

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Viestinnän laitos	
Tekijä-Författare-Author Rasmus, Mari			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Joka tuutista pitkin päivää : monimediaalisuus Suomen Big Brother -yleisön seuraamiskokemuksessa			
Oppiaine-Läroämne-Subject Viestintä			
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu		Aika-Datum-Month and year 2006-09-11	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 117 s., 7 liites.
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Tutkielma käsittelee monimediaalisuuden roolia Suomen Big Brother 2005 -yleisön seuraamiskokemuksessa. Lähestymistapa on deskriptiivinen ja tapaustutkimuksen kaltainen, koska kyseessä on uudehko ilmiö. Lisäksi tutkielmassa pohditaan interaktiivisuuden roolia seuraamiskokemuksissa, monimediaalisuuden roolia yleisön sitouttamisessa, yleisön mahdollista muutosta aktiivisemmaksi, yleisön, tuotannon ja tekstin suhteiden muutosta sekä monimediaalisuuden merkitystä suomalaisille televisioyleisöille.</p> <p>Tutkielman keskeisin käsite on monimediaalisuus, jolle esitetään määritelmä tutkielmassa. Määritelmän mukaan monimediaalisuudella tarkoitetaan samaan ohjelmaformaattiin tai sisältökokonaisuuteen kuuluvan sisällön välittämistä ja yleisön osallistamista käyttäen useampaa kuin yhtä mediaa, palvelua ja teknologiaa. Perinteisen television lisäksi erityisessä roolissa tässä on Internet.</p> <p>Teoreettisessa viitekehyksessä keskitytään monimediaalisuuden määrittelyn lisäksi erityisesti interaktiivisuuden ja yleisön määrittelyyn. Lisäksi käsitellään mediaympäristön muutosta, konvergenssia, yleisötutkimusta, virtuaaliyhteisöjä, faniutta ja tosi-tv-ilmiötä. Tärkeimpiä lähteitä ovat Mathijsin ja Jonesin toimittama "Big Brother International. Format, Critics and Publics" (2004) sekä useiden kirjoittajien, esimerkiksi Ticknellin & Raghuramin (2002), Deeryn (2003) ja Livingstonen (2004), Big Brotheria ja uudenlaisia yleisöjä käsittelevät artikkelit.</p> <p>Empiirisesti ilmiötä lähestytään useiden menetelmien ja aineistojen avulla. Aineistona ovat neljä fokusryhmähaastattelua, Big Brother -keskustelufoorumilta saadut vastaukset sekä Big Brother -sivuston kvantitatiivinen kysely. Lisäksi analyysin tukena käytetään keskustelufoorumilta kerättyjä viestiketjuja sekä katsojalukuja ja kävijämääriä. Analyysimenetelmänä on teemoittelu. Johtopäätöksissä ilmiötä analysoidaan syvemmin empirian ja teorian vuoropuhelulla.</p> <p>Big Brother -yleisö oli hyvin heterogeeninen. Kukin yleisön jäsenistä pystyi luomaan yksilöllisen seuraamiskokemuksen valiten eri monimediaalisista palveluista itselleen sopivat. Osalla yleisöstä Internetistä tuli pääkanava seurata Big Brotheria, joten Internetillä on jopa potentiaalia syrjäyttää televisio. Kuitenkin suuri osa yleisöstä seurasi Big Brotheria rinnakkain televisiosta ja Internetistä.</p> <p>Big Brotherin myötä nähtiin myös uudenlaisia mediankäyttötapoja, kuten suoran 24/7-palvelun käyttäminen radion tapaan tai reaaliaikainen tapahtumien selostaminen keskustelufoorumilla. Monimediaalisuus viihdesisältöjen seuraamisessa oli hyvin monelle aktiiviselle yleisön jäsenelle uusi kokemus. Monimediaalisuus muutti myös seuraamisen ja ajankäytön suhdetta. Aktiiviset Big Brother -yleisön jäsenet seurasivat paitsi illalla, myös aamulla ja työpäivän aikana Big Brother -talon tapahtumia. Reaaliaikaisuus oli monille suuri osa viehätystä ja toi ainutlaatuisia mukana elämisen kokemuksia.</p> <p>Merkitysten tuottamisen kontrolli siirtyi Big Brotherissa osittain tuotannolta yleisölle. Yleisö koki valvovansa tuotantoa, oli kriittinen kaupallisia pyrkimyksiä kohtaan ja vaati läpinäkyvyyttä. Myös tekstin ja yleisön suhteessa näkyi muutoksia, sillä joissain tapauksissa kanssayeisön tuottamat tekstit nousivat jopa tärkeämmiksi kuin tuotannon tuottamat tekstit.</p>			
Avainsanat-Nyckelord-Keywords televisio-ohjelmat – interaktiivisuus tosi-tv televisio-ohjelmat – yleisö			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information			