on houkuttelevaa. Samalla tavalla tilanne olisi houkutteleva myös oppilaitosten kannalta.

DSP:n ja DINAn välinen yhteistyö voisi myös vastata globalisaatioraportissa mainittuihin, sisältöalan yritysten pienuudesta juontuviin ongelmiin. Ilman vakaata rahoituspohjaa on hyvin vaikea luoda ympäristö, jossa kyetään toimimaan kertaluonteisia projekteja pitkäjänteisemmin. DSP:ssä mukana olevien suurten toimijoiden kautta on mahdollista panostaa testiympäristön infrastruktuuriin ja tuotekehitykseen systemaattisesti. (Räisänen, puhelinhaastattelu 15.3.2005)

Mielestämme siis moni asia – audiovisuaalisen median leviäminen uusiin jakelukanaviin, opiskelijoiden motivointi, sisältötuotannon kehittämistavoitteet, yritysmaailman ja akateemisen maailman yhdistäminen, Arabianrannan eri koulujen välisen yhteistyön kehittäminen – puoltaa sitä, että DINAn kannattaisi pyrkiä verkostoitumaan Pasilan DSP:n kanssa. Tällä toimintamallilla myös DINAn taloudellinen pohja näyttäisi olevan turvatuin. Lähdemme seuraavaksi viemään eteenpäin tätä kehityspolkua.



Hahmotelma: Yhteistyö DSP:n kanssa.

5.2 DINAn SWOT-analyysi

Mitkä ovat DINAn sisältäpäin lähtevät vahvuudet ja heikkoudet sekä ulkoa tulevat mahdollisuudet ja uhkat, kun tavoitetilaksi on asetettu DINAn ja DSP:n välinen yhteistyö? SWOT-analyysissä ryhmittelemme DINAn toimintaan vaikuttavat tekijät nelikenttään. Arvioimme, mitä tekijöitä DINA nykyisellään voi hyödyntää ja mitä sen tulisi parantaa. Yritämme myös tunnistaa toimintaa tulevaisuudessa edesauttavat ja vaarantavat tekijät. Lähtökohtana analyysille on se, että DINAn tulee olla kiinnostava kumppani DSP-hankkeen kannalta. Valitsemamme tavoiteteila ei siis tähtää ensisijassa yleisön tai testialustaa käyttävien yksittäisten pk-yritysten tarpeiden tyydyttämiseen.

<p>VAHVUUDET</p> <ul style="list-style-type: none">• Kolme audiovisuaalisen alan koulua• Täydellisesti varustettu studiotila: Lume• Kustannustehokas henkilökunta• Kaksi jakelualustaa• Tunnistettavissa oleva yleisö	<p>HEIKKOUEDET</p> <ul style="list-style-type: none">• Oppilaitosten välisen yhteistyön ja kommunikaation puute• Oppilaitosten intressit riitelevät keskenään• DINAn yhteisen tahtotilan epäselvyys• Lumen studiotilan käytön epäselvyydet• Oppilaitosten kankeus muuttaa toimintatapoja• Rahoituksen puute
<p>MAHDOLLISUUDET</p> <ul style="list-style-type: none">• Oppilaitokset pääsevät kosketuksiin yritysmaailman kanssa• Tämän ansiosta kiinnostavuus opiskelijoiden silmissä kasvaa• Yhteistyö voi parantaa opetuksen tasoa• Testialustan kiinnostavuus yleisön silmissä kasvaa• Yhteistyöllä rakentuu kansainvälisesti kiinnostava kokonaisuus	<p>UHKAT</p> <ul style="list-style-type: none">• DINA ei ole riittävän mielenkiintoinen DSP:n silmissä• DINA-verkosto hajoaa• Esille nousee kilpailevia tutkimuskeskittymiä• Riittämätön rahoitus• Yhteistyö jakelukanavien kanssa katkeaa

DINAn SWOT-analyysi.

5.2.1 Vahvuudet

- Kolme audiovisuaalisen alan koulua
- Täydellisesti varustettu studiotila: Lume
- Kustannustehokas henkilökunta
- Kaksi jakelualustaa
- Tunnistettavissa oleva yleisö

DINAN selkeä vahvuus on kolme audiovisuaalisen alan koulua – Taideteollinen korkeakoulu, Arcada ja Stadia – joilla jokaisella on oma erityisosaamisensa. Taideteollisen korkeakoulun Elokuva- ja lavastustaiteen osasto ELO on tärkein kotimaisen pitkän elokuvan tekijöiden kouluttaja. Taideteollisen korkeakoulun Medialaboratorio on erikoistunut uuden median opetukseen ja tutkimukseen. Osaston opetusaloja ovat uusmedian sisältötuotanto, tiedon design, vuorovaikutteinen kerronta, virtuaaliympäristöt sekä tulevaisuuden mediaratkaisut.

Stadiassa viestinnän koulutusohjelma jakautuu neljään eri suuntautumismuotoon: audiovisuaalinen mediatuotanto, kulttuurituottaminen, radio- ja televisioilmaisu ja verkkoviestintä. Arcadan mediaopetus jakautuu mediakulttuuriin ja mediateknologiaan. Opetuksessa tähdätään kouluttamaan ammattilaisia, jotka hallitsevat radion, television ja interaktiivisen median sisällöntuotannon sekä eri medioissa käytetyt teknologiat. Hyödyntämällä kaikkien näiden tahojen osaamista DSP saisi käyttöönsä erittäin laajan av-alan osaamisen keskittymän.

Lumen tarjoamaa studio- ja laitekapasiteettia pidetään alan ammattilaisten piireissä sekä ainutlaatuisena toimintakonseptina että maailman parhaana alan koulutuksen ja tutkimuksen ympäristönä. (Sotamaa, Saarela, Eskelinen, 2005) Opiskelijoita käyttämällä Lumen studiotilat voidaan miehittää hyvin edullisesti. Voidaan olettaa, että opiskelijat ovat motivoituneita työskentelemään yhteistyössä DSP:n toimijoiden kanssa, konkreettisten hankkeiden parissa.

DINAlla on heti tarjota kaksi erilaista jakelualustaa: HTV:n digitaalinen kaapeliverkko ja LAN & WANin laajakaistaverkko. Laajakaistaverkko tarjoaa kaapeliverkkoa joustavamman ja tehokkaan testialustan: runkoverkon osalta datan siirtonopeus on jopa 1 Gbps (Helsinki Virtual Village). HTV:n verkon kautta taas on mahdollista saavuttaa kerralla suuri yleisömäärä. Tällä hetkellä digitaalisen kaapelinverkon päässä on noin 40 000 kotitaloutta. Kun analogiset kanavat hallituksen antaman periaatepäätöksen mukaan suljetaan elokuussa 2007, on HTV:n jakelun piirissä noin 200 000 kotitaloutta.

HTV:n verkossa suurella osalla yleisöstä on ns. ohjelmakortti, jonka avulla voi katsoa maksullisia palveluita. Ohjelmakortin avulla DINAn testialustaan voidaan poimia pieniä osayleisöjä. Näin testikonsepteja

voidaan kohdistaa vain halutuille ryhmille. Laajakaistan osalta DINAlla on tiedossa LAN & WANin verkon Arabianrannan asiakasryhmä.

5.2.2 Heikkoudet

- Oppilaitosten välisen yhteistyön ja kommunikaation puute
- Oppilaitosten intressit riitelevät keskenään
- DINAn yhteisen tahtotilan epäselvyys
- LUMEn studiotilan käytön epäselvyydet
- Oppilaitosten kankeus muuttaa toimintatapoja
- Rahoituksen puute

Oppilaitosten välisen yhteistyön ja kommunikaation puute on tällä hetkellä DINAn suurin heikkous. Eri tahot ovat epätietoisia siitä, missä vaiheessa DINA-hanke on menossa ja mikä oma rooli hankkeessa on. Mitään yhtenäistä DINA-klusteria ei toistaiseksi ole olemassa.

Kommunikaation puute voi johtaa myös siihen, että toimijoiden näkemykselliset erot alkavat riidellä keskenään. Kun asioista ei päästä keskustelemaan saman pöydän ääreen, voi eri tahoilla syntyä erilaisia näkemyksiä siitä, mihin suuntaan DINAa pitää kehittää. Jokainen osapuoli keskittyy tässä vaiheessa omiin intresseihinsä ja siihen, miten DINA palvelisi parhaiten juuri niitä.

Yhteisen tahtotilan epäselvyys on myös seurausta kommunikaation puutteesta ja DINAn nykyisestä organisoinnista. Hankkeesta on puuttunut määrätietoinen projektinhallinta. Osapuolet eivät ole pystyneet linjaamaan sitä, mistä DINAssa on kyse.

Nykyistä yhteistyötä hiertävät LUMEn studiotilan vuokraukseen liittyvät periaatteelliset ja rahoitukselliset epäselvyydet. Niin kauan kuin Lumen ansaintalogiikka jää ELO:n ja Ardacan välisen kurssiyhteistyön jalkoihin, ei tahojen yhteistyö voi toimia parhaalla mahdollisella tavalla.

Oppilaitosten kankeus muuttaa omia toimintatapojaan – esimerkiksi sopeuttaa kurssitarjontansa esille nousevien projektien mukaan - on yksi DINAn heikkous. Kun tavoite on, että DINA palvelee myös oppilaitosten opetusohjelmia, täytyy opetussuunnitelmien olla joustavia ja pystyä reagoimaan nopeasti ulkoapäin tuleviin impulsseihin.

Rahoituksen puute on tällä hetkellä DINAn toiminnan hidaste. Toiminnan määrittelemättömyys johti siihen, että ArviD:lle osoitettua hakemusta ei saatu valmiiksi määräaikaan mennessä. Euroopan sosiaalirahasto ESR taas koki hankkeen hakemuksen perusteella tekniseksi, eikä sillä

perusteella myöntänyt projektirahaa. Tällä hetkellä DINAlla ei siis ole tulolähteitä.

5.2.3 Mahdollisuudet

- Oppilaitokset pääsevät kosketuksiin yritysmaailman kanssa
- Tämän ansiosta kiinnostavuus opiskelijoiden silmissä kasvaa
- Yhteistyö voi parantaa opetuksen tasoa
- Testialustan kiinnostavuus yleisön silmissä kasvaa
- Yhteistyöllä rakentuu kansainvälisesti kiinnostava kokonaisuus

DSP-yhteistyön kautta oppilaitokset pääsevät kosketuksiin yritysmaailman kanssa. Tämän voi nähdä myös kielteisessä valossa: kaupalliset paineet häiritsevät akateemisen maailman vapautta kokeilla ja toteuttaa uusia, omia ideoita. Uskomme kuitenkin, että kontaktit työelämän kanssa hyödyttävät opiskelijoita. Niiden kautta voi esimerkiksi syntyä kontaktiverkosto, jonka avulla opiskelijat voivat löytää tulevaisuudessa työtilaisuuksia. Toisaalta DSP:n toimijat tutustuvat toiminnan kautta mahdollisiin yhteistyökumppaneihin.

DSP-yhteistyön myötä oppilastöiden taso saattaisi nousta entisestään. Töistä ollaan todennäköisesti kiinnostuneempia myös oppilaitosten ulkopuolella, jos ne on tehty yhteistyössä esimerkiksi MTV3:n kaltaisen kumppanin kanssa. Yhteistyö media-alalla toimivien isojen ja pienten yritysten kanssa motivoi myös opiskelijoita ja tekee hankkeesta opiskelijoiden silmissä kiinnostavan. DSP:n tuoman lisäarvon avulla testialusta olisi helpompi markkinoida opiskelijoille.

DINAN ja DSP:n välinen yhteistyö voi parantaa opetuksen tasoa. Sitä kautta opiskelijat voivat saada esimerkiksi kiinnostavia lopputöiden aiheita. Yksittäisistä opetuskursseista tulee luultavasti erityisen mielekkäitä ja motivoivia, jos niiden aikana toteutetaan konkreettisia hankkeita.

DSP:n avulla DINA voi saavuttaa myös suurempia yleisöjä, ja tätä kautta se olisi myös parempi testialusta. Uskomme, että yleisö kiinnostuu kanavan ohjelmista enemmän, jos tekemisessä mukana on sekä tuttuja tv-toimijoita että tunnettuja yrityksiä uudessa kontekstissa.

Toimialojen rajat rikkovalla yhteistyöllä on mahdollista rakentaa hanke, joka on kansainvälisestikin ainutlaatuinen. Suomella on nykyisellään – lähinnä Nokian ansiosta – hyvä maine mobiiliteknologian edelläkävijänä. Kun tähän yhdistetään av-alan tutkimus, media-alan konsernit, laitevalmistajat sekä operaattorit, luodaan edellytykset huippuinnovaatioihin.

5.2.4 Uhkat

- DINA ei ole riittävän mielenkiintoinen DSP:n silmissä
- DINA-verkosto hajoaa
- Esille nousee kilpailevia tutkimuskeskittyviä
- Riittämätön rahoitus
- Yhteistyö jakelukanavien kanssa katkeaa

On mahdollista, että DSP ei näe DINAA riittävän mielenkiintoisena kumppanina. Syynä voi olla se, että DINALLA ei koeta olevan riittävästi annettavaa. On myös mahdollista, etteivät DINAN toimijat pysty yhdessä esittämään tarjontaansa niin, että DSP voisi siitä kiinnostua.

Uhkana voi nähdä myös sen, että DINA-verkosto hajoaa. Saattaa olla, että vain yksi sen toimijoista kiinnostaa jotain DSP:n toimijaa: esimerkiksi Nokia haluaa aloittaa yhteistyön vain Taideteollisen korkeakoulun kanssa.

Toimintaympäristön kartoituksessa esittelemiemme hankkeiden lisäksi Suomessa on useita koulutusyksiköitä, joiden tutkimuksen voidaan nähdä kattavan jossain määrin samoja alueita DINAN kanssa: esimerkiksi Tampereen yliopiston hypermedialaboratorio, Teknillisen korkeakoulun ja VTT:n OtaDigi-hanke sekä Lapin yliopiston taiteiden tiedekunta. On mahdollista, että joku näistä tahoista nousee kilpailemaan DINAN kanssa ja onnistuu sitä nopeammin tarjoamaan DSP:lle selkeän tutkimus- ja yhteistyömallin.

DINAN ja DSP:n välinen yhteistyömalli rakentuu pitkälti ajatukselle, että DSP:n isot toimijat tuovat rahaa myös DINAN ylläpitoon ja infrastruktuurin kehittämiseen. On mahdollista, että DSP:n rahoitus kanavoituu suurelta osin Pasilan alueelle. Rahoituksen puutteessa DINA saattaa menettää myös jakelusta vastaavia kumppaneitaan.

6

Ehdotus DINAn strategiaksi

- 6.1 Missio ja visio
 - 6.1.1 Miksi DINA on olemassa?
 - 6.1.2 Mitä DINA haluaa olla 5-10 vuoden päästä?
- 6.2 Toimenpidesuunnitelma
 - 6.2.1 DINAn vahva identiteetti
 - 6.2.2 Yhteistyö DSP:n kanssa
 - 6.2.3 Luova koulutus- ja tutkimusympäristö
 - 6.2.4 Toimiva testialusta

6.1 Missio ja visio

Tehdyn taustakartoituksen ja SWOT-analyysin perusteella määrittelimme seuraavaksi DINAn mission ja tavoittilan pitkällä aikavälillä. Missiolla tarkoitamme tässä DINAn olemassaolon oikeutusta. Se määrittelee, miksi DINA menestyy ja miksi siihen kannattaa investoida. Visiolla tarkoitamme taas näkemystä siitä tulevaisuudenkuvasta, jonka DINA haluaa toteutuvan pitkällä aikavälillä.

6.1.1 Miksi DINA on olemassa?

DINA yhdistää Arabianrannan av-alan koulujen parhaat resurssit yhdeksi toimivaksi kokonaisuudeksi ja tuo sen yritysmaailman käyttöön DSP:n kanssa tehtävän yhteistyön avulla. Lisäksi DINA tarjoaa joustavan testialustan DINA-DSP:ssä luoduille innovaatioille.

6.1.2 Mitä DINA haluaa olla 5-10 vuoden päästä?

Onko DINA tulevaisuudessa ensisijassa kanava, jonka kautta ihmiset saavat ensimmäisenä tiedon uusista sisältökonsepteista? Tällaisen ”uusinta uutta” -kanavan mahdollistaisi yritysten ja akateemisen maailman yhdistyminen. Vai onko DINA tulevaisuudessa ensisijassa ”suppilo”, joka yhdistää ensin alan koulut keskenään ja sen jälkeen tämän yhteisön yritysmaailmaan?

Mielestämme DINAn visioksi tulee ehdottomasti määrittää se, että DINAn ja DSP:n yhteistyön kautta synnytetään korkeatasoisia ja erilaisia sisältökonsepteja niin säännöllisesti, että testialustan ohjelmisto voi rakentua niiden varaan. Tällöin testialustasta tulee myös tietyn profiilin omaava kanava. Pitkällä aikavälillä DINA-DSP on kansainvälisesti tunnettu yritys- ja akateemisen maailman keskittymä, joka tuottaa markkinoille menestyksekkäitä monimediakonsepteja.

Koulujen kannalta DINA voi olla se varma kanava, jota pitkin oppilaiden omia töitä voidaan välittää oikealle yleisölle. DINA olisi siis myös ”jatkuva oppilastöiden näyttely”. Oppilastyöt voisivat tuolloin olla täysin opetuksen puitteissa tehtyjä tai DSP-yhteistyön kautta syntyneitä. Tällöin tulee vain huolehtia siitä, että ohjelmiston laatusäilyy yhdenmukaisena. Profiloinnissa erilaisuus ja pienuus tulisi kääntää myönteiseksi asiaksi.

6.2 Toimenpidesuunnitelma

Seuraavaksi laadimme DINAlle käytännön toimenpidesuunnitelman. Etenemme tavoite kerrallaan: minkä hyväksi työskennellään? Mikä on se tulos tai olotila, johon pyritään? Tavoitteen määrittelyn jälkeen esitämme toimenpiteet: konkreettiset tehtävät ja toimenpiteet, joilla tavoitteisiin pyritään. Kaikki toimenpide-ehdotukset perustuvat valittuun kehityspolkuun, toisin sanoen DINAn ja DSP:n yhteistoiminnan aikaansaamiseen. Keskitymme strategioiden toteutumisen kannalta tärkeimpiin toimenpiteisiin.

Viimeiseksi toimenpidesuunnitelmassa tulisi määritellä mittaristo ja vastuhenkilöt, joiden avulla tarkistetaan, ollaanko asetetuissa tavoitteissa pysytty. Tässä työssä emme ota nimeämisiin kantaa, mutta lopullisessa toimenpidesuunnitelmassa asiat on luonnollisestikin määriteltävä.

6.2.1 DINAn vahva identiteetti

DSP-yhteistyön kannalta DINAn on oleellista rakentaa vahva identiteetti. Sen on voitava ilmaista itsensä selkeästi: ”av-alan akateeminen maailma yhdestä ovesta”. DINAn sisältö on rakennettava houkuttelevaksi.

Jotta tavoite saavutettaisiin, on ensin määritettävä DINAn sisäinen toiminta: sen organisaatio ja toimintatapa. DINAn ydinryhmän tulisi koostua oppilaitosten edustajista. Näiden edustajien tulee olla mukana opetustoiminnassa, hallinnolliset henkilöt eivät pysty sitomaan toimintaa opetukseen. DINAn ydinryhmää johtaa ryhmän nimeämä henkilö, joka voi olla ulkopuolinen tai joku DINAn oppilaitosten edustaja. Vetovastuussa olevan henkilön toimenkuva on täyspäiväinen. DINA ei voi toimia, jos sitä hoitaa monta ihmistä oman toimensa ohella. DINAn vetäjä on vastuussa siitä, että oppilaitosten DINA-yhteyshenkilöt kokoontuvat säännöllisesti ja neuvottelevat yhteisistä päämääristä ja käytännön toimenpiteistä.

Kun DINA on saanut rakennettua sisäisen toimintatapansa ja määritellyt eri osapuolten roolit ja vastuut, sen on mahdollista hyödyntää nykyisiä vahvuuksiaan ja karsia heikkouksiaan.

Fokusoitumisen tulisi myös näkyä siinä tavassa, millä DINA esittäytyy ja miten se kertoo itsestään. Keskustelu television digitalisoitumisen ympärillä on toistaiseksi ollut hyvin teknis-taloudelliseen ajatteluun keskittynyttä. Vähitellen tämä keskustelu pitäisi ulottaa sisältöihin: televisio on ennen kaikkea sisällön välityksen väline. Kun DSP:ssä on mukana

paljon myös teknologiaosaamista, tulee DINAn keskittyä viestimään nimenomaan sisältöosaamisestaan. Käytännössä tämän pitää näkyä viestinnässä käytetyssä kielessä – uuden teknologian kirjainlyhenteet eivät kuulu DINAn viestintämateriaaliin. Lähtökohtana DINAn viestinnässä on ihmislähtöisyys: DINA ei keskity siihen, mitä teknologia mahdollistaa, vaan siihen, mitä ihmiset nyt ja tulevaisuudessa kaipaavat.

6.2.2 Yhteistyö DSP:n kanssa

Kun DINA on saanut oman toimintansa ja tahtotilansa selkiytettyä, sen tulee määrätietoisesti rakentaa toimiva linkki Arabianrannan keskittymästä Pasilan keskittymään. DINAn ja DSP:n välinen yhteistyö pitää saada toimivaksi käytännöksi.

Käytännössä DINAn on ensin osattava myydä osaamisensa DSP:lle. Tässäkin DINAn sisällön rakentaminen on ensisijaista, ilme ja brandi tulevat vasta sen jälkeen. Yleisöön päin ilme on tietysti tärkeä, mutta DSP-yhteistyön aikaansaamisessa ilmeen ja brandin rakentaminen on vasta viimeinen vaihe.

DINAn on myös pyrittävä olemaan aktiivinen partneri DSP:ssä: tämä tarkoittaa, että DINAn tulee omien intressiensä pohjalta tehdä ehdotuksia uusista hankkeista ja yrittää päästä mukaan toteuttamaan niitä hankkeita, jotka palvelevat oppilaitosten opintosuunnitelmia. Aktiivisella osallistumisella ja oman osaamisensa markkinoinnilla DINA myös tekee itsensä hyödylliseksi partneriksi, jonka toimintaan kannattaa panostaa taloudellisesti.

DINAn vetäjä on edustaja DSP:hen päin ja vastaa siitä, että tieto kulkee molempiin suuntiin. Projektikohtaisesti mukana DSP-tapaamisissa on myös tarvittavaa erityisosaamista omaavia DINAn ydinryhmän jäseniä.

6.2.3 Luova koulutus- ja tutkimusympäristö

Oppilaitosten tulee rakentaa kurssitoimintansa koordinoitusti paitsi keskenään myös suhteessa DSP:hen. Opetussuunnitelmien tulee olla niin joustavia, että kurssien sisältöjä voidaan suunnitella DSP:ssä kehittyvien hankkeiden mukaan.

Käytännössä tämä on mahdollista vain, jos DINAn ydinryhmässä on

mukana opetuksesta vastaavia henkilöitä, jotka ovat sitoutuneita myös DINA-DSP-yhteistyöhön. Jos nämä henkilöt ovat motivoituneita projekteista, he todennäköisesti pystyvät myös innostamaan opiskelijoita. Näin hankkeisiin saataisiin mukaan asialle omistautunutta ja DSP:n kannalta edullista työvoimaa.

Tutkimustoiminnan osalta näemme, että Taideteollisen korkeakoulun Medialaboratorion tulee olla aktiivinen ja aloittaa DINAn puitteisiin sopivia hankkeita. Tutkimushankkeiden valinnassa Medialaboratorion tulisi aistia, millaisia virtauksia ja mielenkiinnon kohteita DSP:n toimijoiden keskuudessa on noussut esiin. Täysin irrallaan todellisuudesta olevat tutkimushankkeet eivät DSP-yhteistyön kannalta ole luultavasti hedelmällisiä.

DINA-DSP:n tulisi panostaa myös luovien ajattelumallien kehittämiseen. Tätä kautta voidaan synnyttää markkinoille Henry W. Chesbrough'n mainitsemia "tietoasiantuntijoita". DINAn ympärille voitaisiin rakentaa koulutusohjelma tai opintokokonaisuus, jossa keskitytään av-alan luovien toimintaprosessien kehittämiseen.

6.2.4 Toimiva testialusta

Jotta DINA voisi toimia testialusta, sen mielestämme tulee ainakin pitkällä aikavälillä olla myös säännöllisesti toimiva kanava. Silloin tällöin kokeellista ohjelmaa lähettävälle testialustalle on vaikea löytää yleisöä. Toinen vaihtoehto on, että DINAn jakelualustat toimivat puhtaasti testialustana, ja jokaista projektia varten rekrytoidaan yleisö erikseen. Aivan toiminnan alkuvaiheessa tämä malli on mielestämme hyvä.

Säännöllisesti toimivan kanavan myötä saavutetaan useita etuja. Oppilaitokset saavat käyttöönsä kanavan, jossa on mahdollista näyttää oppilastöitä – ts. syntyy Arabianrannan oppilaitosten "jatkuva näyttely". Oma kanava antaa myös mahdollisuuden markkinoida testialustaa. Varsinaisten ohjelmapaikkojen välissä DINA-kanavalla olisi tekstimuotoista informaatiota, jossa kerrotaan kanavasta, sen tulevista ohjelmakoikeiluista sekä mahdollisuudesta tulla testiyleisöksi. Digitan Minilisenssillä ohjelma-aikaa Estradi-kanavalle ostaneet toimijat kritisivat kanavaa juuri siitä, että satunnaisesti lähetettävien ohjelmien välillä kanava oli musta. Näin katsojien oli hyvin vaikea löytää ohjelmia.

Nykyisellään Arabianrannan koulut pystyvät tuottamaan uutta ohjelmaa kanavalle muutaman tunnin viikossa. Tällä ohjelmamäärällä ei kanavalle muodostu huomionarvoista profiilia. Opinnäytetöiden lisäksi ohjelmasisältö voisi olla uudenlaisia pelejä tai interaktiivisia kokeiluja. Kanavan

sisältö ei kuitenkaan saa olla liian "kokeilevaa": profiili on säilyttävä sellaisena, että DSP:n isot toimijat haluavat esiintyä kanavalla omalla nimellään.

Testialustan toimivuuden kannalta on oleellista luoda tavat, joilla testiyleisö sitoutetaan testaukseen. Yhtä oleellista on kehittää tavat palautteen keräämiseen yleisöltä. Toistaiseksi markkinoilla ei ole MHP-laitteita, jotka toimivat digitaalisessa kaapeliverkossa. DINA-DSP:n tulisi kartoittaa mahdollisuudet tilata pieni erä testilaitteita. Yleisölle laitteet annettaisiin joko ilmaiseksi tai pientä korvausta vastaan – laitteen saanut henkilö sitoutuisi joka tapauksessa toimimaan testiyleisönä ja antamaan palautetta toimijoille.

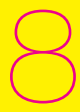
7

Loppusanat

Kun aloitimme lopputyötämme, oli tavoitteenamme luoda Arabianrantaan perustettavalle alueelliselle tv-kanavalle, DINAlle, ohjelmistoprofiili ja visuaalinen ilme. Taustaselvitystä tehdessämme kävi ilmi, että DINasta ei välttämättä haluttu tehdä säännöllisesti toimivaa tv-kanavaa. Useimmat toimijat mainitsivat ensisijaiseksi tavoitteeksi jonkinlaisen testiympäristön luomisen. Koska halusimme, että tutkimuksemme todella hyödyttää DINAn osapuolia, asetimme lopputyön fokuksen tv-kanavasta testiympäristön luomiseen.

Tässä vaiheessa jätimme lopputyön agendasta pois visuaalisen ilmeen. Tämä ei ollut meille helppo ratkaisu, koska tv-kanavan visuaalisuus oli ensimmäinen kimmoke yhteisen lopputyömme tekemiseen. Toisaalta työn edetessä ratkaisu tuntui oikealta, sillä ennen kuin visuaalista ilmettä voi perustellusti suunnitella, täytyy toiminnalla olla selkeät raamit. Visuaalisen ilmeen ja siihen liittyvien markkinointitoimenpiteiden suunnittelun lisääminen tähän lopputyöhön olisi laajentanut työtämme liikaa. Toisaalta halusimme, että DINAn toimijat voivat halutessaan tilata tällaisen suunnittelutyön asiaan perehtyneiltä.

Mahdollisia kehityspolkuja kartoittaessamme tulimme johtopäätökseen, että DINAn pitkän tähtäimen toiminta on turvattu vain yhteistyössä vahvojen taloudellisten toimijoiden kanssa. Toisaalta tuntuu järkevältä, että Suomen ja varsinkaan Helsingin kokoisella alueella saman alan toimijat eivät perusta toisistaan riippumattomia, itsenäisiä keskittyviä, vaan toimivat yhteistyössä. Päädyimme myös siihen, että DINAn todellinen olemus ei ole sen tekemät jakelusopimukset ja niiden kautta syntyvä testialusta, vaan Arabianrannan oppilaitosten muodostama av-alan opetus- ja tutkimuskeskittymä.



Sanasto

Sanasto

ADC Oy

Art and Design City Helsinki Oy on Helsingin Arabiarannan kehittämiseen perustettu kehitysyhtiö.

ArviD

Liikenne- ja viestintäministeriön klusteriohjelma, jonka tehtävänä on edistää digi-tv-kanavan käyttöä. Nimi juontaa YLE:n pitkäaikaisen uutisankkurin Arvi Lindin nimestä.

Broadcast

Radion ja television lähetystoiminta, yhdeltä monelle.

Diges ry

Digitaalisen sisältötuotannon kehittämiskeskus keskittyy digitaalisten sisältötuotteiden ja palvelukonseptien tuotekehitys- ja tutkimustoimintaan.

Digita Oy

Digita Oy (ent. YLE:n jakelutekniikka) vastaa maamme digi-tv-lähetysverkoista.

Dimes ry

Digital media services innovations -yhdistyksen tarkoituksena on edistää suomalaisen teknologiaosaamisen jalostamista palveluiksi ja liiketoiminnaksi.

DINA

Digital Inventive Narrative Appliances. Myös Digital Inventive Content for Audiences. Helsingin Arabiarannan digi-tv-hanke.

DVB-C

Digital Video Broadcasting – Cable. Digitaalisen ohjelmasignaalin kaapeliverkkovastaanotto.

DVB-H

Digital Video Broadcasting – Handheld. Digitaalisen ohjelmasignaalin liikkuvaan vastaanottoon optimoitu standardi.

DVB-S

Digital Video Broadcasting – Satellite. Digitaalisen ohjelmasignaalin satelliittivastaanotto.

DVB-T

Digital Video Broadcasting – Terrestrial. Digitaalisen ohjelmasygnaalien antennivastaanotto.

EPG

Electronic Programme Guide. Sähköinen ohjelmaopas. Digisovittimissa ja -televideoissa toimiva sovellus, joka kertoo mm. saatavasta ohjelmatarjonnasta ja ohjelmien alkamisajoista.

ESR

Euroopan Sosiaalirahasto. ESR:n tavoite on edistää työmarkkinoiden toimivuutta ja kehittää aktiivista koulutus- ja työvoimapolitiikkaa. Suomessa Euroopan sosiaalirahaston varoilla rahoitetaan uusien toimintamallien kehittämistä työllisyyden turvaamiseksi. Työministeriö on Euroopan sosiaalirahaston vastuuviranomainen.

FTV

Finlaysonin alue-tv Tampereen Finlaysonin alueella.

HDTV

High Definition Television. Teräväpiirtotelevisio.

IPTV

Internet Protocol Television. Internet-televisio. Microsoft Corporationin kehittämä, laajakaistaverkkoon perustuva tv-tekniikka, joka mahdollistaa mm. on-demand palvelut.

ITV

Interactive Television. Interaktiivinen televisio. Erialaisten lisäarvopalveluiden käyttö ja ohjelmien katselu itse valittuna aikana tulee mahdolliseksi interaktiivisen television kautta. Paluukanavalla varustettu ITV mahdollistaa osallistumisen interaktiivisiin tv-ohjelmiin kaukosäätimen avulla.

LAN

Local Area Network. Lähiverkko. Vrt. LAN & WAN Communication Oy.

LAN & WAN Communication Oy. Suomalainen tiedonsiirron, verkkoratkaisujen ja tietoturvan palvelutalo. Vastaa DINAn laajakaistajakelusta Arabianrannassa.

MHP

Multimedia Home Platform. DVB-projektin kehittämä avoin Java-pohjainen ohjelmointialusta, jolla voidaan rakentaa digi-tv:n lisäarvopalveluita.

Minilisenssi

Digita Oy:n tarjoama väliaikainen digi-tv -toimilupa.

MPEG

Moving Pictures Expert Group. MPEG-konsortiumin tehtävänä on kehittää ja standardoida uusia videon pakkaustapoja.

Narrowcast

Broadcast-toiminnan vaihtoehto, kuvaa yleiskanavia supeempia teemakanavia sekä yhteisöllisiä vastatelevisioita ja videokonferenssin tyyppisiä keskinäisviestinnän muotoja.

OtaDigi

Koehanke, jonka pääasiallisena tarkoituksena digitaalitelevisioalan tutkimustyö ja opetuksen kehittäminen. Alkuvaiheen osallistajat ovat Valtion teknillinen tutkimuskeskus VTT, Teknillinen korkeakoulu TKK ja Teknillisen Korkeakoulun Ylioppilaskunta. Ensimmäiset kokeelliset lähetykset Espoon Otaniemessä ja sen lähiympäristössä alkoivat vuoden 2002 lopulla.

PPV

Pay Per View. Ohjelmakohtainen tilauspalvelu: asiakas maksaa esimerkiksi yksittäisen elokuvan tai urheilutapahtuman katsomisesta.

PVR

Personal Video Recorder. Digisovitin, jossa on kiintolevy ohjelmien tallentamista varten.

SATU ry

Suomen Audiovisuaalisen Alan Tuottajat ry.

SILE

Sisältöliiketoiminnan kehittäminen -projekti (SILE) on kauppa- ja teollisuusministeriön hanke, jota Uudenmaan TE-keskus toteuttaa. Projektin tavoitteena on sisältöliiketoiminta-alan kehittäminen kohti nykyistä kansainvälisempää, kilpailukykyisempää ja pitkäjänteisempää yritystoimintaa. SILE-projektin toimenpiteiden tarkoituksena on tukea alan yritysten liiketoimintaosaamisen ja tuotekehityksen kehittämistä.

Sitra

Suomen itsenäisyyden juhlarahasto. Itsenäinen julkisoikeudellinen rahasto, jota eduskunta valvoo. Toiminnallaan Sitra pyrkii edistämään Suomen taloudellista hyvinvointia. Keinoja ovat tutkimus ja koulutus, innovatiiviset kokeilut, uuden liiketoiminnan kehittäminen sekä pääomasijoittaminen. Sitran toiminta rahoitetaan peruspääoman ja yritysrahoituksen tuotoilla.

Tekes

Teknologian kehittämiskeskus. Rahoittaa ja aktivoi yritysten ja tutkimusyksikköjen tutkimus- ja kehitysprojekteja.

TE-keskus

Työvoima- ja elinkeinokeskus. 15 TE-keskusta tarjoavat keskitetysti neuvonta- ja kehittämispalveluita, jotka liittyvät työvoima- ja elinkeinokysymyksiin. Tehtävänä on mm. tukea ja neuvoa pk-yrityksiä niiden elinkaaren eri vaiheissa, edistää yritysten teknologista kehittymistä, auttaa yrityksiä vientiin ja kansainvälistymiseen liittyvissä asioissa sekä suunnitella ja organisoida työvoimapolitiittista aikuiskoulutusta.

TTV

Tampereen Tietoverkko Oy. Kaapelitelevisioyhtiö, jonka hallussa oleva verkko on Suomen toiseksi suurin yhtenäinen kaapelitelevisioverkko.

Verkkokirkko

Kirkollisia lähetyksiä www-selainpohjaisesti Helsingin Oulunkylän seurakunnan Maunulan kirkosta.

VOD

Video on Demand. Tilausvideojärjestelmä, jossa ohjelmia tilataan ja ladataan kotilaitteeseen, televisioon tai tietokoneelle, yleensä maksua vastaan.

VTT

Valtion teknillinen tutkimuskeskus. Puolueeton asiantuntijaorganisaatio, joka tuottaa tutkimus-, kehitys-, testaus- ja tietopalveluita yrityksille ja julkiselle sektorille.

VTT media

Tietotekniikan tutkimusyksikön Media-tutkimusalue kehittää painettua ja sähköistä viestintää, näiden integroitumista tukevia teknologioita, ohjelmistoja ja palveluja viestintäteollisuuden ja sitä palvelevien yritysten tarpeisiin.

WAN

Wide Area Network. Etäverkko. Vrt. LAN & WAN Communication Oy.

9

Lähteet

Lähteet

Kirjalliset lähteet

Chesbrough, Henry W. *Open Innovation: The New Imperative for creating and Profiting from Technology*. Harvard Business School Press 2003.

Kamensky, Mika. *Strateginen johtaminen*. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä 2003.

Kangaspunta, Seppo. *Terveyskanavan tarina. Analyysi digi-tv:n ensimmäisestä vaiheesta*. Cityoffset Oy. Tampere 2003.

Artikkelit

Bird, Tim. "Tutkimus voi olla tällaistaikin!". *Nokia People*. Nokian sisäinen aikakauslehti. No 1. 21.2.2005. Vol. 76.

Chesbrough, Henry W.: "The Era of Open Innovation" *MIT Sloan Management Review*. Spring 2003. Vol. 44 No. 3. Reprint number 4435. Artikkelin sähköinen versio: <http://www.sloanreview.mit.edu/smr/issue/2003/spring/5/>

Kangaspunta, Seppo: Kansalainen vai kuluttaja? *Liiton Arkki* 7-8/2004. RTTL:n tiedotuslehti.

Lumijärvi, Matti. "Pasilaan viestintäalan osaamisen keskittymä". *Linkki*. YLEn henkilökunnan tiedotuslehti. 43/22.12.2004.

Sotamaa, Yrjö, Saarela, Pekka, Eskelinen, Elukka. "Audiovisuaaliseen mediaan kannattaa panostaa". *Helsingin Sanomat* C4 20.3.2005.

Uotinen, Pekka: "Nokian Vanjoki luottaa mobiili-tv:n läpimurtoon" *Kauppalehti* 9.3.2005.

DINAn rahoitushakemukset

DINA (2005). Projektihakemus. Euroopan sosiaalirahaston (ESR) osittain rahoittamat projektit. Tavoiteohjelmat 1, 2, 3 ja Equal-yhteisö-aloite. Vastuuhenkilö tutkimusjohtaja Lars Lundsten.

DINA (2005b). Pohjoismaiden ministerineuvoston Nordplus Neighbour 2005–2006 -hakemus. Verkostokoordinaattori Lars Lundsten.

Haastattelut

Eskelinen, Jarmo "Elukka". Johtaja, Lume.
Haastattelu 28.12.2004.

Keskinarkaus, Jussi. Projektipäällikkö, DigiTV-kotipalvelut.
Oulun kaupunki, keskusvirasto, kehittämispalvelut.
Sähköpostihaastattelu 10.3.2005.

Kommonen, Kari-Hans. ARKI-tutkimusryhmän vetäjä, Medialaboratorio.
Sähköpostihaastattelu 9.3.2005.

Lundsten, Lars. Tutkimusjohtaja, Arcada.
Haastattelu 10.1.2005.

Malmivirta, Martti. Toimitusjohtaja, Eera Finland Oy.
Puhelinhaastattelu 23.3.2005.

Pankkonen, Anitta. Koulutusjohtaja, Stadia.
Puhelinhaastattelu 14.3.2005.

Ritalahti, Mika. Lehtori, Elokuva- ja lavastustaiteen osasto.
Puhelinhaastattelu 17.3.2005.

Räisä, Tiina. Johtaja, DINA
Keskusteluja, sähköpostikeskusteluja syksy 2004 – kevät 2005.

Räisänen, Mikko. Varatoimitusjohtaja, MTV3.
Puhelinhaastattelu 15.3.2005.

Schrey-Niemenmaa, Katriina. Projektijohtaja, EVTEK
Puhelinhaastattelu 7.3.2005.

Tammi, Ari. Verkkotuottaja, Verkkokirkko.
Puhelinhaastattelu 2.3.2005.

Tenhunen, Juhani. Crucible Studion tuottaja, Medialaboratorio.
Sähköpostihaastattelu 9.3.2005.

Seminaarit ja workshopit

Alhola, Esa, BackStrait Content Consulting. "Case: Finlaysonin alue-TV - kanava jota käytetään". Media Tampereen Ad-Mobi -hankkeen seminaari. Tampere, 16.2.2005.

DINA Forum, Arcada.
Helsinki, 20.-22.9.2004.

Lehto, Teija, Tampereen kaupunki. "Case Tampereen kaupunki: digi-tv kunnallisena tiedotuskanavana". Media Tampereen Ad-Mobi -hankkeen seminaari. Tampere, 16.2.2005.

MindTrek, ArviD-seminaari.
9.11.2004.

Tammi, Ari. "Case Helsingin Seurakuntayhtymän tuotannot".
Uutta liiketoimintaa televisiossa, Digita Oy. Helsinki 21.10.2004.

Vuorensola, Risto ja Leinonen Aleks, MTV3 Interactive.
"Digi-tv:n tuotantoprosessi osana monimediaalista platformia".
Media Tampereen Ad-Mobi -hankkeen seminaari. Tampere, 16.2.2005.

Sähköiset lähteet

Argillander, Timo, Martikainen, Virpi. Sisältöliiketoiminta-alan tilanne, näkymät ja kehitystarpeet Suomessa. Digital Media Finland Oy. Helsinki 7.3.2005. http://www.swbusiness.fi/uploads/attachments/1110877124_sile_raportti_050307.doc

digi-TV uutisia.
<http://www.e-finland.org/cgi-bin/center/xhtml/?pageID=270//list=3/from=126//sort=down+12/find=+/show=>

DSP-klusterihankkeen viikkokirje 1/2005.

Helsingin seurakuntayhtymä, uutisarkisto.
www.helsinginseurakuntayhtyma.fi

Helsinki Virtual Village.
<http://www.helsinkivirtualvillage.fi/Resource.phx/adc/index.htx>

Mönttinen, Matti. "Helsingin Pasilaan syntyy digiajan piilaakso".
Kuntalehti Online 1/26/2005. <http://www.kuntalehti.fi/article.asp?article=10937&category=85>

Pk-yrityksen riskienhallinnan työvälinsarja. Liikeriskien hallinta.
http://www.pk-rh.com/show_doc.asp?id=476

Rainisto, Sami: "Kännykkä-tv ottaa ensiaskeleita". Talouselämän
päiväkirje 8.3.2005. http://www.talouselama.fi/doc.te?f_id=694688

Strategy Analytics: Mobile TV — Hype Not Justified by Risk – Uncertain
Demand and High Costs Delay Deployment. Business Wire, Feb 24,
2005. http://www.findarticles.com/p/articles/mi_m0EIN/is_2005_Feb_24/ai_n10300602

Södergård, Caj (ed.). Report on the Mobile-TV project.
VTT Publications 506 (2003).
<http://www.vtt.fi/inf/pdf/publications/2003/P506.pdf>

Valaskivi, Jaakko: "Community television" Japanissa. Journalismin
tutkimusyksikkö. Tampereen yliopisto. Tampere 2004.
<http://www.vtt.fi/tte/proj/lahitv/docs/japanfin.pdf>

Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 20/2004. Osaava, avautuva ja
uudistuva Suomi – Suomi maailmantaloudessa –selvityksen
loppuraportti (2004). <http://www.vnk.fi/tiedostot/pdf/fi/89904.pdf>

Tutkitut www-sivut

<http://www.crossroadscopenhagen.com/>

Tanskan Ørestadin syntymässä oleva kehitys- ja testilaboratorio, joka
kuuluu "Crossroads Copenhagenin" nimellä kulkevan hankkeen
e-infrastuktuuria kehittävään projektiin. Alueen Living Lab kokoaa
yhteen yrityksiä, laitoksia, tutkijoita ja tavallisia kansalaisia. Sivustolla
esimerkiksi esittelyjä kehitetyistä mobiilipalveluista. Katsottu helmikuu
2005.

<http://www.etampere.fi/>

Hankkeen tavoite on nostaa Tampere ”tietoyhteiskuntakehityksen kärkikaupungiksi”. vahvistamalla osaamisperustaa, synnyttämällä uutta liiketoimintaa ja luomalla uusia verkkopalveluja kaikkien kansalaisten ulottuville. Mukana on alueen koulutus- ja tutkimuslaitoksia, elinkeino-elämää, järjestöjä ja yhteisöjä. Katsottu helmikuu 2005.

<http://www.digitv.fi/>

Sivustolle kootaan ajankohtaista tietoa maanpäällisen digi-tv:n etenemisestä, tekniikan kehityksestä, kanavista ja laitteista. Palvelusta vastaa Digita Oy. Katsottu marraskuu 2004.

<http://www.dina.tv/>

DINA-hankkeen www-sivut. Katsottu syyskuu 2004.

<http://www.vtt.fi/tte/proj/lahitv/>

LähiTV-hankkeessa kehitetään yhteisöllinen, alueellisia palvelusisältöjä tarjoava digi-tv:n asiointiympäristö. Kokonaisuuteen yhdistetään kaupallisia ja kunnallisia palveluja sekä asukkaiden itsensä tuottamia sisältöjä. Kenttäkokeilu alkaa Pirkanmaalla syksyllä 2005. Katsottu helmikuu 2005.

<http://www.mediatampere.fi/>

Media Tampere auttaa verkkopalveluiden kehittämisessä ja on erikoistunut paikallishallinnon palveluiden prosessilähtöiseen kehittämiseen. Palvelut kattavat mm. hankkeiden rahoitusvalmistelut, erityisesti EU:n ja muiden julkisten rahoituslähteiden osalta ja hankkeiden hallinnoinnin. Sivulla linkit Media Tampereen projekteihin, esimerkiksi Ad-Mobi-hankkeeseen. Katsottu helmikuu 2005.

<http://www.mobiconomy.dk/>

Mobiconomy on mukana Tanskan Crossroads Copenhagen -hankkeessa. Mobiconomyn tavoite on tutkia ja tarjota käytännön ohjeita paikka-, tilanne- ja aikasidonnaisten palveluiden suunnitteluun ja käyttöönottoon. Katsottu helmikuu 2005.

<http://www.finnishmobiletv.com/>

Finnish Mobile-TV pilotin verkkosivusto. Katsottu maaliskuu 2005.

<http://www.ctamaine.org/>

Mainen alueen (USA) yhteisötelevisioiden yhteenliittymä The Community Television Association of Maine. Katsottu tammikuu 2005.

<http://www.openchannel.se/cat/>

The Global Village CAT:n internet-sivuilla on kuvaus 21 maan 600 kansalais- ja yhteisötelevisiosta. Katsottu tammikuu 2005

<http://www.otadigi.tv/>

Digitaalisen television koehanke Espoon Otaniemessä. VTT:n ja TKK:n OtaDigi toimii koeympäristönä uusille digi-TV:n sisältö- ja teknologiasovelluksille palvelun viestintäteknologioiden tutkimusta ja opetusta. Katsottu helmikuu 2005.

<http://www.uta.fi/hyper/>

Tampereen yliopiston hypermedialaboratorio on tutkimus- ja opetusyksikkö, joka tarkastelee vuorovaikuteista digitaalista mediaa. Tutkimus pohjautuu ihmistieteisiin. Hypermedialaboratorio keskittyy erityisesti informaatiotekniikan yhteiskunnallisiin ja kulttuurisiin ulottuvuuksiin, joiden jäsentämiseksi laboratoriossa on nimetty tutkimuksen neljä painopistealuetta: oppiminen, kokemuksellinen suunnittelu, mukautuvat sisällöt sekä tietoa tuottavat järjestelmät. Konkreettiset tutkimushankkeet ovat keskittyneet mm. peleihin, mobiilin median tutkimukseen ja e-oppimiseen. Katsottu helmikuu 2005.

<http://www.ulapland.fi/?depid=8397>

Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnassa toimii viisi koulutusohjelmaa: audiovisuaalinen mediakulttuuri, graafinen suunnittelu, kuvataidekasvatusta, tekstiili- ja vaatetusala ja teollinen muotoilu. Lisäksi tiedekunnassa on taide- ja kulttuuriopintojen laitos, jonka tehtävänä on tarjota koulutusohjelmille yhteiset taide- ja kulttuuriopinnot. Tiedekunnan yhteyteen on perustettu vuonna 1996 yrityspuisto Design Park. Katsottu maaliskuu 2005.

10

Liitteet

Liitteet

Arcadalle ja Lumelle tehdyt kysymykset

1. Mistä DINA lähti liikkeelle?
2. Ketkä olivat mukana alusta lähtien, ketä tullut mukaan myöhemmin?
3. Millaista kanavaa DINAsta kaavailtiin?
4. Onko / oliko esikuvia kanavalle?
5. Miksi ko. oppilaitos halusi lähteä mukaan?
6. Mitä tarjottavaa oppilaitoksella on hankkeeseen?
Mitä odottavat saavansa?
7. Miten hanke on käytännössä edennyt?
8. Miten oppilaitokset toivovat DINAn kehittyvän?
9. Millaisia aikataulutavoitteita oppilaitoksilla on hankkeelle?
10. Mikä oli perustajien oma tahtotila ja motivaattori ko hankkeen suhteen?

Sähköposti- ja puhelinhaastattelut

1. Mitä X odottaa itse saavansa DINAlta?
2. Mitä tarjottavaa X:llä on DINAlle?
3. Mihin suuntaan X toivoisi DINAn kehittyvän, millä aikatauluilla?
4. Onko X:llä selkeitä sisältötavoitteita hankkeelle jo?
5. Ketkä olisivat X:n mielestä hyviä yhteistyökumppaneita DINA-projektissa?

dina.