

TAMPEREEN YLIOPISTO

Hanna Hyvärinen

NE LIHAVAT SIELLÄ RUUDUSSA

Suurin pudottaja -sarja yleisönsä tarpeiden tyydyttäjänä
ja kulttuurisen ruumisnormin tuottajana

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Maaliskuu 2009

TAMPEREEN YLIOPISTO

Tiedotusopin laitos

HYVÄRINEN, HANNA: Ne lihavat siellä ruudussa: Suurin pudottaja -sarja yleisönsä tarpeiden tyydyttäjänä ja kulttuurisen ruumisnormin tuottajana

Pro gradu -tutkielma, 99 s., 7 liites.

Tiedotusoppi

Maaliskuu 2009

Tarkastelen tutkielmassani Suurin pudottaja -tositelevisiosarjan katsomista. Tavoitteenani on selvittää, miksi sarjaa katsotaan ja miten sarjan katsominen kytkeytyy katsojien arkeen ja siihen kulttuuriseen ympäristöön, jossa sarjaa kulutetaan. Tutkimusongelmani kiteytyy siis kolmeen kysymykseen: 1) Mihin tarkoituksiin ja millaisten tarpeiden tyydyttämiseen Suurimman pudottajan katsojat sarjaa käyttävät? 2) Miten näiden tarpeiden tyydyttäminen ja sarjan katsominen nivoutuu osaksi katsojien arkea ja muuta median käyttöä? 3) Miten sarjan katsominen suhteutuu siihen vallitsevaan kulttuuriin, jonka kontekstissa sarjaa väistämättä katsotaan.

Suurin pudottaja on tositelevisiosarja, jossa seurataan 12 ylipainoisen ihmisen kovatahtista laihduttamista. Kyseessä on pudotuskilpailu, jossa eniten laihduttanut voittaa ja jossa kilpakumppaneita myös pudotetaan pois kilpailusta. Sarjaa esitettiin MTV3-kanavalla syksyllä 2007.

Vaikka tällainen tositelevisio on ilmiönä kiinnostanut tutkijoita, sen katsomista on tutkittu melko vähän. Useimmissa tositelevisiota käsittelevissä tutkimuksissa yleisö on tavattu ohittaa lähinnä kritiikittömänä ja passiivisena roskaviihteen kuluttajana. Niinpä halusin tässä tutkielmassa pureutua nimenomaan katsojien näkökulmaan.

Tutkielmani aineisto koostuu kahdeksasta teemahaastattelusta, jotka analysoin yhtäältä käyttötarkoitustutkimusta ja toisaalta yleisöetnografiaa soveltaen. Näiden analyysien pohjalta yritän vetää myös hieman yleisempiä johtopäätöksiä siitä, millaiseen kulttuuriseen kontekstiin sarjan katsomien asettuu.

Tutkielmani osoittaa, että Suurinta pudottajaa ei sen tositelevisioluonteesta huolimatta katsota täysin kritiikittä saati passiivisesti. Päinvastoin, yleisö tulkitsee sarjaa omien tarpeidensa ohjaamana ja käyttää sitä aktiivisesti muun muassa oman identiteettinsä uusintamiseen. Samalla omaan katsojuuteen suhtaudutaan useimmiten varsin kriittisesti ja omia katsomistottumuksia kyseenalaistaen. Toisaalta, vaikka itse sarjaa ja sitä ympäröivää genreä kritikoidaan, on sarjan taustalla piilevän kulttuurisen ja sosiaalisen ajatusmallin kyseenalaistaminen huomattavasti hankalampaa. Niinpä yleisö sarjaa katsoessaan tulee kuin huomaamattaan kuluttaneeksi sen kulttuurisen sanoman, jonka mukaan hoikkuus on normi ja lihavuus ei-toivottu poikkeama tuosta normista.

Asiasanat: tositelevisio, yleisö, ruumis, identiteetti, käyttötarkoitustutkimus, yleisöetnografia

1 JOHDANTO	1
1.1 Suurin pudottaja aikansa peilinä	2
2 SUURIN PUDOTTAJA TOSITELEVISIOSARJANA	4
2.1 Tabloidisaatiosta tositelevisioksi: todellisuustelevision tausta	5
2.2 Sateenvarjo ja taskumaailma: tositelevisio määritelmä ja suhde todellisuuteen	8
2.3 Tositelevisio uuden yhteiskunnan indikaattorina	11
2.4 Suurin pudottaja: muodonmuutoksia pudotusuhan alla	13
2.4.1 Elämäntavat ja ruumiin muokkaaminen tositelevisiossa	13
2.4.2 Reality game show	15
2.4.3 Suurin pudottaja: sisältö ja tausta	16
3 AIEMPI TUTKIMUS	18
3.1 Tositelevisio tutkimus	19
3.2 Yleisötutkimus	20
3.2.1 Yleisön rooli: passiivisesta vastaanottajasta aktiiviseen merkitysten tuottajaan	20
3.2.2 Yleisötutkimuksen traditiot	22
4 TUTKIMUSONGELMA JA TEOREETTINEN VIITEKEHYS	25
4.1 Käyttötarkoitustutkimus väljänä viitekehyksenä	26
4.2 Yleisöetnografia: katsomisen kontekstit	30
5 AINEISTO: TEEMAHAASTATTELUT	32
5.1 Miksi juuri teemahaastattelu	32
5.2 Haastateltavat: perustelu valinnalle	36
5.3 Antoisa ja turhauttava teemahaastattelu	37
5.4 Kysymykset ja niiden kritiikki	39
6 SUURIN PUDOTTAJA JA ARKI: KATSOMISEN KONTEKSTIT	41
6.1 Miten televisiota katsotaan	42
6.2 Miten Suurin pudottaja -sarjaa katsotaan	44
6.2.1 Perjantai-illan huumaa	44
6.2.2 Keskittyminen	46
6.2.3 Yksin tai yhdessä	47
6.2.4 Kielletyt eväät	49
6.2.5 Kiinnostava muodonmuutos	51
6.3 Sarjan tallentaminen	52
6.4 Internetin käyttö	54
6.5 Muu media	55
7 TARPEITA JA TYYDYSTYKSIÄ: KÄYTTÖTARKOITUKSET	56
7.1 Pään nollausta: Suurin pudottaja rentoutumisen välineenä	57
7.1.1 Arjen rutiinien katkaiseminen	57
7.1.2 Tunteiden laukaiseminen	58
7.2 Minä ja pudottajat: Suurin pudottaja identiteettityössä	61
7.2.1 Oman itsen peilaaminen	62
7.2.2 Omien elämäntapojen peilaaminen	67
7.2.3 Omien kokemusten peilaaminen	68
7.2.4 Omien arvojen vahvistaminen	69
7.3 Sosiaalinen pudottaja: Suurin pudottaja sosiaalisen kanssakäymisen välineenä	70

7.3.1 Suurin pudottaja kiellettynä keskustelunaiheena	71
7.3.2 Kattokaa ny: yhdessä katsominen ja kommentointi	75
7.3.3 Olematon kumppanuus	77
7.4 Mitä siellä oikein tehdään: Suurin pudottaja ja tiedonhankinta	78
7.5 Kyllä minäkin tuohon pystyn: Suurin pudottaja motivaation lähteenä	81
8 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET	83
8.1 Vaihdetaan vapaalle	83
8.2 Identiteettityö: eksoottiset lihavat	84
8.3 Vain rikostoverit kommunikoivat	86
8.4 Kriittinen tiedonkaipuu	87
8.5 Motivaatiota normin tavoitteluun	87
8.6 Kulttuurinen konteksti: paha ja poikkeava lihavuus	88
9 LOPUKSI	93
Lähteet	96
Liitteet	

1 JOHDANTO

Televisioruudussa lihava nainen puuskuttaa ja irvistää, mutta jatkaa sinnikkäästi rivakkatahtista veivaamista kuntosalin crosstrainerilla. Vieressä viimeisen päälle trimmattu valmentaja kannustaa ja käskee jaksamaan vielä ”kaksnyt sekkaa”. Naisen ylisuuri vartalo tutisee ja hänen kasvonsa punoittavat, mutta hän jaksaa kuin jaksakin polkea vaaditun ajan loppuun asti.

Sillä lailla, tuumaa sohvaltaan touhua tarkkaileva televisionkatsoja. Sinnikäs nainen crosstrainerilla herättää katsojassa sympatiaa. Tekeehän tämä selvästi kaikkensa laihtuakseen ja tullakseen siten myös terveemmäksi. Sen sijaan se samalla kuntosalilla harjoitteleva, vielä naistakin lihavampi mies, joka jatkuvasti valittelee milloin mitäkin vaivaa ja siten välttelee kovimpia harjoituksia, saa samaisen katsojan melkein kiukkuiseksi. Miksei se tajua omaa parastaan, katsoja äimistelee.

Edellä kuvatut kuntoilijat ovat *Suurin pudottaja* -tositelevisiosarjan kilpailijoita, jotka kamppailevat siitä, kuka onnistuu sarjan aikana pudottamaan painoaan eniten. Sohvalla lojuva televisionkatsoja olen minä, joka seuraan silmä kovana kilpailijoiden edesottamuksia milloin heidän puolestaan iloiten, milloin heitä ja heidän lihavia ruumiitaan ihmetellen.

Aluksi katsominen tuntuu kiehtovalta. Ruumiinsa koetukselle laittavissa lihavissa ihmisissä on jotain, mikä auttamatta vetää katsetta puoleensa. Samalla noiden ruumiiden katsominen muistuttaa itseä siitä, että kaikista pikku vioistaan huolimatta oma ruumis on loppujen lopuksi aika sutjakassa kunnossa. Olenhan itse jo kauan aikaa sitten sisäistänyt sen, mitä *Suurin pudottaja* -sarjan kilpailijat vasta opettelevat: Vain säännöllisellä ruumiin kurituksella ja tietoisella vatsan nautinnoista kieltäytymisellä voi saavuttaa normivartalon ja siten hyväksyä itsensä ja tulla hyväksytyksi myös ympäröivässä maailmassa.

Ennen pitkää sarjan katsominen alkaa kuitenkin ahdistaa. Mieleen nousee kysymys, mikä minä olen ilkkumaan toisten ruumiinmuotoja oman itsetuntoni pönkittämiseksi. Eikö ole eettisesti ja moraalisesti epäilyttävää, että saan mielihyvää siitä, kun katson, miten tiukkavartaloiset huippu-urheilijavalmentajat piiskaavat reilusti ylipainoisia valmennettaviaan milloin kuntosalilla, milloin lenkkipoluilla? Olenko jotenkin kieroutunut, kun nautin tällaisesta vai voinko vedota siihen, että lihavuus nyt vain on kansanterveydellisesti pahasta ja sitä vastaan on taisteltava kaikin keinoin, vaikka sitten tositelevision voimalla?

Muun muassa tällaiset kokemukset ja mietteet saivat minut tarttumaan pro gradu-tutkielmassani *Suurin pudottaja* -sarjaan ja sen katsomiseen. Halusin tietää, katsovatko muut ohjelmaa samalla tavoin kuin minä, ja mitä he omasta katsojuudestaan ajattelevat. Samalla halusin selvittää, miten *Suurimman pudottajan* katsominen suhteutuu meitä katsojia ympäröivään kulttuuriin, joka muun muassa mainos- ja mediakuvastoillaan alati muistuttaa, että lihavuus on pahasta ja oma ruumis on siksi syytä pitää kurissa.

Näiden kysymysten avaamiseksi olen tässä tutkielmassa haastatellut kahdeksaa *Suurin pudottaja* -sarjan katsojaa, joilla itselläänkin on ainakin jonkinlaista laihdutus- tai painonhallintataustaa. Näiden teemahaastattelujen saldon analysoin sitten käyttötarkoitustutkimuksen ja yleisöetnografian keinoin. Näistä käyttötarkoitustutkimuksen avulla etsin vastausta kysymykseen, mikä ylipäättään saa ihmiset katsomaan *Suurinta pudottajaa*. Yleisöetnografian tarkoitus taas on paitsi taustoittaa ja syventää käyttötarkoitustutkimuksen tuottamaa tietoa, myös auttaa liittämään tämä tieto vallitsevaan kulttuuriseen kontekstiinsa.

1.1 Suurin pudottaja aikansa peilinä

Paitsi kokemukseni *Suurin pudottaja* -televisiosarjan katsomisesta, minua motivoivat tämän tutkielman tekemiseen myös ne sadat muut kerrat, kun olen törmännyt laihduttamiseen mediassa. Laihdutus ja ruumiin muokkaus näyttää 2000-luvun ensimmäisellä vuosikymmenellä saavan ennen näkemättömän paljon tilaa eri tiedotusvälineissä ja formaateissa tositelevisiosta päivälehtien artikkeleihin. Laihdutuspuhe ja -kuvat ovat jo jonkin aikaa olleet osa jokapäiväistä mediamaisemaa, ja tätä tendenssiä ovat entisestään vahvistaneet juuri *Suurimman pudottajan* kaltaiset suositut tositelevisiion laihdutussarjat (Kyrölä 2007, 161–162). Siinä missä *Suurin pudottaja* ja vaikkapa *Olet mitä syöt* -tositelevisiosarja käsittelevät ruumiin muokkausta viihteen keinoin, lähestyvät asiaohjelmat ja journalistiset artikkelit ilmiötä yhteiskunnallisen, sosiaalisen ja terveydenhuollollisen näkökulman kautta. Julkisuudessa keskustellaan ahkerasti lihavuuden räjähdysmäisestä lisääntymisestä ja ”lihavuusepidemiasta” (Kyrölä 2006, 169). Samaan aikaan naistenlehdet jaksavat kerran toisensa jälkeen muistuttaa, että läski on paitsi haitallista, myös kovin rumaa ja epäviehättävää, etenkin jos se on puettu bikineihin ja viety uimarannalle. Yhteistä näille kaikille viesteille ja viestimille on niiden sanoma, jonka mukaan lihavuus on ongelma ja itsestään

selvästi pahasta ja siksi sitä vastaan tulee taistella kaikin keinoin. Kuvaa lihavuuden räjähdysmäisestä kasvusta ikään kuin luodaan oikeuttamaan lihaviin ruumiisiin kohdistuvia kurinpitotoimia (mt. 169). Mitä ilmeisimmin tämä sanoma myös uppoaa kansaan, sillä ruumiin kurituksen volyyymi mediassa sen kuin kasvaa. Esimerkiksi *Aamulehden Sunnuntain Asiat* -liite (28.10.2007, 8) huomauttaa lihavuutta ja laihduttamista käsittelevässä *Laps Suomen, vaihda ruokas* -jutussaan, että ” laihdutusohjelmien suosioon yltävät korkeintaan ruoanlaittovihjeitä tarjoavat ohjelmat”.

Myönnän itsekkin nielleeni tämän valistuksen melko lailla purematta, kunnes oikeastaan vasta tämän, käsillä olevan tutkielman myötä havahduin siihen, että tähän kaikkialle työntyvään lihavuuden vastaiseen kampanjointiin on ehkä syytä suhtautua varauksellisesti. Niinpä samalla, kun tässä tutkielmassa suurella mielenkiinnolla tarkastelen sitä, mikä *Suurimman pudottajan* kaltaisessa lihavuuden ja laihduttamisen esittämisessä kiehtoo ja tyydyttää katsojaansa, haluan myös tarkastella kriittisesti koko tätä ilmiötä, ja kysyä, miten tarkasteleman *Suurin pudottaja* ja sen katsominen kietoutuu siihen kulttuuriseen ympäristöön, jossa painosta ja sen pudottamisesta puhutaan niin kuin puhutaan.

Median laihdutusvimman lisäksi tutkielman taustalta löytyy toinenkin 2000-luvun villitys, nimittäin televisiotarjonnassa jo pitkään vaikuttanut tositelevisiobuumi, joka ei ota laantuakseen, vaikka moni ehkä alkuun piti 2000-luvun taitteessa valloilleen päässyttä ilmiötä lähinnä nopeasti ohimenevänä puuskana. Nyt, lähes kymmenen vuotta myöhemmin näyttää kuitenkin siltä, että tositelevisio eri muodoissaan elää ja voi kenties paksummin kuin koskaan. Nopea katsaus televisio-ohjelmistoon kertoo, että yhden viikon aikana (1.–7.2.2008) Suomen viidellä katsotuimmalla televisiokanavalla (TV1, TV2, MTV3, Nelonen ja Sub) pyöri jopa kolmisenkymmentä eri tositelevisiosarjaa. Satunnaisesti valitulla helmikuun viikolla perinteistä game show -tositelevisiota edustivat muun muassa *Selviytyjät* ja *Amazing Race*. Romanttista parisuhdetositelevisiota tarjosi puolestaan laatuaan ensimmäinen *Suomen unelmien poikamies*. Kykykilpailuista saattoi seurata makunsa mukaan *American Idolsia*, *Talent USA:ta*, *Tanssi jos osaat* tai *Huippumalli haussa* -sarjaa. Muutos- eli makeover -formaattia puolestaan edusti ainakin *Täydellinen muodonmuutos*. Painonpudotustakin seurattiin, tosin tässä kohtaa koirien parissa. *Läskit koirat* laittoi lemmikit dieetille ja omistajat oikeille ruokintatavoille. Doku-saippuan hengessä seurattiin paitsi perinteistä *Lentokenttää*, myös *Pelastajia*, *Liikennepoliiseja*, *Häähulluja*, *OC:n täydellisiä naisia* sekä *Raivopäät ratissa* -sarjaa. Ylivoimaisesti suurin volyyymi näyttää kuitenkin olleen erilaisilla kodin muodonmuutos -sarjoilla. Tarkasteluviikolla tätä lajia edustivat ainakin *Kämpä myyntiin*, *Inno*, *Pientä pintaremonttia*, *Hurja*

remontti, Remppa vai muutto, Elämänmuutos ekotyylisiin sekä Naapurikämppä kuntoon. Tässä valossa näyttääkin siltä, että vielä tutkielman suunnitteluvaiheessa vallinnut makeover-villitys erilaisine tyylin ja ulkonäön muutosohjelmineen sekä *Suurimpine pudottajineen* ja *Olet mitä syöt* -sarjoineen näyttää vähitellen vaihtuneen elämäntyyliin ja sisustamisen voittokuluksi.

Painopisteen vaihdoksesta huolimatta tositelevisio erilaisine formaatteineen siis jyllää edelleen. Niinpä on pakko päätellä, että tositeleviisiosarjoja myös katsotaan paljon. Tuskin etenkin kaupalliset kanavat niitä muutoin ohjelmistoonsa hamstraisivat. Runsaista katsojaluvuista kielivät myös tositelevision katsomisesta tehdyt mittaustutkimukset. Esimerkiksi tositeleviisiota ja sen yleisöjä tutkinut Annette Hill (2005, 3) huomauttaa, että amerikkalaisessa televisiossa reality-ohjelmat saavuttavat säännöllisesti korkeimmat katsojaluvut puolituntisten prime time -ohjelmien joukossa. Suomessa taas esimerkiksi *Suurin pudottaja* killui syksyllä 2007 koko esityskautensa ajan MTV3:n viidentoista katsotuimman ohjelman joukossa (Liite 1).

Juuri nämä sarjan katsojaluvut vaikuttivat osaltaan siihen, että valitsin median laihdutus- ja tositeleviisiovirrasta tutkittavikseni juuri *Suurin pudottaja* -sarjan katsojat enkä esimerkiksi *Olet mitä syöt* -ohjelman yleisöä. *Suurin pudottaja* kun kuului koko 10-viikkoisen keustonsa ajan MTV3:n katsotuimpiin ohjelmiin. Aloituskaksoa seurasi *Finnpanelin* katsojalukumittausten mukaan peräti 680 000 katsojaa, mikä teki ohjelmasta viikon 41 kolmanneksi katsotuimman MTV3-kanavalla. Koko syksyn sarjan katsojaluvut pysyttelivät 500 000:n paikkeilla ja pitivät sarjan MTV3:n 14 katsotuimman ohjelman listalla. Suosio huipentui sarjan päätösjaksoon, joka lähes suorana finaali-lähetystenä keräsi huimat 726 000 katsojaa ja nosti ohjelman MTV3:n viikon 50 toiseksi katsotuimmaksi heti *Salatut elämät* -sarjan jälkeen. (Liite 1.)

2 SUURIN PUDOTTAJA TOSITELEVISIOSARJANA

Suurin pudottaja edustaa niin sanottua tositeleviisiota tai todellisuusteleviisiota, jota voitaneen hyvillä mielin kutsua 2000-luvun televisioilmiöksi. Kuten valtaosassa tositeleviisiosarjoja, myös *Suurimmassa pudottajassa* pääosissa ovat tavalliset ihmiset, jotka viettävät määrätyn ajan toistensa seurassa samalla kilpaillen toisiaan vastaan rahapalkinnon toivossa. Matkan varrella kilpailija toistensa jälkeen karsiutuu kisasta ja samalla erilaiset juonittelut ja tunteenpurkaukset käyvät yhä voimakkaammiksi.

Ensimmäiset tällaiset tositelevisioksi luokiteltavat ohjelmat ilmestyivät kuvaruutuihin jo 1980- ja 1990-lukujen vaihteessa, mutta varsinaisen tositelevisiobuumiin voidaan sanoa alkaneen 1990-luvun lopussa tai 2000-luvun alussa. Tuolloin Suomenkin televisioon alkoi rantautua useita erilaisia tositelevisioformaatteja *Selviytyjistä Unelmien poikamieheen*. Sitten ilmio on suorastaan räjähtänyt käsiin ja kattaa tätä nykyä kaikki mahdolliset elämäalueet kodin sisustuksesta koirien kasvattamiseen.

Vaikka tutkielmani käsittelee nimenomaan yhtä tositelevisiosarjaa ja sen katsomista, on ilmiön ymmärtämiseksi mielestäni tarpeen luoda lyhyt katsaus koko tositelevision historiaan ja kehityskulkuun sekä tositelevision luonteeseen omana genrenään. Näin siksi, että tositelevisio edustaa aivan omanlaistaan televisio-ohjelman muotoa, joka poikkeaa merkittävästi esimerkiksi aiemmin paljon tutkituista saippuaoperoista tai muista draamasarjoista.

2.1 Tabloidisaatiosta tositelevisioksi: todellisuustelevision tausta

Termi tositelevisio, tai tutummin tosi-tv, rantautui Suomeen 1990-luvun alussa samannimisen televisio-ohjelman myötä. Sitten termistä on tullut yleinen vastine englanninkieliselle reality TV:lle. Suomenkielisessä tositelevision tutkimuksessa puhutaan myös todellisuusteleviosta (esim. Hautakangas 2005), mutta itse puhun mieluiten tositelevisiosta, jona tavallinen televisioyleisö ilmiön yleisimmin tunnistaa.

Tositelevision esi-isäksi on useimmiten tapana nimetä Yhdysvalloissa 1940-luvun lopussa aloittanut *Piilokamera (Candid Camera)*, joka ehkä ensimmäisenä toi tavalliset ihmiset televisiokameroiden eteen viihdyttämistarkoituksessa (mt. 151). Tämän jälkeen, 1950-luvulla, kehityskulkua jatkoivat amerikkalaiset talk showt, jotka 80-luvulle tultaessa saivat seurakseen tunnustuksellisia (confessional) lajitovereita, kuten *Ricki Lake Shown* ja edelleen vahvasti porskuttavan *The Oprah Winfrey Shown* (Hill 2005, 21). Niin ikään nykyisten tositelevisioformaattien edeltäjinä pidetään erilaisia visailuohjelmia (game shows), kuten Suomessakin nähty ja tehty *Haluatko miljonääriksi (Who Wants to be a Millionaire)* (mt. 21).

Tämän puhtaasti viihteellisen perinteen lisäksi tositelevisio nojaa vahvasti dokumentaarisen televisiotuotannon perintöön. Tositelevision esikuviksi mainitaan toistuvasti Amerikassa 1960-luvulla kehittynyt direct cinema, ranskassa samoihin aikoihin suosiota saavuttanut cinéma vérité (esim. Brenton & Cohen 2003, 21) sekä Britanniassa 70-luvulla syntynyt ”kärpänen katossa”- (fly-on-the-wall) dokumentti (Hill 2005, 20). Kaikki kolme suuntausta edustavat niin sanotun tarkkailevan (observational) dokumentin lajityyppiä, jossa tapahtumia seurataan sivusta niihin varsinaisesti puuttumatta. Esimerkiksi direct cineman on sanottu olevan kuin seinään tehty ikkuna tai ”kärpänen katossa”, sillä siinä ei kysytä keltään mitään, kuvataan vain, mitä tapahtuu (Brenton & Cohen 2003, 23). Toinen direct cineman määräävä luonteenpiirre on se, että toisin kuin perinteinen dokumentti, se ei keskity niinkään sosiaalisiin tai yhteiskunnallisiin ongelmiin ja asioihin vaan itse yhteiskuntaan ja sen jäseniin sellaisinaan (mt. 24). Kolmanneksi nämä niin sanotut tarkkailevat dokumentit ovat alusta saakka nojanneet vahvasti uuteen teknologiaan kevyine, kannettavine kameroineen. Juuri tämä uusi, kevyt tekniikka ylipäättään mahdollistaa dokumenttien ”kärpänen katossa” -tunnun (Hill 2005, 20).

Näiden tarkkailevien dokumenttityyppien lisäksi tositelevision syntyyn ja kehitykseen ovat vaikuttaneet muutkin dokumentin muodot, kuten niin kutsuttu refleksiivinen tai performatiivinen dokumentti, joka perinteisestä faktuaalisesta dokumentista poiketen sekoittaa rajaa faktan ja fiktion välillä. Myös dokudraamat ja pilkkadokumentit (mock documentary) ovat tuoneet soppaan omat mausteensa viedessään dramatisointia entistä pidemmälle ja sekoittaessaan kerrontaan niin parodiaa kuin ironiaakin. (mt. 20.)

Tositelevisio ei kuitenkaan ammenna ainoastaan television historiasta, vaan sen syntyyn, kehitykseen ja suosioon ovat vaikuttaneet myös muut joukkoviestinnän ja kulttuurin ilmiöt. Esimerkiksi Hillin (2005, 15) mukaan tositelevision – tai Hillin sanoin populaarin faktuaalisen television – kehitys juontaa kolmesta pääsäikeestä, jotka palautuvat kolmeen erilliseen, mutta keskenään risteävään ja päällekkäin menevään mediatuotannon alueeseen: tabloid-journalismiin, dokumentaariseen televisioon ja populaariin viihteeseen.

Journalismin tabloidisaatio alkoi toden teolla 1980-luvulla, jolloin myös muut viestinnän kentät viihteellistyivät kovaa vauhtia. Viihdyttäminen nousi nopeasti tiedon tuottamisen rinnalle joukkoviestinnän funktiona, ja tässä uudenaikaisessa mediaympäristössä esimerkiksi perinteinen, totuuden kertomiseen perustuva dokumentti joutui taistelemaan selviytyäkseen. Kuiva fakta ei enää houkutellut katsojia, joten oli keksittävä jotain uutta. Avuksi otettiin faktan höyistäminen huumorilla

ja triviaalia, ja näin syntyi niin kutsuttu dokusaippua (docu-soap), jonka lipunkantajia ovat olleet muun muassa Suomessakin nähdyt *Animal Hospital (Eläinsairaala)* ja *Airport (Lentokenttä)* (Brenton & Cohen 2003, 35).

Samaan aikaan Amerikassa oltiin jo askeleen verran edellä. Rupert Murdochin omistama Fox Television Network esitti jo 1980-luvun lopussa sarjoja *America's Most Wanted* ja *Cops (Lain nimessä)*. Pian perässä seurasi *Rescue 911 (Hälytys 911)*. Nämä rikoksiin ja niiden torjuntaan keskittyneet sarjat hyödynsivät sekä populaarin journalismin suosiota että paikallisuutisia (Hill 2005, 17). Nämä olivat myös ensimmäisiä sarjoja, joiden yhteydessä alettiin puhua varsinaisesta tosi- tai todellisuustelevisiosta (reality TV) (Brenton & Cohen 2003, 12).

1990-luvun alkuun tultaessa reality-ohjelmat olivat Yhdysvalloissa jo elimellinen osa ohjelmistoa, ja vähitellen muut maat alkoivat tulla perässä. Esimerkiksi Britanniassa amerikkalainen *Rescue 911* muokattiin BBC:n sarjaksi nimeltä *999*. Se, että sarjaa tuotti nimenomaan julkisen palvelun kanava, on merkki siitä, että tositelevisioiden tulo Britanniaan oli yhteydessä paitsi amerikkalaisen tabloid-television suosioon, myös jo mainittuun dokumentaarisen television hiipumiseen (Hill 2005, 17). Yleisöä ei enää kiinnostanut yhteiskunnallisten ilmiöiden todellisuuspohjainen dokumentointi, vaan yksilöiden kokemukset. Taustalla oli jo 1960-luvulla alkanut yksilöllisyyden ja henkilökohtaisen kokemuksen ihannointi, jonka mukaan todellinen tieto perustuu asioiden henkilökohtaiseen läpikäymiseen, kokemiseen ja kärsimiseen (Brenton & Cohen 2003, 26–27).

Näistä pelastus- ja viranomaistoimintaan keskittyneistä, niin kutsutuista infotainment-sarjoista siirryttiin varsin pian kohti tositelevisiota sellaisena kuin se tänä päivänä tunnetaan. Yhdysvaltain Music Television lanseerasi vuonna 1992 sarjan *The Real World*, jossa joukko toisilleen entuudestaan tuntemattomia nuoria laitettiin määrättyksi ajaksi yhteen asumaan ja sitten seurattiin, mitä kimppa-asuminen tuo tullessaan (Brenton & Cohen 2003, 38; Hautakangas 2007, 390). Muutamaa vuotta myöhemmin formaatti otettiin käyttöön myös Suomessa, kun TV2:n *Heartmix* lennätti joukon suomalaisia nuoria San Franciscoon kokeilemaan suhdekiemuroilla höystettyä kommuuniasumista (Hautakangas 2007, 390).

1990-luvun loppua kohti tällaisia ”ihmilaboratorio-ohjelmia” syntyi kuin sieniä sateella, ja samalla ne sekoittivat itseensä aineksia mitä erilaisimmista ohjelmaformaateista. Ruotsalainen *Expedition Robinson* ja sitä seurannut amerikkalainen *Survivor (Selviytyjät)* yhdistivät ihmissuhdedraaman ja sosiaalisen pudotuspelin eksoottisiin ja askeettisiin puitteisiin (Hautakangas 2005, 152). Vuonna

1999 Hollantilainen tuotantoyhtiö Endemol puolestaan lanseerasi *Big Brother* -sarjan, joka sulki 12 ihmistä ulkomaailmasta eristettyyn taloon viikkokausiksi ja kuvasi talon tapahtumia ympäri vuorokauden. 2000-luvulle tultaessa erilaisten tositelevisioformaattien määrä oli jo räjähtänyt käsiin, ja sittemmin ohjelmat ovat levinneet kaikkiin maailmankolkkiin ja kaikille mahdollisille elämänalueille.

Hill (2005, 24) tiivistää tositelevision tähänastiset vaiheet eri teemojen mukaan neljäksi aalloksi, joista ensimmäisen muodostavat rikos- ja hätäpalveluista kertovat, niin kutsutut infotainment-sarjat, jotka syntyivät Amerikassa ja saapuivat Eurooppaan 1980- ja 90-lukujen taitteessa. Toisessa aallossa tulivat Hillin mukaan doku-saippuat sekä erilaiset kotiin ja puutarhaan sijoittuvat lifestyle-ohjelmat, jotka levisivät Britanniasta muualle Eurooppaan 1990-luvun lopussa. Kolmanteen aaltoon Hill sijoittaa niin sanotut pudotusohjelmat (reality game shows), joissa tavallisia ihmisiä sijoitetaan kontrolloituihin ympäristöihin kilpailemaan useimmiten rahapalkinnoista. Tämä formaatti syntyi Pohjois-Euroopassa, tarkemmin sanoen Ruotsissa, mistä se levisi Amerikkaan ja muualle maailmaan 2000-luvun alussa. Neljännessä ja tähänhetkessä aallossa Amerikka näyttää tietä rikos- ja suhdetositevisiolla. Britannia ja Australia etenevät lifestylen ja sosiaalisten kokemuksen rintamalla, kun taas Pohjois-Eurooppa kehittää variaatioita pudotuspeleistä. Näin tositeleviosta on tullut 1990- ja 2000-lukujen menestystarina, ja tositeleviiosarjoja on tehty kaikesta ja mistä tahansa terveydenhuollosta hiustenmuotoiluun ja ihmisistä lemmikkeihin. Niin ikään tositelevisioformaatteja on myyty joka maailman kolkkaan Britanniasta Uruguayihin (mt. 2).

2.2 Sateenvarjo ja taskumaailma: tositelevision määritelmä ja suhde todellisuuteen

Laajasta levikistään ja omaleimaisesta sisällöstään huolimatta tositelevision genreä ei ole toistaiseksi onnistuttu määrittelemään kaiken kattavasti. Esimerkiksi Hillin (2005, 55) mukaan tositelevisio-ohjelmille ja tositelevision genrelle ei ole olemassa yhtä kattavaa määritelmää vaan monia kilpailevia määritelmiä. Näin siksi, että tositelevision genre koostuu useista erillisistä televisiogenreistä, kuten lifestyle-ohjelmista, pudotuspeleistä ja dokumentista. Nämä genret ovat sulautuneet yhteen muodostaen ohjelmahybridejä, joita nyt kutsutaan tositelevioksi. Niinpä Hill pitää tositeleviota lähinnä sateenvarjokäsitteenä, joka sisältää laajan skaalan viihdeohjelmia todellisista ihmisistä. Se sijaitsee eri ohjelmatyyppeiden rajamailla siten, että yhtäältä se tasapainoilee informaation ja viihteen, toisaalta dokumentin ja draaman välillä (mt. 2). Tästä hybridiluonteesta

huolimatta Hill käsittelee tositelevisiota omana genrenään, kun taas esimerkiksi Hautakangas (2005, 153) kehottaa ajattelemaan tositelevisiota lajityypin sijaan televisiotuotannon ja vastaanoton ajattelutapana ja asenteena, siis sisällöllisenä elementtinä, joka voi esiintyä hallitsevana tai leimaavana muutoin hyvinkin erilaisissa ohjelmissa.

Niin tai näin, olipa tositeleviossa kyse sitten omasta lajityypistä tai pelkästä sisällöllisestä elementistä, jäljelle jää yhä kysymys, mikä lopulta tekee tositeleviossa nimenomaan tositelevisiota ja erottaa sen muista televisio-ohjelmista. Hillin (2005, 55) mukaan on olemassa ainakin yksi määrittävä luonteenpiirre, joka yhdistää tätä erilaisten ohjelmien ryhmää, ja se on tositelevision kapasiteetti ja kyky antaa ihmisten katsoa ja nähdä itse (see for themselves). Toisin sanoen, olipa ohjelman aihe mikä hyvänsä ja olipa sen dokumentaarisuuden tai draaman aste kuinka korkea tai matala tahansa, tositeleviossa sen tekee se, että katsojat näkevät niin sanotusti kaiken ja enemmän tai vähemmän sellaisena kuin se on tapahtunut.

Mitä sitten tulee tositelevision todenmukaisuuteen ja autenttisuuteen, siitä on taitettu peistä niin kauan kuin tositelevisiota ja sen luonnetta on ylipäättään pohdittu. Tositeleviossa-termi viittaa vahvasti siihen, että se, mitä nähdään, on totta ja todellista. Useimmissa tositeleviossa-ohjelmissa näin ei kuitenkaan ole. Esimerkiksi *Big Brother* -talo ei ole oikea talo eikä siellä asuvien ihmisten elämä ole todellisuudessa sellaista kuin se on niinä viikkoina, jotka he viettävät *BB*-talossa. Niin ikään ”selviytyjät” eivät suinkaan ole haaksirikkoutuneet autiolle saarelle, vaan heidät on kuljetettu sinne varta vasten televisio-ohjelmaa varten. Kysymys kuuluu, voiko tällaisten tilanteiden yhteydessä puhua todellisuusteleviossa tai tositeleviossa.

Brenton ja Cohen (2003, 13) huomauttavat, että tositeleviossa eroaa aiemmista todellisuuteen pohjaavista televisiotuotannoista, kuten dokumenteista, siten, että tositelevision yhteydessä ”todellisuus” ymmärretään kokonaan uudella tavalla. Tositelevision todellisuus ei ole, eikä sen tarvitsekaan olla, autenttista saati universaalia. Päinvastoin. Esimerkiksi *Selviytyjien* ja *Big Brotherin* keinotekoinen maailma ei edusta todellista todellisuutta tai maailmaa, vaan ohjelman ja kilpailijoiden omaa ”taskumaailmaa” (pocket world), joka kilpailijoille itselleen on ainoa maailma, jonka he kilpailun aikana kokevat. Toisin sanoen kilpailusta ja sen säännöistä tulee kilpailijoiden maailma, jonka ehdoilla he elävät ja jota he pitävät sen hetkisenä todellisuutenaan (mt. 49–50). Joillekin osallistujille tämä maailma voi tulla jopa siinä määrin todeksi, että he alkavat epäillä kilpailusta erillisen, todellisen ulkomaailman olemassaoloa (mt. 127–128).

Outi Hakola (2006, 116–119) vertaa tositelevisiota performanssitaitteeseen ja puhuu tositelevisiosta todellisuuden performanssina, joka pyrkii autenttisuuden vaikutelmaan hämärtämällä esiintyjän ja katsojan rajan – molemmat ovat niin sanotusti ”taviksia” – sekä seuraamalla ikään kuin nykyhetkistä tilannetta. Niinpä esimerkiksi *Big Brother* -ohjelman kilpailijat ovat tavistaustastaan huolimatta esiintyjä performanssissa, joka esittää 12 ihmisen yhteisasumista *BB*-talossa. Hakolan mukaan ohjelmassa esiintyvät kilpailijat eivät siis näy televisioruuduissa täysin omina itsenään, vaan jokainen kilpailija luo kilpailua varten minän, jota hän puhe- ja teo- esittää muille kilpailijoille ja yleisölle pysyäkseen mukana kilpailussa. Kilpailijoiden lisäksi tätä performanssia rakentavat ohjelman tuotantotiimi sekä katsojat, jotka saavat äänestä kilpailijoita joko jatkamaan *BB*-talossa tai lähtemään sieltä.

Toisin sanoen tavisesiintyjistä ja näennäisestä paikan päällä -vaikutelmastaan huolimatta tositelevisio on ennen muuta televisiolle tehty esitys, rakennettua todellisuutta, jota määrittää esiintyminen, keinotekoisuus ja tuottaminen. Ib Bondebjerg (2002, 180) ei kuitenkaan pidä tätä ongelmana, vaan muistuttaa, että aina silloin tällöin käsikirjoitetun todellisuuden pinnan alta purskahtaa elävä ja autenttinen konflikti tai tunnereaktio, joka tekee todellisuuden ennalta arvaamattoman luonteen näkyväksi. Bondebjergin mukaan voi esimerkiksi olla oikeasti emotionaalisesti ja psykologisesti vaikeaa eliminoida joku kanssakilpailijoista pois ohjelmasta, olkoonkin, että moinen kuuluu olennaisesti tositelevisiopelien sääntöihin. Lisäksi tämä kanssakilpailijoiden jatkuva pudottaminen ja sen aiheuttamat tuntemukset eivät loppujen lopuksi ole luonteeltaan kovinkaan kaukana niistä tosielämän tilanteista, joissa kilpaillaan esimerkiksi työpaikasta tai rahasta. Näin ollen, huolimatta tositelevisioiden fiktiivisistä ja viihteellisistä luonteista, se voi heijastella myös todellisuuden todellisia aspekteja.

Kaiken edellä sanotun valossa tositelevisioiden voinee määritellä toteamalla, että televisio-ohjelma on tositelevisiota silloin, kun se kertoo todellisista, ja mieluiten hyvin tavallisista ihmisistä, jotka tavalla tai toisella saatetaan yhteen kameran eteen valottamaan omaa elämäänsä tai sen tiettyä aspektia. Hyvin usein tähän liittyy myös näiden ihmisten keskinäinen kilpailu ja lopussa odottava palkinto, jonka tavoittelu on omiaan tuomaan tarinaan draamaa ja yllättäviä käännteitä. Se, miten paljon tuota draamaa luodaan käsikirjoituksella, ohjauksella tai muilla television tekemisen välineillä ei mielestäni ole järin oleellista. Tositelevisioiden kohdalla autenttisuuden vähimmäisvaatimus täyttyy jo silloin, kun pääosassa olevien ihmisten reaktiot ovat aitoja. Sen sijaan se, miten nuo reaktiot on saatu heräämään, on sivuseikka.

2.3 Tositelevio uuden yhteiskunnan indikaattorina

Yhteistä kaikille tositelevioformaateille lienee se, että ne kytkeytyvät vahvasti 1990-luvulta lähtien valinneeseen globaaliin, vapautuneeseen mediakulttuuriin. Tositelevio yhdistää globaalin formaatin ja paikallistetun näkökulman siihen: globaali yleisö ympäri maailman katsoo todellisia tai lavastettuja jokapäiväisiä tapahtumia erittäin paikallisella tasolla. Näin ollen tositeleviota ei ehkä kannata pohtia vain ajalleen tyypillisenä faktuaalisen viihteen hybridimuotona, vaan myös eräänlaisena metaforana ja ”oireena” kaupallisen ja globaalin mediakulttuurin kehityksestä. Tositelevio on siis osaltaan uudenlaisen verkostoyhteiskunnan (network society) indikaattori. Tässä yhteiskunnassa yleisön, todellisuuden ja erilaisten mediagenrejen suhteet muuttuvat jatkuvasti. Samoin muuttuvat suhteet yhtäältä arkisten ja institutionaalisten diskurssien sekä toisaalta populaarien ja elitististen diskurssien välillä. Esimerkiksi journalismissa suositaan yhä useammin tavallisten yksittäisten ihmisten kertomuksia kokemuksistaan sen sijaan, että tyydyttäisiin asiantuntijalausuntoihin siitä, miten asiat yleisesti ovat. Niin ikään populaaritaide ei enää 2000-luvulla ole samanlainen kaupallinen kirosana kuin joitakin vuosikymmeniä aikaisemmin, vaan se kelpuutetaan taiteeksi siinä missä perinteisesti korkeakulttuurisena pidetty taiteenharjoittaminenkin. Hieman samalla tavalla alun perin roskana ja halpana yleisön kosiskelijana ohitettu tositeleviokin alkaa vähitellen saada hyväksyntää yhtenä kulttuurin osana, jolla on arvoa jo ihan vain siksi, että sitä katsotaan ja se siis mitä ilmeisimmin tarjoaa katsojilleen jotakin, mitä ei muilla kulttuurin tai viihteen osa-alueilla ole tavoitettu. (Bondebjerg 2002, 159–160.)

Bondebjergin (2002, 160–161) mukaan edellä kuvatun kaltaisia diskurssien muutosprosesseja ei voida ohittaa pelkästään median ja julkisen keskustelun kaupallistumisen tuloksina, vaan ne ovat merkkejä syvällisistä kulttuurin ja yhteiskunnan muutoksista, jotka linkittyvät globalisaatioon ja samalla perinteisten instituutioiden, diskurssien ja hierarkioiden rapautumiseen. Toisin sanoen tositelevision kehitys ja suosio eivät liity pelkästään viestintäkentän tabloidisaatioon ja viihteellistymiseen vaan laajemminkin yhteiskunnan luonteen muutokseen. Massayhteiskunnan muuttuminen verkkoyhteiskunnaksi on muuttanut joukkoviestintää entistä interaktiivisempaan suuntaan ja luonut hybridisiä viestinnän ja kommunikaation muotoja lähentäen samalla eri viestimiä (esimerkiksi televisio ja internet) ja genrejä (dokumentti, viihde ja fiktio) keskenään. Niinpä *Suurin pudottajakin* – kuten useimmat tositeleviosarjat – yhdistää sekä dokumentaarisen ja viihteellisen

tuotannon että faktan ja fiktion. Yhtäältä sarjan tapahtumat esitetään sellaisina kuin ne ovat todellisuudessa tapahtuneet, mutta toisaalta nuo tapahtumat ovat varsin suurelta osin ohjelman käsikirjoittajien luoman kilpailun tulosta, eivätkä suinkaan ohjelmassa esiintyvien ihmisten todellista, normaalia elämää. Mitä taas tulee eri viestimien yhdistämiseen, tämä toteutuu *Suurin pudottaja* -sarjan kohdalla siten, että viikoittaisten, televisiossa nähtävien jaksojen lisäksi sarjan kulkua voi seurata internetissä, missä kerrotaan kunkin jakson päätapahtumat sekä taustoitetaan varsinaista televisiosarjaa muun muassa kilpailijoiden esittelyillä ja heidän päiväkirjoillaan. Lisäksi ohjelman internet-sivuilta löytyy keskustelupalsta, jossa sarjan katsojat voivat kommentoida sarjan tapahtumia tai keskustella jostakin muusta sarjan teemaan liittyvästä aiheesta. Näin sarjan yleisö pääsee keskenään kosketuksiin, jolloin potentiaalisesti syntyy vuorovaikutusta, jos nyt ei katsojien ja ohjelman tekijöiden välillä, niin ainakin ohjelman eri katsojien välillä.

Tositelevision nousu ei siis ole pelkästään vastaus halvan, populaarin infotainment -ohjelman tarpeeseen – olkoonkin, että se osittain on juuri tätä. Tämän lisäksi tositelevision suosio heijastaa verkkoyhteiskunnan jokapäiväisen elämän medioitumista, jonkinlaista välillistymistä, joka luo yleisölle tarpeen peilata identiteettejään ja leikkiä niillä samalla, kun sen synnynnäinen sosiaalinen uteliaisuus kasvaa. Reality-genret ovat siis ihmisten synnynnäisen juoruamis- ja vuorovaikutustarpeen jatkeita yhteiskunnassa ja maailmassa, jonka monimutkaisuus päihittää reippaasti vanhojen kansallisten ja paikallisten yhteisöjen kompleksisuudet. Toisaalta – aivan kuten tositelevision arvostelijat kerta toisensa jälkeen muistavat huomauttaa – tositelevision kehitys ja suosio ovat myös kiistatta merkki viihteen kaupallistumisesta ja markkinoitumisesta ja siten askel kohti yleisöjen miellyttämistä niiden haastamisen sijaan. (Bondebjerg 2002, 162–164.)

Tietynlainen kriittisyys lienee siis paikallaan silloinkin, kun tositeleviä tarkastellaan yleisön tarpeiden näkökulmasta, kuten tässä tutkielmassani aion tehdä. Samalla olen kuitenkin sitä mieltä, että tositeleviä on akateemisen tutkimuksen piirissä jo ylenkatsottu riittävästi. Siksi, ennemmin kuin yltiökriittisen näkökannan, otan tutkielmani lähtökohdaksi Brentonin ja Cohenin (2003, 157) ajatuksen, jonka mukaan tositelevision tarkastelu on kiinnostavaa, sillä se tarjoaa työkalun tutkia paitsi kansainvälisten tv-markkinoiden tilaa, myös siirtymää objektiivisesta ja faktuaalisesta ohjelmanteosta yksityiskohtaiseen yksilötriviaan. Lisäksi tositeleviä herättää erilaisia moraalisia kysymyksiä, muun muassa laittamalla ihmiset äärimmäisiin ja vaarallisiin tilanteisiin ja paljastamalla nämä haavoittuvimmillaan, ihan vain viihteen nimissä. Silti – tai ehkä juuri siksi – se onnistuu parhaimmillaan tarjoamaan vilpittömän kiehtovia hetkiä ja vaikuttavia tilanteita erikoisine käyttäytymismalleineen. Kaikkine elementteineen – mukaan lukien ryhmädynamiikka, yksilöiden

käytöksen muutokset, ympäristön luomat paineet, editointi, väittämänomainen rinnakkaisuus nähtyjien tapahtumien ja muun maailman välillä sekä katsojan mahdollisuus katsoa tapahtumia erittäin yksityiskohtaisesti – tositelevisio tuottaa inhimillisen spehtaakkelin, joka on voimakkaalla tavalla uusi, eräänlainen televisiolle tehty ihmislaboratorio. Ja siksi, sanottiinpa tositelevision etiikasta tai ansioista muuten mitä hyvänsä, se tuottaa vähintäänkin vangitsevia katsomiskokemuksia ja on siten myös akateemisen tarkastelun arvoisen.

2.4 Suurin pudottaja: muodonmuutoksia pudotusuhan alla

Kaiken edellä sanotun valossa on selvää, että MTV3:n *Suurin pudottaja* on mitä suurimmassa määrin tositelevisiota. Kuten sanottua, sen pääosissa ovat tavalliset suomalaiset, jotka kilpailevat siitä, kuka pudottaa eniten painoaan sarjan aikana. Lopussa odottaa rahapalkinto, jonka tavoittelu yhdessä pienemmän ruumiinkoon saavuttamispyrkimysten kanssa vähitellen muodostaa eräänlaisen minitodellisuuden, jossa kilpailijat elävät. Katsoja puolestaan pääsee seuraamaan koko prosessin alusta loppuun, eli näkee omin silmin, mitä kilpailijoille kilpailun aikana tapahtuu. Samalla katsojalla on mahdollisuus paitsi viihdyttää itseään ohjelman sisällöllä, myös saada siitä ehkä joitain vinkkejä omaan painonhallintaansa, jolloin ohjelma mahdollisesti lunastaa paikkansa myös ensimmäisten tositelevisioformaattien infotainment-hengessä.

Itse asiassa *Suurin pudottaja* on ainakin kolmen erilaisen tositelevisioformaatin hybridi. Edellä mainitun potentiaalisen infotainment-luonteensa lisäksi sarja yhdistää esimerkiksi *Täydellisestä muodonmuutoksesta* tutun muodonmuutosformaatin (makeover) ja *Selviytyjien* ja *Big Brotherin* kaltaisen kilpailu- tai pudotusformaatin (game show). Näitä formaatteja tarkastelen hiukan tarkemmin seuraavaksi, ennen itse *Suurimman pudottajan* lähempää ruotimista.

2.4.1 Elämäntavat ja ruumiin muokkaaminen tositeleviossa

Elämäntapa- eli lifestyle-ohjelmat eivät sinänsä ole uusi ilmiö, sillä ensimmäiset elämäntapaa esittelevät, alkuun lähinnä puutarhanhoitoon, ruoanlaittoon ja tee-se-itse -teemoihin keskittyneet, televisio-ohjelmat rantautuivat esimerkiksi brittiläiseen televisioon jo 1940- ja 50-luvuilla, siis heti televisiovastaanotinten vanavedessä (O'Sullivan 2005, 31). Utta on kuitenkin erilaisten

elämäntapaohjelmien räjähdysmäinen lisääntyminen ja vahva linkittyminen tositelevisioon samalla, kun itsensä ”korjailusta” (self-improvement) on tullut yksi olennaisimmista elämäntapamedian aiheista (Bell & Hollows 2005, 9).

Anita Biressi ja Heather Nunn (2005, 137) toteavat, että yhteiskunnallinen ilmapiiri on jo 1990-luvulta lähtien ollut sellainen, että ruumiin hallinta sen kaikissa muodoissa on noussut keskeiseksi huolenaiheeksi. Sittemmin nämä huolet on artikuloitu hätäapu-tositelevisiossa, dokumenteissa ja lifestyle-ohjelmissa, jotka käsittelevät laihduttamista, plastiikkakirurgiaa, ja muita muodonmuutoksia – viimeksi mainitut edistäen itsekuria yhteiskunnan normalisaatiomekanismien tuella. Britanniassa tällainen uusi elämäntapaohjelmisto löi läpi vuonna 2003 ja USA:ssakin journalistit kommentoivat muodonmuutos- eli makeover-sarjojen hurjaa menestystä (mt. 116). Levitessään yhä laajemmalle ja kattaessaan yhä uusia elämänalueita nämä lifestyle- ja makeover-ohjelmat ovat omiaan muokkaamaan makuja ja mieltymyksiä sekä kulutuskulttuurin yksilöllisiä ja kollektiivisia identiteettejä (Bell & Hollows 2005, 1).

Ilmiö on tuttu myös Suomessa. Viimeisten viiden vuoden aikana ihmisten muodonmuutoksia on seurattu mitä erilaisimmissa koti- ja ulkomaisissa tositelevisiosarjoissa. *Suurin pudottaja*, *Olet mitä syöt*, *Läskileiri* sekä Ylen *Elämä pelissä* ovat keskittyneet ihmisten elopainon pudottamiseen, kun taas esimerkiksi *Täydellinen muodonmuutos* vie ulkonäöstään kärsivät ihmiset plastiikkakirurgin korjailtaviksi. Näiden väliin mahtuu vielä lukuisia ”miedompia” tyylinmuutos -formaatteja, joiden sisältö vaihtelee sen mukaan, halutaanko muutoskohteena olevaa henkilöä nuorentaa, tehdä tästä tyylikäs vai stailata jonkun julkkiksen näköiseksi.

Muodonmuutosten menestystarinoita tutkinut Outi Pajala (2007, 83) huomauttaa, että samalla, kun näissä sarjoissa esitetään muutos lihavasta laihaaksi tai rumasta kauniiksi – toisin sanoen häviäjistä menestyjäksi – tullaan myös rakentaneeksi kulttuurisesti hyväksyttäviä tapoja olla ja elää. Sarjoihin ”autettaviksi” valikoidut ihmiset määritellään kulttuurisista normeista poikkeaviksi, ja heille osoitetaan oikea suunta kohti normien mukaista elämää. Lisäksi esimerkiksi laihdutuksen prosessiin kytketään suuria tunteita, niin häpeää ja inhoa kuin onnistumista ja iloakin, ja muutokseen sitoutuneen ihmisen omanarvontunto ja käsitys omasta itsestään nivotaan osaksi ruumiin muutosprosessia (Kyrölä 2007, 193). Katsojaa puolestaan kiinnostaa eniten nimenomaan tuo muodonmuutoksen prosessi, ei niinkään lopputulos. Näin siksi, että ruumiin muutokset ovat tuttuja kaikille ja niinpä on kiehtovaa katsoa, kuinka paljon ruumista ylipäätään voidaan muuttaa ja mitä

muuttaminen voi vaatia (mt. 192–193). Kaiken tämän valossa sarjojen voi olettaa rohkaisevan myös katsojiaan muokkaamaan ruumistaan entistä paremmin normeja vastaaviksi.

Myös *Suurin pudottaja* -sarjaan on sisäänkoodattu hoikkuuden normi, jota tavoitellaan kiivaasti ja kaikin keinoin. Sarjan ylipainoisten kilpailijoiden normista poikkeavuutta korostetaan muun muassa lähikuvilla vyötärömakkarosta sekä kilpailijoiden omilla pohdinnoilla elopainonsa aiheuttamista ongelmista. Suuria tunteita taas koetaan paitsi jokaviikkoisissa punnituksissa, myös erilaisissa haastekilpailuissa. Hyvin pärjänneiden iloitessa saavutuksistaan, häviäjät ruoskivat itseään ja toisiaan epäonnistumisesta. Lisäksi sitä mukaa, kun kilpailijoiden paino putoaa, heidät kutsutaan kertomaan kameralle, miten heidän vointinsa on parantunut ja kuntonsa kasvanut. Jokainen pudotettu kilo tai juostu kilometri on valtava saavutus, jota juhlitaan kuin ihmeperantumista tappavasta sairaudesta. Yhtä lailla ohjelma juhlii itsekurin karttumista, jota ohjelmassa myös testataan säännöllisin väliajoin muun muassa erilaisilla ”houkutuskilpailuilla”. Näin sarja siis liputtaa vahvasti paitsi hoikkuuden ja hyvinvoinnin, myös ”terveen” itsekurin puolesta.

2.4.2 Reality game show

Selviytyjien (Survivor) luoja Charlie Parsons on kuvannut tositelevisiota ”dokumentiksi kontrolloidussa ympäristössä”. Parsons määrittelee tositelevision kilpailu- ja pudotussarjat tuottajien luomiksi ympäristöiksi, jotka kontrolloivat kilpailijoiden käyttäytymistä. Kilpailijoiden vapaata tahtoa on rajoitettu säännöin, jotka luovat tilanteita ja draamaa ja tekevät tositelevision mielenkiintoista katsottavaa. Parsonsin määritelmä pätee erityisesti tositelevisiokilpailuihin (reality game shows), joista Parsons puhuu neljän tuotteen hybridinä. Yhtäältä nämä pelit ovat tarkkailevaa doku-saippuaa, jossa seurataan kilpailijoiden toimintaa aiemmin määritellyssä ”taskumaailmassa” (kts. s 9). Toiseksi ne ammentavat tv-peleistä ja visailuista, jotka ovat toimineet etenkin erilaisten viikkotehtävien ja koskemattomuushaasteiden esikuvina. Kolmas ainesosa on puhdas draama, jota näissä ohjelmissa tuotetaan erilaisin säännöin ja yllättävin juonikääntein sekä tietenkin häätöäänestyksin. Neljäs elementti juontaa amerikkalaisesta tunnustuksellisesta talk show -perinteestä ja näkyy esimerkiksi *Big Brotherin* päiväkirjahuoneessa tehtyinä tunnustuksina ja tilityksinä. (Brenton & Cohen 2003, 53–57.)

Nämä neljä Parsonsin mainitsemaa elementtiä löytyvät myös *Suurin pudottaja* -sarjasta. Osiot, joissa seurataan kilpailijoiden kuntosali- ja muuta harjoittelua sekä keskinäistä ajanviettoa,

edustavat doku-saippuaa. Visailuperinnettä taas jatkavat jokaviikkoiset viikkokilpailut kilpailukohtaisine palkintoineen. Draamaa puolestaan syntyy siitä, että 12 toisilleen entuudesta tuntematonta ihmistä viettää pisimmillään yhdeksän viikkoa saman katon alla, erossa perheistään ja kilpaillen toistensa kanssa ja toisiaan vastaan joukkueina ja yksilöinä. Joka viikko yksi kilpailija myös pudotetaan pois, useimmiten valtavan tunnekuohun saattelemana. Tunnustuksellinen talk show -elementti taas löytyy kilpailijoiden haastatteluista ja päiväkirjamaisista tilityksistä, joissa molemmissa kilpailijat kertaavat tuntojaan ja toisinaan myös sättivät kansakilpailijoitaan.

2.4.3 Suurin pudottaja: sisältö ja tausta

Suurin pudottaja on siis tositelevisiosarja, jossa 12 ylipainoista ihmistä yrittää pudottaa painoaan mahdollisimman paljon ja mahdollisimman nopeasti. Heti sarjan alkajaisiksi kilpailijat jaetaan kahteen joukkueeseen, siniseen ja punaiseen, jotka kilpailevat toisiaan vastaan erilaisissa viikkokilpailuissa sekä jokaviikkoisissa punnituksissa. Syksyllä 2007 nähdyssä sarjassa kilpailijoiden iät vaihtelivat 20 vuodesta 43 vuoteen, ja lähtöpainot 88 kilosta 229 kiloon (Aamulehden Valo-liite 12.10.2007, s. 32).

Tämä syksyn 2007 sarja oli laatuaan toinen Suomessa tuotettu *Suurin pudottaja*. Sarja perustuu amerikkalaiseen *Biggest Loser* -formaattiin, joka on Suomen ohella myyty ainakin Iso-Britanniaan, Australiaan, Alankomaihin, Israeliin ja Ruotsiin. Suomessa on kotimaisen tuotannon lisäksi esitetty sarjan amerikkalaista versiota. (Kyrölä 2007, 164.)

Suomalaisen sarjan tuottaa Solar Films Inc. Ohjelman internetsivuilla (mtv3.fi/suurinpudottaja) sarjasta kerrotaan, että ”suurimmassa pudottajassa seurataan positiivisessa hengessä osallistujien taistelua ylipaino-ongelmaa vastaan. Tiedossa on kovaa harjoittelua, onnistumisen ja edistymisen iloa, henkistä ja fyysistä kamppailua, itsensä voittamista, tiukkoja kilpailuja sekä tietysti dramaattinen punnitushetki. Koko kilpailu huipentuu loppusyksystä nähtävään suoraan finaalin lähetykseen, jossa Suurin pudottaja kuittaa merkittävän rahapalkinnon 25 000 euroa.” Ohjelmaa kuvattiin alkukesällä 2007 yhdeksän viikon ajan huhtikuusta kesä-heinäkuuhun. Edellisen suomalaisen tuotantokauden tavoin joukkueita valmensivat nyrkkeilijä Eva Wahlström ja ex-uimari Jani Sievinen.

Jokainen sarjan jakso alkaa osiolla, jossa kilpailijat tilittävät kuluneen viikon tuntojaan ja treenaavat valmentajansa johdolla. Mainoskatkon jälkeisessä toisessa kolmanneksessa käydään jokaviikkoinen kisa, jossa ratkotaan joukkueiden välinen paremmuus milloin rullaportaiden nousussa, milloin televisiomainoksen tekemisessä. Kunkin kisan voittajajoukkue saa palkinnon, jonka sisältö vaihtelee kylpylöpäivästä tai saunailasta Playstation -pelikonsoliin.

Varsinaisen viikkokisan lisäksi kilpailijat joutuvat silloin tällöin kisaamaan erilaisia houkutusia vastaan. Näissä niin sanotuissa houkutusvisoissa kilpailijoille tarjotaan jotain kaloripitoista syötävää tai juotavaa ja kilpailijat saavat itse päättää, sortuvatko herkkuun vai eivät. Makeanhimon lisäksi syömään houkuttelee jokin palkinto, joka voi olla esimerkiksi puhelu kotiin. Lähes joka kerta joku sortuu, sillä ilmeisesti viikkokausien viettäminen kuvauspaikalla erossa muusta maailmasta ja omaisista saa monet kilpailijat kaipaamaan läheisiään niin, että edes oman joukkueen paheksunta ei estä tarttumasta syöttiin.

Kunkin jakson viimeisessä kolmanneksessa on sitten vuorossa jokaviikkoinen punnitus. Se joukkue, joka on viikon mittaan pudottanut prosentuaalisesti vähemmän painoaan kuin vastustaja, joutuu valitsemaan joukostaan yhden, joka äänestetään kotiin. Viikon suurin yksilöpudottaja saa koskemattomuuden, eli häntä ei voida äänestää. Ongelmana punnituksissa on se, että joukkueiden henkilömäärät vaihtelevat kisan edetessä ja kilpailijoiden pudotessa. Niinpä esimerkiksi punaisessa joukkueessa saattaa jollain viikolla olla yksi kilpailija vähemmän kuin sinisessä joukkueessa. Tällöin kuluneen viikon viikkokisan voittajajoukkue saa valita, kenen oman tai vastakkaisen joukkueen jäsenen punnitustulosta ei seuraavassa punnituksessa lasketa mukaan yhteiseen pudotustulokseen. Niinpä, jos vastapuolella on enemmän kilpailijoita, sieltä eliminoidaan yleensä se, jonka uskotaan pudottavan eniten. Jos taas eliminointava on omassa joukkueessa, valitaan se, jonka uskotaan pudottavan vähiten, jotta omalle joukkueelle koitua vahinko olisi mahdollisimman pieni.

Näin jatketaan yhdeksän viikon ajan, kunnes kilpailussa on jäljellä on kolme finalistia. Kuvausten loputtua heidät lähetetään aiemmin pudonneiden kilpailijoiden tavoin kotiinsa jatkamaan laihduttamista. Lopulta, vajaa puoli vuotta kuvausten loppumisen jälkeen, sarja ”huipentuu” suureen finaaliin, joka televisioidaan lähes suorana lähetyksenä ja jonne kutsutaan kaikki ohjelmassa mukana olleet kilpailijat. Voittaja on joku kolmesta finalistista, mutta tarjolla on myös lohdotuspalkinto, jonka saa joku ohjelmasta jo karsiutunut, mutta finaaliin mennessä painoaan paljon pudottanut kilpailija.

Syksyllä 2007 sarjaa lähetettiin MTV3:lla perjantai-iltaisina kahdeksalta. Painonpudotuksen ja kisamenestyksen lisäksi sarjassa seurataan tiiviisti joukkueiden välisiä ja sisäisiä jännitteitä. Heti ensimmäisen jakson alkajaisiksi selostajan ääni spekuloi ”selviävätkö kilpailijat haasteesta, selviävätkö he pelistä ja ennen kaikkea, selviävätkö he toisistaan”. Perään on leikattu pätkä, jossa yksi kilpailijoista toteaa kameralle ilmeisesti joukkueoveriinsa viitaten: ”Perkele, nosta se perse ylös. Voi että tekis mieli sanoa”. Näin katsoja viritetään heti alkuun siihen, että luvassa on paitsi suuria muodonmuutoksia, myös melkoista henkilödramatiikkaa. Toisin sanoen ohjelma pyrkii puhuttelemaan katsojaansa ennen muuta viihteen ja draaman keinoin, siis varsin samoilla tavoin kuin vaikkapa perinteinen saippuaooppera.

Tässä tutkielmassa pyrin kuitenkin löytämään myös toisenlaisia lukutapoja ja mahdollisesti viihtymisen taakse kätkeytyviä muita motiiveja sarjan katsomiseen. Uskon, että aktiivinen katsoja voi löytää sarjalle myös toisenlaisia käyttötapoja sen sijaan, että nojaisi pelkästään sarjan viihdearvoon, olkoonkin, että se lienee ilman muuta päällimmäinen tekijä. Niinpä tutkielmani keskeisin kysymys kuuluu, millaisiin tarkoituksiin haastattelemani ihmiset *Suurin pudottaja* -sarjaa käyttävät. Lisäksi paneudun siihen, miten sarjan katsominen nivoutuu yhtäältä näiden ihmisten arkeen ja toisaalta laajemmin heitä ympäröivään kulttuuriseen keskusteluun ruumiista ja sen muokkaamisesta.

3 AIEMPI TUTKIMUS

Nämä käyttötarkoituksia kartoittavat ja yleisöetnografiaan nojaavat lähtökohtani eivät tietenkään ole viestinnän tai television tutkimuksessa mitenkään uusia. Tositelevision kohdalla näitä lähestymistapoja ei kuitenkaan ole järin paljon hyödynnetty. Vaikka tositelevisio muuten on kiinnostanut tutkijoita syntyhetkistään saakka, näyttää päällimmäinen kiinnostuksen kohde toistaiseksi olleen ennen muuta tositelevision uudenlainen muoto ja sisältö, kun taas formaatin katsomista on tutkittu huomattavasti vähemmän. Niin ikään melko tuoretta on tositelevision tarkastelu suhteessa sitä ympäröivään kulttuuriseen keskusteluun, tässä tapauksessa tämänhetkiseen vallitsevaan laihdutuspuheeseen. Seuraavaksi kertaan hiukan tarkemmin, mistä näkökulmista tositelevisiota on akateemisessa tutkimuksessa lähestytty. Tämän jälkeen luon lyhyen katsauksen siihen, miten ylipäätään televisiota ja sen yleisöjä on vuosikymmenten varrella tarkasteltu.

3.1 Tositelevision tutkimus

Kuten jo aiemmista luvuista on käynyt ilmi, tositelevisiota ilmiönä on jo tutkittu ja pohdittu melko paljon. On eritelty tositelevision aiheita ja luonteenpiirteitä ja pohdittu sitäkin, mikä tositeleviiossa on sellaista, joka vetoaa katsojiin. Yhteistä useimmille näistä tutkimuksista on kuitenkin se, että niiden lähtökohtana on nimenomaan tositelevisio joko genrenä tai yksittäisenä ohjelmana. Sen sijaan itse katsojien näkökulma loistaa poissaolollaan. Tositelevisiota koskevasta keskustelusta ja tutkimuksesta tahtoo siis puuttua niiden ihmisten ääni, jotka tositelevisiota katsovat (Hill 2005, 11; Dovey 2000, 96).

Jon Doveyn (2000, 79) mukaan tositelevisioon on suhtauduttu akateemisessa kirjoittelussa lähinnä kahdella tavalla: yhtäältä tositelevisio nähdään television muuttuvan politekonomian (jonka mukaan ohjelmaa on tuotettava mahdollisimman vähillä kustannuksilla) väistämättömänä tuotteena, jonka kehityssuunta voi olla vain kohti roskatelevisiota (Trash TV). Toisen näkökulman edustajat puolestaan näkevät tositelevision demokratisoivana ja voimaannuttavana televisio-ohjelman muotona, joka vihdoinkin sallii tavallisen ihmisen ja jokapäiväisen arjen pääsyn julkiseen sfääriin. Kumpikaan näistä lähestymistavoista ei kuitenkaan anna sijaa yleisön kokemuksille. Siinä missä ekonomisen trash-ajattelu ohittaa yleisön jokseenkin täysin, tarjoaa voimaannuttamisnäkemys puolestaan turhan kriitikittömän kuvan sosiaalisesta prosessista ja television roolista siinä (mt. 91).

Toisin sanoen sitä, miksi paikalliset ja kansainväliset yleisöt tempautuvat mukaan tositelevisio-ohjelmiin on pohdittu varsin vähän (Roscoe 2004, 311). Sen sijaan, että kysyttäisiin ihmisiltä itseltään heidän katsomiskokemuksistaan, tutkimuksissa tyydytään usein oletamaan, että kyse on puhtaasti viihteestä tai syvällisimmilläänkin vain identifioitumisesta televisiassa esiintyviin ”taviksiin”. Lisäksi yleinen oletus on, että populaarin todellisuustelevision yleisö ei osaa tehdä eroa sen enempää viihteen ja informaation välille kuin fiktion ja todellisuuden välille (Hill 2005, 2).

Kuitenkin yksi vähistä yleisöön keskittyneistä tositelevisiotutkimuksista vuodelta 2000 osoittaa, että tositelevision yleisöt ovat oletettua fiksumpia. Samalla tutkimus muistuttaa, että tositelevision katselua ei suinkaan ohjaa pelkkä tirkistelynhalu, vaan pidetyin elementti kaikissa tositelevisiotyypeissä on informaatio. Tutkimuksen mukaan peräti 75 prosenttia kaikista aikuisista piti informaatiosta enemmän kuin muista tositelevision keskeisinä pidetyistä piirteistä. Esimerkiksi

ihmisten elämän katsomisesta piti vain 46 prosenttia ja lavastetuista onnettomuuksista vain 33 prosenttia. Sen sijaan 72 prosenttia miehistä ja 78 prosenttia naisista suosi informaatiota ennen muita tositelevisiion elementtejä. (mt. 80.)

Tällaisia yleisön näkemyksiä kartoittavia tutkimuksia on kuitenkin tositelevisiion osalta tehty muuhun tutkimukseen nähden toistaiseksi varsin vähän. Näyttääkin siltä, että tositelevisiion kohdalla tutkijoilta helposti unohtuu, että yleisön suhtautuminen todellisuustelevision voi antaa arvokasta tietoa paitsi itse genren, myös tämänhetkisten tv-yleisöjen ymmärtämiseen (mt. 2). Yleisön mietteistä olisi siis paljon opittavaa, kun puhutaan tositelevisiion kaltaisesta populaarista ja nopeasti muuttuvasta televisiogenrestä (mt. 11).

3.2 Yleisötutkimus

Siinä missä tositelevisiion yleisöjä on toistaiseksi tutkittu vähänlaisesti, muuta televisioyleisöä ja mediayleisöä ylipäättään on tarkasteltu vuosien saatossa varsin monelta kantilta. Vuosikymmenten varrella tutkimusta on määrittänyt vuoroin huoli televisiion esitystavan ja sisällön vaikutuksista katsojiin, vuoroin mainostajien kiinnostus sitä kohtaan, miten ihmiset käyttävät aikaansa erilaisten ohjelmien seuraamiseen. Niinpä tutkimuksen nimissä mitattu median ja televisio-ohjelmien vaikutuksia lasten käyttäytymiseen kuin myös pohdittu yleisön tapaa tulkita ja merkityksellistää näkemäänsä ja kuulemaansa. Lisäksi on tarkasteltu yleisön ja yhteisöllisyyden suhdetta sekä listattu yleisön yksilöllisiä mediankäyttötapoja. Tämän tutkielman kannalta olennaista tässä yleisötutkimuksen historiassa on se, miten yleisö on eri aikoina ymmärretty ja miten sitä on viestinnän tutkimuksessa lähestytty.

3.2.1 Yleisön rooli: passiivisesta vastaanottajasta aktiiviseen merkitysten tuottajaan

McQuailin (1997, 5) mukaan ensimmäinen sosiaalis-tieteellinen konsepti mediayleisöstä syntyi elokuvan keksimisen myötä 1900-luvun taitteessa, kun kaiken kansan ulottuvilla ollut elokuva loi ensimmäisen varsinaisen niin kutsutun massayleisön. Yleisön toinen kausi puolestaan alkoi 1920-luvulla, jolloin teknologian kehitys muodosti pohjan uudentilaisille yleisöille. Sittemmin radio- ja tv-lähetys sekä myöhemmin kaapeli, satelliitti ja videot ovat ruokkineet yhä uusien yleisöjen

syntymistä. Akateemisessa tutkimuksessa yleisöä on aikojen saatossa käsitelty niin massoina, ryhminä kuin markkinoinakin (mt. 6-9).

Mediayleisön tutkiminen on siis jokseenkin yhtä vanha ilmiö kuin itse yleisökin. Varhaisten elokuvien yleisö kiinnosti tutkijoita muun muassa elokuvien propagandapotentiaalin vuoksi. Toisaalla oli huoli siitä, millainen vaikutus orastavalla massamedialla, eli joukkoviestinnällä olisi yleisöönsä ja sitä kautta koko yhteiskuntaan. Esimerkiksi ensimmäiset kirjoitukset televisiosta korostivat television addiktoivaa vaikutusta sekä sen kaikkialla läsnä olevaa sosiaalisen ja kulttuurisen tilan invaasiota. Moitteita sai muun muassa televisionkatselun näennäinen passiivisuus ja suoranainen tyhjiys vapaa-ajan aktiviteettina (mt. 5).

Samaan aikaan massan konsepti näytti vangitsevan useita tärkeitä piirteitä yleisöstä, jota kaupalliset sanomalehdet ja elokuvat viehättivät. Yleisö oli suuri ja laajalle levinnyt. Sen jäsenet eivät tunteneet toisiaan – toisin kuin niin sanottujen luonnollisten ryhmien jäsenet – ja sen koostumus vaihteli eikä sillä ollut heterogeenisyydestään johtuen omaa identiteettiä. Yleisöä eivät myöskään kattaneet mitkään säännöt tai normit. Se ei näyttänyt toimivan itse vaan sitä ikään kuin käsiteltiin ulkoa päin. Sekä yleisön sisäisiä suhteita että yleisön ja joukkoviestinnän välistä suhdetta pidettiin persoonattomina. Massayleisön ei esimerkiksi mitenkään voinut nähdä keskustelevan median tuottajien ja lähettäjien kanssa, joten todellista sitoutumista puolin tai toisin ei katsottu voivan syntyä. Näin ollen nähtiin, että vallakkaan, asiantuntevan median ja yleisön jäsenen välillä vallitsi sosiaalinen etäisyys, jossa media vei ja yleisö vikisi. Muun muassa siksi massayleisöä usein pidettiin passiivisena ja vaikutuksille alttiina.

Myöhemmin on arvioitu, että edellä esitetty ei ole niinkään autenttinen kuvaus todellisuudesta, vaan pikemminkin kyse on tiettyjen, uutisten ja viihteen massatuotannon ja jakelun olosuhteille tyypillisten, piirteiden painotuksesta. Aikansa kommentaattorit heijastivat individualistisia arvoja ja pessimististä näkemystä teollisesta yhteiskunnasta vastakohtana yhteisöllisemmän ja tyydyttävämmän elämäntavan kuvauksille. Yleisön kutsuminen massaksi heijasti silloisen älymystön pelkoja kulttuuristen ja moraalisten standardien depersonalisoitumisesta, irrationaalisuudesta, manipulaatiosta ja yleisestä rapautumisesta. Sittemmin on huomautettu, että varsinainen ongelma ei ollut niin sanottujen massojen olemassaolo vaan yleinen tendenssi kohdella ihmisiä massoina. (mt. 7.)

Tätä nykyä yleisöä pidetäänkin enemmän tai vähemmän aktiivisena, vaikutuksille vastustuskykyisenä ja omien tarpeidensa ohjaamana. Tämä yleisön käsittäminen entistä kriittisemmäksi ammentaa eri tieteenaloilla samanaikaisesti tapahtuneista yleisökäsityksen muutoksista. Esimerkiksi kirjallisuuden tutkimuksessa on siirrytty tekstien määräämän merkityksen tarkastelusta yleisön ja tekstin välisen neuvottelun tuloksena syntyviin merkityksiin. Kulttuurianalyyseissa puolestaan on siirrytty kulttuurin hegemonisen aseman tarkastelusta vallitsevaa kulttuuria vastustavien ja kumouksellisten näkemysten tutkimiseen. Mediatutkimuksessa tämä siirtymä taas näkyy yleisökäsityksen muutoksena passiivisesta ja ajattelemattomasta katsojasta aktiiviseen, valikoivaan ja tiedostavaan katsojaan. (Livingstone & Lunt 1994, 71–72.)

Samalla yleisön määrittäminen on muuttunut siten, että yleisöä ei enää määritä yksin joukkoviestinnän väline tai sisältö, vaan yleisön kulloisenkin määritelmän katsotaan riippuvan myös sen sosiaalisista ja kulttuurisista konteksteista (McQuail 1997, 142). Yleisö on siis sekä sosiaalisen kontekstinsa tuote – jolla on jaetut kulttuuriset intressit, ymmärrykset ja tiedontarpeet – että vastaus tai reaktio mediatarjonnan tietynlaiselle muotille. Toisin sanoen media ja sen yleisö kohtaavat tietyn yhteisesti jaetun kulttuurin sisällä, jossa median tarjonta kohtaa sille asetetut kulttuuriset odotukset. Media myös osaltaan heijastaa yleisönsä laajempia ajankäytön, saatavuuden, elämäntavan ja jokapäiväisten rutiinien mallia (mt. 2).

Omaa tutkielmaani määrittää paitsi tietyn sarjan, myös tietyn genren ja aiheen yleisö, joka ainakin jossain määrin ammentaa myös yhteisesti jaetusta kulttuurisesta ympäristöstä. Toisin sanoen *Suurimman pudottajan* yleisö on osittain yhtä kuin tositellevision yleisö, mutta toisaalta sitä määrittää yhtä lailla myös elämäntapaohjelmisto ja laihdutusviestintä. Ja vaikka haastatteleman yleisön edustajat eivät suhteudu *Suurimpaan pudottajaan* vain yhdestä täysin yhteisestä näkökulmasta, vaan kunkin katsojuutta ja siten paikkaa yleisössä määrittävät varsin erilaiset lähtökohdat, heitä yhdistävät tietynlaiset sosiokulttuuriset taustat, joista tämän tutkielman kannalta olennaisimpia lienevät yhtäältä omakohtainen kokemus painonhallinnasta ja toisaalta kulttuurinen kokemus siitä, miten laihduttamisesta tai lihavuudesta ylipäätään puhutaan.

3.2.2 Yleisötutkimuksen traditiot

Kuten jo edellä on käynyt ilmi, yleisöä voi akateemisessa tutkimuksessa lähestyä monelta eri kantilta. Yksinkertaisimmillaan yleisötutkimuksessa voidaan erottaa kaksi erilaista lähestymistapaa

yleisöön. Yhtäältä yleisöä voidaan tutkia viestin välittämisen kohteena, jolloin keskeisiksi nousevat muun muassa kysymykset viestien pitkä- ja lyhytaikaisista vaikutuksista. Olennaista tässä lähestymistavassa on, että yleisö käsitetään ennen muuta viestinnän tuotteeksi ja seuraukseksi, siis yleisöksi, jonka jokin media tai sisältö tuottaa. Toisaalta yleisö voidaan käsittää viestien aktiivisena vastaanottajana, jonka yksilölliset tarpeet median käytölle kumpuavat jostain muualta kuin mediasta itsestään, esimerkiksi omasta henkilöhistoriasta tai sosiaalisesta elinpiiristä. Näistä kahdesta lähestymistavasta tässä tutkielmassa käyttämäni käyttötarkoitustutkimus ja yleisöetnografia sijoittuvat ilman muuta jälkimmäiseen kenttään. (Silverstone 1994, 133–144.)

Hieman hienojakoisemman ajattelutavan mukaan yleisötutkimuksen traditiot on erotettu jopa viideksi eri kategoriaksi, joita ovat vaikutustutkimukset, käyttötarkoitustutkimus, kirjallisuuskritiikki, kulttuurintutkimus ja vastaanottotutkimus. McQuailin (1997, 16) mukaan nykyään on kuitenkin taloudellisinta puhua kolmesta eri lähestymistavasta – strukturalistisesta, behavioristisesta, sosiokulttuurisesta yleisötutkimuksesta.

Näistä strukturalismin päätavoitteena on kuvailla yleisöjen rakentumista ja suhteellistaa sitä yhteiskuntaan. Tarkastelun kohteena ovat tällöin sosiaalidemografia sekä median ja ajan käyttö. Päämetodina käytetään kyselyitä ja tilastollisia analyyseja. Behavioralismin, eli käyttäytymistutkimuksen tavoitteena puolestaan on selittää ja ennustaa yleisön valintoja ja reaktioita sekä median mahdollisia vaikutuksia. Tarkastelussa ovat motiivit, valintateot ja reaktiot. Tutkimuksen metodeita ovat kyselyt, kokeilu ja mentaalinen mittaaminen. Kolmannen, eli kulturalistisen tradition tai merkitystutkimuksen tavoitteena taas on ymmärtää vastaanotetun sisällön merkityksiä ja käyttöä tietyssä kontekstissa. Tarkastelun kohteena on ennen muuta merkityksen havaitseminen sekä tuon havaitsemisen sosiaalinen ja kulttuurinen konteksti. Metodina toimii etnografia. (mt. 21.)

Siinä missä strukturalistinen traditio korostaa mediajärjestelmää ja sosiaalista järjestelmää median käytön ja käyttäytymisen määrääjinä, ottaa behavioristinen lähestymistapa lähtökohdaksi yleisön yksilölliset tarpeet, motiivit ja olosuhteet. Sosiokulttuurinen lähestymistapa taas korostaa yhtäältä sitä kontekstia, jossa yleisön jäsen sijaitsee sekä toisaalta sitä tapaa, jolla mediavaihtoehtoja arvioidaan ja niille annetaan merkityksiä. (mt. 66.)

Edellä esitetyistä jaotteluista huolimatta eri lähestymistapojen välille on vaikeaa vetää selvää rajaa, sillä melkein tutkimuksessa kuin tutkimuksessa ammennetaan yli traditiorajojen. Niinpä omakin tutkielmani sijoittuu jossain määrin kaikkien kolmen tradition kenttään.

Käyttämäni ”päätyökalu”, eli käyttötarkoitustutkimus edustaa ennen muuta behavioristista traditiota ja syntyi perinteen sisällä eräänlaisena reaktiona tai vastauksena varhaisen vaikutustutkimuksen esittämiin malleihin median suorista vaikutuksista yleisönsä. Käyttötarkoitustutkimuksessa *vaikutus*-käsitteen ja yleisön passiivisuuden sijaan keskeiseksi käsitteeksi nousi *käyttö*, ja samalla yleisö alettiin nähdä enemmän tai vähemmän aktiivisena ja motivoituneena joukkona median käyttäjiä tai kuluttajia, jotka itse määräsivät mediakokemuksista sen sijaan, että olisivat olleet median ja sen sisältöjen passiivisia ”uhreja”. Tämän ”oivalluksen” myötä tutkimus alkoi keskittyä – mediakäytön seurausten sijaan – median ja sen sisältöjen valintaa ohjaavien motiivien alkuperään, luonteeseen ja asteeseen. Samaan aikaan yleisöjen annettiin myös tuottaa omia määritelmiään omasta käyttäytymisestään sen sijaan, että käyttäytymistä olisi arvioitu puhtaasti mittarein tai tutkijoiden ennalta laatimista lähtökohdista. (McQuail 1997, 17–18; Katz & Blumler & Gurevitch 1974, 20–21.)

Käyttötarkoitustutkimus ei ole kuitenkaan puhtaasti behavioristista, sillä vaikka sen tutkimuskohteena ovat yksilöt, sen pääpointti on lopulta mediatyydytysten sosiaalisissa alkuperissä ja median laajemmissa sosiaalisissa funktioissa, kuten sosiaalisten kontaktien ja interaktion helpottamisessa tai jännityksen laukaisemisessa (McQuail 1997, 18). Omassa tutkielmassani soppaa sekoittaa lisäksi käyttötarkoitustutkimuksen tukena käyttämäni yleisöetnografia, joka yhtäältä vetää tutkielmaani sosiokulttuurisen tradition puolelle, mutta toisaalta myös vastaa osittain samoihin kysymyksiin kuin käyttötarkoitustutkimuskin. Silti sen sijaan, että olisin keskittynyt pelkästään median käytön ja sen motiivien kartoittamiseen, halusin tuoda tutkielmaani lisävalaistusta tarkastelemalla sitä, miten ja millaisissa omakohtaisissa konteksteissa haastattelemanı yleisön edustajat televisiota ja *Suurinta pudottajaa* katsoivat.

Lopuksi haluan tehdä näkyväksi myös sen (media)kulttuurisen ilmapiirin, jossa haastateltavani sarjaa tulkitsevat. Samalla tulen väkisinkin liukuneeksi myös strukturalistisen tutkimustradition laitamille, sillä sekä kulttuuristen että yksilöllisten katsomismotiivien ja kontekstien voitaneen sanoa lopulta palautuvan yhteiskunnallisten rakenteiden muodostamaan kontekstiin.

4 TUTKIMUSONGELMA JA TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Kuten sanottua, tässä tutkielmassa lähestyn *Suurinta pudottajaa* ja sen yleisöä ensisijaisesti käyttötarkoitustutkimuksen näkökulmasta. Menetelmän keinoin pyrin selvittämään, miksi itekin laihdutus- tai painonhallintakokemusta omaavat ihmiset sarjaa katsovat ja mitä he siitä itselleen saavat. Sovellan menetelmää nimenomaan sen alkuperäisen, laadullisen mallin mukaan sen sijaan, että sotkeutuisin menetelmän 60-luvulla alkaneen uuden aallon suosimiin kvantitatiivisiin mittaus- ja ristiintaulukoimisoperaatioihin. Lähtökohtanani eivät siis ole olleet valmiit käyttötarkoituskategoriat, vaan katsojien omat kertomukset katselustaan. Näiden kertomusten pohjalta olen yrittänyt hahmotella erilaisia katsomismotiiveja, eli käyttötarkoituksia.

Käyttötarkoitustutkimus ei kuitenkaan pysty selittämään koko katsomisprosessia, vaan vastaa parhaimmillaankin vain siihen, miksi *Suurinta pudottajaa* katsotaan. Niinpä haluan täydentää tutkielmaani kysymällä myös sitä, miten sarjaa katsotaan. Yleisöetnografisen menetelmän avulla toivon saavani sarjan katsomiskokemuksesta ja sen tuottamista reaktioista hieman kokonaisvaltaisemman kuvan, kuin mitä pelkkä käyttötarkoitustutkimuksen soveltaminen tuottaisi.

Lopuksi pyrin vetämään näiden menetelmien tuottamista vastauksista hieman yleisempiä johtopäätöksiä siitä, miten *Suurimman pudottajan* kaltaisen, laihduttamiseen ja ruumiin muokkaamiseen keskittyvän tositelevisio-ohjelmiston katsominen – ja siten myös itse tämä ohjelmisto – mahdollisesti ylläpitää ja ruokkii tämänhetkisessä kulttuurissa vallitsevaa ruumiskäsitystä.

Koko tutkimusongelmani kiteytyy siis kolmeen kysymykseen: 1) Mihin tarkoituksiin ja millaisten tarpeiden tyydyttämiseen *Suurimman pudottajan* katsojat sarjaa käyttävät? 2) Miten näiden tarpeiden tyydyttäminen ja siten sarjan katsominen nivoutuu osaksi katsojien arkea ja muuta median käyttöä? 3) Miten sarjan katsominen suhteutuu siihen vallitsevaan kulttuuriin, jonka kontekstissa sarjaa väistämättä katsotaan.

4.1 Käyttötarkoitustutkimus väljänä viitekehystenä

Vaikka käyttötarkoitustutkimus ei ehkä tänä päivänä ole se kaikkein kuumin viestintätutkimuksen työkalu, on se mielestäni edelleen sovelletuin osin varsin käyttökelpoinen silloin, kun halutaan selvittää, mikä saa ihmiset kuluttamaan jotakin tiettyä mediasisältöä. Yksilökeskeisyydestään ja heikosta mediakriittisyydestään huolimatta käyttötarkoitustutkimus pääsee mielestäni lähimmäksi niiden näkymättömien motiivien tunnistamista, jotka television katsomista, samoin kuin muutakin mediakulutusta ohjaavat. Siihen, piilekö näiden motiivien autenttinen alkuperä sitten lopulta yksilöissä vai yhteiskuntarakenteissa, käyttötarkoitustutkimus ei ehkä vastaa, mutta tuohon kysymyksen voi aina palata muiden menetelmien voimin.

Käyttötarkoitustutkimus syntyi pian sotien jälkeen eräänlaisena vastareaktiona vaikutustutkimuksen ja etenkin sen lääkeruiskumallin esittämille yksinkertaistuksille ja ylilausumille joukkoviestinnän vaikutuksista (McLeod & Becker 1974, 138). Siinä missä vaikutustutkimuksen peruskysymys kuului ”mitä viestimet tekevät ihmisille”, käänsi käyttötarkoitustutkimus tämän kysymyksen toisinpäin kysymällä ”mitä ihmiset tekevät viestimillä” (esim. Moores 1993, 6–7). Näin käyttötarkoitustutkimus lähestyi viestinten ja yleisön suhteita aivan uudesta näkökulmasta tarkastellen sitä, mihin tarkoituksiin ihmiset viestimiä käyttävät ja mitä tehtäviä media ja sen sisällöt itse kunkin kohdalla täyttävät.

Ensimmäiset tällaiset tutkimukset ovat peräisin 1940-luvulta, ja ne keskittyivät erilaisten radio-ohjelmien, erityisesti saippuaopperoiden ja tietovisojen, sekä lehtien lukemisen suosion syihin (McQuail 1997, 70). Tutkimusta määritteli alkuvaiheessa laadullinen ote (Katz & al. 1974, 20). Käyttötarkoituksia luodattiin strukturoimattomin haastatteluin ja tavoitteena oli kuvailla näiden tarkoitusten luonnetta, ei niinkään selvittää määrällisesti, miten yleisiä tai harvinaisia eri sanomatyyppejä nämä tai nuo käyttötarkoitukset ovat. Esimerkiksi Herta Herzog (1995 (1944), 9–10) tutki 1940-luvulla radion päivittäissarjojen kuuntelua. Sataan intensiivihaastatteluun perustunut tutkimus osoitti, että päivittäissarjojen kuuntelu pystyi tuottamaan kolmenlaista tyydytystä. Ensimmäisenä sarjat antoivat mahdollisuuden purkaa tunne-elämän jännitystiloja. Kuunnelmat tarjosivat muun muassa ”mahdollisuuden itkeä”, sekä ”mahdollisuuden ilmaista aggressiivisuutta”. Samalla kuunnelmat antoivat kuulijoilleen mahdollisuuden ”paisutella omia ongelmiaan” samaistamalla itsensä kuunnelmien sankarittarien kärsimyksiin. Toiseksi radion päivittäiskuunnelmat tarjosivat mahdollisuuden toiveajatteluun. Tutkimuksen mukaan tämä ilmeni

muun muassa siten, että jotkut kuuntelijat ”menivät täysillä mukaan” ja eläytyivät sarjojen tapahtumiin toisten yksinkertaisesti täyttäessä kuuntelulla ”oman elämänsä tyhjiötä”. Kolmas tyydytyksen laji olivat sarjojen tarjoamat neuvot ja ohjeet. Sarjojen kerrottiin yhtäältä ”selittävän asioita” ja toisaalta ”opettavan käytöksen malleja”.

1950-luvulle tultaessa tämäntapainen tutkimus näytti jo kadonneen, kunnes 60-luvulla alkoi jälleen näyttää siltä, ettei vaikutuskysymys antanut tutkimukselle riittävästi haastetta. Niinpä tultiin siihen tulokseen, että vaikutuksen asemesta on mielekkäämpää selvittää, mihin tarkoituksiin ja missä mitassa viestimiä ja niiden antia käytetään (Pietilä 1997, 169). Samoihin aikoihin MCR-perinne ajautui kriisiin, jonka seurauksena se menetti aiemman hegemonisen asemansa ja hajautui sisäisesti (mt. 190). Tällöin eräät perinteen piirissä toimineista tutkijoista alkoivat kokea, että vaikutustutkimus oli ajautunut umpikujaan siksi, että se oli lähestynyt yksilöitä viestinnän passiivisina kohteina sen sijaan, että olisi ottanut huomioon ihmisten käyttävän viestimiä ja niiden antia aktiivisesti. Moisen huomion innoittamana aiemmin vaikutustutkimuksen varjossa kituuttanut käyttötarkoitustutkimus löydettiin uudelleen, ja 60–70 -luvun taitteessa traditio alkoi suorastaan kukoistaa (Pietilä 1997, 191; McQuail 1997, 70–71).

Käyttötarkoitustutkimuksen perusoletuksena oli ajatus, jonka mukaan mediasisältöjen valinta on rationaalista ja tähtää tiettyihin päämääriin ja tyydytyksiin. Yleisö nähtiin aktiivisena ja yleisön muodostuminen voitiin selittää loogisesti. Niin ikään yleisön jäsenten oletettiin olevan tietoisia mediaan liittyvistä tarpeistaan, joiden katsottiin nousevan yhtäältä henkilökohtaisista (yksilöllisistä) ja toisaalta sosiaalisista (jaetuista) olosuhteista. Yleisön uskottiin myös voivan pukea nämä motivaatiot sanoiksi. Lisäksi uskottiin, että useimmat tärkeistä yleisön muodostumisen tekijöistä, kuten motiivit, tyydytykset, valinnat ja taustamuuttujat, voidaan mitata. Teoria oli muodoltaan varsin individualistinen, vaikka vihjasikin yleisöllä olevan myös joitain kollektiivisia ominaisuuksia, kuten jaetut tyydytykset ja samankaltainen tarvejakauma, joka osin kumpuaa sosiaalisesta ja yhteiskunnallisesta taustasta. (McQuail 1997, 71.)

1970-luvulle tultaessa tutkimuksen keskeisimmäksi käsitteeksi oli siis noussut tarve ja yleisö oli alettu nähdä sanomien passiivisten kohteiden sijaan aktiivisina yksilöinä, tarpeidensa tyydyttäjinä (Pietilä 1997, 199–201). Samalla käyttötarkoitustutkimus oli irrottautunut alkuperäisestä laadullisesta lähestymistavastaan ja rakentunut tukevasti määrällisen otteen pohjalle. Tyypillisesti käyttötarkoituksia onkin sittemmin ollut tapana mitata laatimalla etukäteen lista tarkoituksista, joita tietyn välineen tai sanomatyyppin käytöllä voi olla, ja pyytämällä vastaajia arvioimaan missä määrin

mikäkin niistä kuvaa heidän kyseisen välineen tai sanomatyypin käyttöään (mt. 198). Näiden lukuisten kyselyiden pohjalta on useimmiten noussut esiin neljä käyttötarkoitusten pääryhmää, jotka ovat rentoutuminen, tiedon hankinta, identiteetin muodostaminen sekä sosiaalisten suhteiden luominen ja ylläpitäminen (esim. McQuail & al. 1972, 155; McQuail 1997, 70).

Vaikka käyttötarkoitustutkimus on siis ottanut merkittävän askeleen eteenpäin joukkoviestinnän tutkimusta aiemmin hallinneen vaikutustutkimuksen yksipuolisista oletuksista, on selvää, että myös käyttötarkoitustutkimus on herättänyt useita kriittisiä huomioita. Esimerkiksi Morley (1989, 16–17) toteaa, että vaikka käyttötarkoitustutkimus liikutti akateemista keskustelua eteenpäin, alkoi tarkastella yleisön aktiivista sitoutumista viestimiin ja tiettyihin televisio-ohjelmiin sekä avasi kysymyksen erilaisista tulkinnoista, tutkimuksen ongelma on kuitenkin se, että sen näkökulma on varsin individualistinen. Käyttötarkoitustutkimus on siis edelleen sosiologisesta ja kulttuurisesta näkökulmasta melko rajoittunut siinä mielessä, että kaikki palautuu yksilön psykologisen tason variaatioihin.

Samaa mieltä on Elliot (1974, 252–254), joka listaa koko joukon puutteita, joista käyttötarkoitustutkimusta voidaan syyttää. Morleyn tapaan suurimpana epäkohtana Elliot pitää käyttötarkoitusteorian individualistista lähestymistapaa, joka keskittyy yksilöiden sisäisiin prosesseihin ja jättää sosiaaliset struktuurit tarkastelun ulkopuolelle. Toisin sanoen käyttötarkoitusteoria käsittelee joukkoviestintäprosessia eristettynä muista sosiaalisista ja kulttuurisista prosesseista. Toiseksi Elliot arvostelee käyttötarkoitustutkimusta siitä, että se nojaa yleisön mentaaliin tiloihin, psyykkisiin tarpeisiin, joiden olemassaoloa ja merkitystä voidaan viestintätutkimuksen välineillä arvioida vain epäsuorasti. Kolmanneksi Elliot arvostelee käyttötarkoitustutkimusta siitä, että vaikka yleisön tarpeiden ja niiden tyydytysten olemassaolo näyttää tulleen todistetuksi käytetyillä metodeilla, nämä prosessit voivat myös olla puhtaasti käytettyjen metodien tuotteita. Neljänneksi Elliot pitää käyttötarkoitustutkimuksen selitysvoimaa heikkona, sillä hänen mukaansa tutkimus ei ole järin paljastavaa tai vaikuttavaa. Lopuksi hän syyttää käyttötarkoitustutkimusta myös siitä, että se tukee status quon säilyttämistä sen sijaan, että ravistelisi sitä, kuten kunnollisen kriittisen viestintätutkimuksen kuuluisi tehdä.

McQuail (1997, 73) ja Pietilä (1997, 202) ovat puolestaan nostaneet esiin käyttötarkoitustutkimuksen taipumuksen yliarvioida yleisöjen mediavalintojen rationaalisuutta ja aktiivisuutta. Pietilän mukaan tämä ongelma liittyy ennen muuta kvantitatiiviseen, käyttötarkoituksia mittavaan lähestymistapaan. Niinpä hän kysyykin, tietävätkö ihmiset todella

viestinten käyttötarkoituksensa, saati tarpeensa ja pystyvätkö he tuomaan ne pätevästi esiin reagoimalla valmiisiin käyttötarkoituskysymyksiin. Pietilä myös huomauttaa, että vaikka ihmiset olisivatkin tietoisia motiiveistaan, jäljelle jää yhä kysymys siitä, vastaavatko he tutkijalle todenmukaisesti vai kulttuuristen mielikuvien pohjalta, jolloin vastaukset heijastelevat näitä, niin sanotusti yleisesti hyväksytyjä käyttötarkoituksia, eivät todellisia motiiveja. Onhan hyväksyttävämpää sanoa käyttävänsä viestimiä esimerkiksi ”pysyäkseen ajan tasalla” kuin ”kuluttaakseen aikaansa”.

Kaikesta tästä kritiikistä huolimatta pidän käyttötarkoitustutkimusta sovelletuin osin hyvänä työkaluna nimenomaan sen selvittämiseen, mikä saa ihmiset seuraamaan jotakin tiettyä ohjelmaa. Mitä tulee yksilökeskeisyyden ja mediakritiikittömyyden ongelmaan, niitä pyrin kompensoimaan etnografisen tutkimuksen avulla. Käytän myös käyttötarkoitustutkimusta nimenomaan sen alkuperäisessä, laadullisessa muodossa, jolloin lähtökohtanani on avoimien kysymysten esittäminen valmiiden vastausvaihtoehtojen tarjoamisen ja tilastollisten yleistysten sijaan. Tällöin minun ei tarvitse olettaa, että tarkastelemani yleisön osan mediavalinnat ovat täysin tiedostettuja, vaan – kuten myöhemmin haastattelututkimukseen lähemmin pureutuessani tuon esiin – teemahaastattelun keinoin uskon pääseväni käsiksi myös tiedostamattomiin motiiveihin. Samalla toivon välttäväni esimerkiksi Elliotin (1974, 252–254) artikuloiman ongelman, että saamani tulokset olisivat puhtaasti käytetyn metodin tulosta. Avoimet kysymykset kun oletettavasti ohjaavat vastauksia huomattavasti vähemmän kuin valmiit vastauskategoriat.

Käyttötarkoitustutkimuksen valtavirrasta olen kuitenkin poiminut ne neljä käyttötarkoitusten pääryhmää, joiden pohjalta olen haastattelukysymykseni muotoillut. Nämä neljä ryhmää ovat 1) rentoutuminen ja ajanviette, 2) sosiaaliset suhteet, 3) oman identiteetin peilaaminen sekä 4) tiedon hankkiminen. Nämä ryhmät muodostavat myös perustan haastatteluaineiston tulkinnalle, mutta eivät sido sitä niin, etteikö esiin voisi nousta muunkinlaisia motiiveja. Lisäksi otan ohjenuorakseni muun muassa Katzin, Blumlerin ja Gurevitchin (1974, 20–21) esiin nostamat käyttötarkoitusteorian lähtökohdat, joiden mukaan a) yleisö on valinnoissaan aktiivinen, ja merkittävä osa joukkoviestinnän kulutuksesta oletetaan tarkoitushakuiseksi, b) media kilpailee ihmisten ajasta ja huomiosta muiden tyydytysten lähteiden kanssa, c) yleisön jäsenet itse tuottavat tutkimustietoa ja ovat ainakin jossain määrin tietoisia intresseistään ja motiiveistaan sekä d) arvoarvostelmat joukkoviestinnän ja viihteen kulttuurisesta merkittävydestä jätetään syrjään. Samalla luotan vakaasti McQuailin (1997, 86) toteamukseen, jonka mukaan käyttötarkoitustutkimuksessa metodologia – kuten varmasti kaikessa muussakin viestinnän tutkimuksessa – on kyllä valtavia

sisäänrakennettuja epävarmuuksia, joita ei voida eliminoida, mutta yhtä kaikki on olemassa hetkiä tai tilanteita, jolloin media ja yleisö kohtaavat niin, että tuo kohtaaminen tuottaa jonkinlaista tyydytystä. Nämä tilanteet puolestaan kumpuavat nimenomaan yleisön vilpittömistä sosiaalisista tarpeista, joten tavalla tai toisella nuo tarpeet on voitava kaivaa esiin.

4.2 Yleisöetnografia: katsomisen kontekstit

David Morleyn (1989, 34; Morley & Silverstone 1991, 150) mukaan, tutkittiinpa television katselua mistä näkökulmasta hyvänsä, tuo katselu tulisi aina ymmärtää toiminnan omassa kontekstissa, useimmiten kotiympäristössä. Lisäksi television käyttö pitää ymmärtää muiden, kilpailevien ja täydentävien vapaa-ajan aktiviteettien ja jokapäiväisten rutiinien sekä tietysti koko ympäröivän kulttuurin laajassa kontekstissa (Morley 1986, 15; Morley & Silverstone 1991, 151). Toisin sanoen television katsomista, kuten muutakin viestinnän käyttöä ja vastaanottoa tutkittaessa tulee ottaa huomioon ne tekijät, jotka kehystävät katsomis- tai vastaanottokäyttäytymistä. Nämä arjen käytännöt ja kulttuurin diskurssit nimittäin olennaisesti muokkaavat sitä tapaa, jolla esimerkiksi televisiota katsotaan ja katsottua ymmärretään (Silverstone 1994, 133). Siksi vain näitä, katselua ympäröiviä ja siten myös sitä ohjaavia tekijöitä tarkastelemalla voidaan kunnolla ymmärtää myös niitä prosesseja, joiden kautta televisio ja muut viestimet tuottavat merkityksiä.

Yleisöetnografian ideana on auttaa ymmärtämään television katselua ja muuta median kulutusta nimenomaan arjen ja kulttuurin kontekstissa (Morley & Silverstone 1991, 162). Tutkimusotteen juuret lepäävät ennen muuta psykologiassa, sosiologiassa ja politiikan tutkimuksessa, mistä etnografia otettiin myös viestintätieteiden käyttöön, kun ymmärrettiin, että pelkät tilastolliset analyysit sen enempää kuin täysin teoreettinen kulttuurintutkimuskaan eivät ehkä riitä muodostamaan tarpeeksi kattavaa kuvaa viestinten käytöstä ja viestien vastaanotosta (Lull 1990, 3–5). Varsinainen etnografinen käänne tapahtui 1970-luvulla (Moorens 1993, 1). Tällöin vaikutustutkimuksen yhtäällä esittämä kysymys ”mitä viestimet tekevät ihmisille” ja käyttötarkoitustutkimuksen toisaalla pohtima kysymys ”mitä ihmiset tekevät viestimillä” saivat seurakseen etnografian esittämän kysymyksen siitä, miten tämä kaikki tapahtuu. Kaikenlaisten mentaalisten vaikutus-, tarve- ja käyttöpohdintojen jälkeen etnografia ryhtyi siis tutkimaan empiirisesti vastaanoton tapoja ja toimintoja (Moorens 1993, 65; Lull 1990, 7).

Kuten laadullista tutkimusta yleensä, myös etnografiaa on kritisoitu sen tuottamien tulosten huonosta validiteetista ja edustavuudesta. Työläydestään ja aikaa vievästä luonteestaan johtuen etnografinen tutkimus keskittyy useimmiten suhteellisen pieniin tutkittavien joukkoihin, joiden perusteella on vaikea tehdä yleispäteviä päätelmiä yleisöjen käyttäytymisestä. James Lull (1990, 19) kuitenkin huomauttaa, että se, mikä etnografisessa tutkimuksessa ehkä hävitään tässä ”ulkoisessa” edustavuudessa, voitetaan tutkimuksen ”sisäisessä” validiteetissa. Etnografinen tutkimus kun pyrkii tarkastelemaan tutkimusaihettaan useista eri näkökulmista ja ottamaan huomioon myös ne tekijät, jotka kehystävät itse tutkimusaihetta, kuten television katselua. Näin etnografia pääsee syvemmälle tutkimaansa aiheeseen kuin esimerkiksi tilastollinen kyselytutkimus.

Seiter ja kumppanit (1989, 227) kuitenkin huomauttavat, että televisioyleisön tutkimus, silloinkin, kun se on käyttänyt etnografisia tai kvalitatiivisia metodeja, ei ole tyydyttänyt kunnan etnografian vaatimuksia. Nimittäin siinä missä etnografiset menetelmät ihanteellisesti perustuvat pitkäaikaiselle ja syvälliselle kenttätyölle, useimmat televisioyleisötutkimukset sisältävät vain lyhyen, joissain tapauksissa alle tunnin mittaisen kontaktin tutkittaviin. Lisäksi etnografisia metodeita on perinteisesti käytetty kokonaisten kulttuurien tutkimiseen, mutta televisiotutkimus tarkastelee vain yhtä kulttuurin aspektia ja yrittää suhteuttaa sen sosiaaliseen identiteettiin. Silti, näistä pienistä etnometodologisista puutteistaan huolimatta, etnografiset yleisötutkimukset kuitenkin jakavat etnografian perusintressin kulttuuristen toimintatapojen empiiriseen tutkimukseen elettyinä kokemuksina, ja tämä riittänee perusteeksi kutsua yleisöetnografiaa nimenomaan etnografiaksi.

Yleisöetnografian ideaalina tavoitteena lienee, että esimerkiksi televisionkatsomista tutkittaisiin sen luonnollisissa puitteissa, eli ihmisten kotona (esim. Morley & Silverstone 1991, 149). Tässä tutkielmassa ihmisten katselukäyttäytymistä ei kuitenkaan ole seurattu näiden kotioloissa ja itse katseluhetkellä, vaan on tyydytty ihmisten haastatteluissa esiin tuomiin katsomistottumuksiin. Mielestäni tämä ei kuitenkaan ylitsepääsemättömästi heikennä tutkielman etnografista arvoa, sillä uskon, että ihmisten televisionkatsomiskokemuksiin voi päästä käsiksi myös sen kautta, miten ihmiset noista kokemuksistaan puhuvat. Tämä toki edellyttää, että katsomiskokemukset ovat vielä tuoreina ihmisten mielessä, ja niin ne ovat tätä tutkielmaa tehtäessä varmasti olleetkin. Onhan haastatteluaineisto kerätty nimenomaan niinä viikkoina, kun *Suurin pudottaja* pyöri televisiossa.

Toinen perustelu sille, miksi haastattelu on tässä yhteydessä riittävä aineistonkeruun menetelmä, on se, että tarkoitus ei ole ollut kartoittaa haastateltavien ja heidän televisionkatselunsa kaikkia mahdollisia sosiaalisia konteksteja, puhumattakaan, että näitä konteksteja olisi yritetty yleistää

pätemään kaikkiin *Suurimman pudottajan* katsojiin tai edes tietynlaisten katsojien joukkoon. Sen sijaan ainoana tavoitteena on ollut varovaisesti taustoittaa ja syventää käyttötarkoitustutkimuksen esittämien miksi-kysymysten esiin nostamia katsomismotiiveja kysymällä myös sitä, miten katsominen tapahtuu. Yleisöetnografian avulla haen kontekstuaalista, eli tilanne- ja kulttuurisidonnaista ymmärrystä siitä, miten *Suurimman pudottajan* katsominen limittyy yhtäältä haastattelemani yksilöiden arkeen ja toisaalta laajempaan kulttuuriseen kontekstiin, jossa televisionkatsominen ja katsotun tulkitseminen väistämättä tapahtuu. Tätä tehtävää toteuttaessani olen pyrkinyt pitämään mielessäni Moores'n (1993, 68) neuvon, jonka mukaan hyvä etnografia on jo sitä, että yrittää nähdä asiat haastateltavien näkökulmasta.

5 AINEISTO: TEEMAHAASTATTELUT

Aineistoni koostuu kahdeksasta puolistrukturoidusta teemahaastattelusta, jotka olen litteroinut analyysia varten. Kestoltaan haastattelut vaihtelivat hieman vajaasta puolesta tunnista noin kolmeen varttiin, ja litteroituina niistä kustakin kertyi tekstiä 9–14 liuskaa. Haastattelujen runko (liite 2) jakautuu tavallaan kolmeen osaan, joista ensimmäinen kartoittaa haastateltavien taustoja, kuten ikää, asuinpaikkaa ja ammattia. Toinen osa puolestaan keskittyy etnografisiin kysymyksiin, kuten television katsomiseen käytettävään aikaan, katselutapoihin ja muun median kulutukseen. Kolmas osio tähtää käyttötarkoitusten kartoittamiseen, ja sen pohjan muodostavat siis käyttötarkoitustutkimuksen piirissä toistuvasti esiin nousevat neljä käyttötarkoitusten pääryhmää.

5.1 Miksi juuri teemahaastattelu

Valitsin aineiston hankinnan menetelmäksi teemahaastattelun, koska halusin ihmisten kertovan katsomiskokemuksistaan omin sanoin, ilman valmiiksi pureskeltuja kategorioita. Minua kiinnosti nimenomaan se, kuinka haastateltavani itse puhuvat katsomisestaan ja sen tuottamasta tyydytyksestä. Niinpä teemahaastattelu tuntui tähän tarkoitukseen parhaalta työkalulta, koska siinä haastateltavat eivät vain vastaa tutkijan valmistelemiin kysymyksiin, vaan itse dialogissa muokkaavat omia määritelmiään elämismaailmastaan (Kvale 1996, 11).

Hirsjärvi ja Hurme (1988, 35) määrittelevät teemahaastattelun lomake- ja avoimen haastattelun välimuodoksi, puolistrukturoiduksi tai puolistandardoiduksi haastatteluksi, joka sopii käytettäväksi esimerkiksi silloin, kun halutaan selvittää heikosti tiedostettuja seikkoja tai kun tutkitaan ilmiöitä, joista haastateltavat eivät päivittäin ole tottuneet keskustelemaan. Teemahaastattelu on puolistrukturoitu menetelmä siksi, että vaikka haastattelun aihepiirit, teema-alueet, ovat tiedossa, menetelmästä puuttuu strukturoidulle haastattelulle luonteenomainen kysymysten tarkka muoto ja järjestys. Niinpä teemahaastattelu ei ole vain kysymysten esittämistä ja niihin vastaamista, vaan se on tiedon tuotannon tilanne, jossa tietoa tuotetaan dialogissa kahden keskustelijan näkemyksien välillä (Kvale 1996, 296).

Hirsjärven ja Hurmeen (1988, 8) kokemuksen mukaan tämä teemahaastattelun avoimuus ja dialogisuus sallii tutkimuksen kohteeksi valittujen henkilöiden mahdollisimman luontevan ja vapaan reagoinnin aiheisiin. Keskustelunomainen tietojenkeruumenetelmä saa tutkittavat myös suopeiksi tutkimukselle, ja vapaamuotoiset, syvälliset keskustelut paljastavat asioita, joita ei ehkä saataisi selville muilla keinoin. Esimerkiksi lomaketutkimuksen verrattuna haastattelussa on suuremmat mahdollisuudet motivoida henkilöitä kuin lomakekyselyssä. Haastateltavalla on haastattelussa myös enemmän mahdollisuuksia tulkita kysymyksiä, mikä tekee siitä menetelmänä joustavamman ja sallii täsmennykset (mt. 15). Tästä johtuen teemahaastattelun avulla kerätty tieto on syvää, kun taas lomakehaastattelulla kerätty tieto jää helposti pintapuoliseksi (mt. 38).

Tämän tiedon syvällisyyden varmistamiseksi haastattelun tulee korostaa haastateltavien elämysmaailmaa, heidän omia määritelmiään tilanteista ja heidän tulkintojaan erilaisten ilmiöiden merkityksistä (Hirsjärvi & Hurme 1988, 36; Kvale 1996, 5–6). Aiheena ovat siis haastateltavan jokapäiväinen elämä ja kokemukset sekä hänen suhteensa niihin (Kvale 1996, 30). Näin haastattelu pyrkii tulkitsemaan tiettyjen teemojen merkitystä haastateltavan maailmassa. Haastattelijan tehtävänä on sitten rekisteröidä ja tulkita sen merkitystä, mitä on sanottu ja miten on sanottu.

Kvalen (1996, 1) mukaan laadullisen tutkimushaastattelun päätehtävä ei ole luoda ilmiöille tieteellisiä selityksiä, vaan yrittää ymmärtää maailmaa haastateltavan omasta näkökulmasta, avata ihmisten oman kokemusten merkitys ja paljastaa heidän elämysmaailmansa. Toisin sanoen, ennemmin kuin tarjota vankkaa tieteellistä tietoa, haastattelun tarkoitus on saavuttaa avoimia ja vivahteikkaita kuvauksia haastateltavan elämysmaailman eri aspekteista. Fokus ei ole lujissa kategorisoinneissa, vaan vivahteikkaissa kuvauksissa, jotka kuvaavat ilmiön eroja ja variaatioita

(mt. 32). Näin ollen teemahaastattelu on menetelmä, joka hyvin toteutettuna ottaa huomioon ihmisen sekä ajattelevana että toimivana olentona.

Kuvailevasta ja tulkinnallisesta tutkimusotteestaan johtuen laadullinen haastattelu on herättänyt runsaasti kritiikkiä, etenkin tilastollisten tutkimusten nimeen vannovien tutkijoiden piirissä. Haastattelua on arvosteltu muun muassa siitä, että se ei ole menetelmänä järin tieteellinen vaan heijastaa arkijärkeä. Lisäksi on todettu, että menetelmä ei ole objektiivinen vaan subjektiivinen. Näin ollen sitä ei voi pitää myöskään luotettavana vaan se on koettu puolueelliseksi. Joidenkin kriitikoiden mukaan haastattelun reliabelius kärsii myös haastatteluissa usein esiintyvistä johdattelevista kysymyksistä. Validius puolestaan horjuu siksi, että haastattelu luottaa liikaa subjektiivisiin vaikutelmiin. Niin ikään haastattelun tuottaman tiedon on arveltu olevan intersubjektiivista, jolloin eri lukijat löytävät aineistosta eri merkityksiä, ja taas johtopäätösten luotettavuus kärsii. Kriittisimmissä kannanotoissa haastattelun on jopa kielletty olevan tieteellinen metodi, koska se on liian henkilöstä riippuvainen. Tämän näkemyksen mukaan haastattelemisen ei ole tieteellistä hypoteesin testaamista vaan ainoastaan eksploratiivista tutkailua. Niinpä haastattelun tuottaman tiedon ei katsota myöskään voivan olla yleistettävää, varsinkin, kun haastateltavia on tilastollista merkittävyyttä silmällä pitäen yleensä liian vähän. (Kvale 1996, 284.)

Mitä tähän haastattelututkimuksen yleistettävyysongelmaan tulee, Kvale (1996, 289) kuittaa kritiikin toteamalla, että tarvittava haastateltavien määrä riippuu yksinkertaisesti tutkimuksen tarkoituksesta. Samalla Kvale muistuttaa, että tavallisten tilastollisten yleistysten lisäksi on olemassa yleistyksiä laadullisissa tapaustutkimuksissa, joissa tutkija esittää todisteita ja argumentteja yleistettävän tiedon väitteille. Lisäksi Kvalen mukaan voidaan kysyä, miksi yleistettävyyttä ylipäätään suositaan niin voimakkaasti. Postmodernissa lähestymistavassa yhteiskuntatieteisiin universaalin yleistettävyyden tavoite joka tapauksessa korvataan usein, ja täysin tietoisesti, korostamalla tiedon kontekstuaalisuutta ja heterogeenisuutta. Haastattelun subjektiivista ja henkilöstä riippuvaista luonnetta koskevaan kritiikkiin Kvale (1996, 287) vastaa toteamalla, että juuri tämä piirre tekee tutkimushaastattelusta joustavan ja herkän kontekstille. Näin ollen se, että haastattelu on riippuvainen haastattelijan ja haastateltavan henkilökohtaisesta kanssakäymisestä, on pikemminkin menetelmän vahvuus kuin sen heikkous. Niinpä enemmän kuin yrittää eliminoida henkilökohtainen interaktio, haastattelijaa kannattaa pitää jonkinlaisena metodologisena työkaluna, ja haastattelua metodina, jossa ainutlaatuinen interaktio tuottaa relevanttia dataa.

Ulkoa tulevan arvostelun lisäksi haastattelu on tutkimusmenetelmänä herättänyt myös tradition sisäistä kritiikkiä. Tämän keskustelun esiin nostamat epäkohdat ovat hyvin samankaltaisia kuin jo käyttötarkoitustutkimuksen kohdalla esiin nousseet heikkoudet. Kuten käyttötarkoitustutkimusta, myös haastattelututkimusta on pidetty lähtökohdiltaan individualistisena menetelmänä, joka keskittyy yksilöihin ja laiminlyö henkilön sijainnin ja roolin sosiaalisessa kanssakäymisessä. Niin ikään, aivan kuten käyttötarkoitustutkimusta, myös haastattelua on arvosteltu sen idealistisuudesta, joka jättää huomiotta ihmisten kokemuksen ja käyttäytymisen tilannekohtaisuuden sosiaalisessa ja materiaalisessa maailmassa. Esimerkiksi etnografisesta näkökulmasta haastattelun heikkous on sen liikkumattomuus, haastateltava kun vain istuu ja puhuu sen sijaan, että liikkuisi tai toimisi maailmassa. Tältä pohjalta haastattelua on syytetty myös liiasta kognitiivisuudesta. Kritiikin mukaan haastattelu keskittyy liikaa ajatuksiin ja kokemuksiin toiminnan kustannuksella. (Kvale 1996, 292.)

Kokonaan oma kritiikin alansa on vielä haastattelun ilmeinen sidonnaisuus kieleen. Kuten jo edellä toiminnan puutetta arvostelevassa näkökannassa tuli esiin, haastattelu on melko verbalisoivaa. Jyrkimpien näkemysten mukaan haastattelu menetelmänä tekeekin verbaalisesta interaktiosta ja litteroinnista suoranaisten fetissin ja laiminlyö siten ruumiillisen sijaitsemisen haastattelussa. Toisaalta, kaikesta kielellisyydestään huolimatta haastattelua on syytetty myös epälingvivistisyydestä. Tämän näkemyksen mukaan haastattelussa jätetään lingvistiset lähestymistavat huomiotta, vaikka välineenä on kieli, ja kieli puolestaan on aina kulttuurisidonnaista. (mt. 292.)

Lopuksi haastattelua on pidetty ihan vain ylipäättään kohtalaisen turhana tutkimustyökaluna. Yhtäältä sitä on pidetty epäteoreettisena, sillä sen on katsottu palvovan haastattelulausuntoja, mitä puolestaan on pidetty osoituksena piittaamattomuudesta tutkittavan kentän teorioita kohtaan. Niin ikään haastattelua on pidetty epäretorisena, koska haastatteluiden pohjalta julkaistut raportit ovat joidenkin näkemysten mukaan vain tylsiä kokoelmia haastattelulainauksia, ennemmin kuin aidosti vakuuttavia kertomuksia ihmisten kokemuksista ja niiden suhteesta tutkittavaan ilmiöön. Kolmanneksi haastattelun tuottamia tutkimustuloksia on pidetty merkityksettöminä, sillä joidenkin kriitikoiden mukaan ne tuottavat triviaalisuuksia ja hädin tuskin mitään uutta mainitsemisen arvoista tietoa. (mt. 292.)

Miksi sitten, kaiken tämän turhaksi julistamisen jälkeenkin, valitsin aineistonkeruun menetelmäksi juuri haastattelun? Ensinnäkin siksi, että – toisin kuin eräät muut – en pysty hetkeäkään pitämään haastatteluraportteja ”tylsinä kokoelmina haastattelulainauksia”. Päinvastoin.

Minulle juuri nämä suoraan ihmisten suusta kummunneet lainaukset ovat aina olleet erilaisten tutkimusten suola, joka päästää tutkimustulosten ulkopuolisen tarkastelijankin suoraan tutkitun ilmiön alkuperäisille lähteille sen sijaan, että jättäisi tämän pelkkien tilastotietojen varaan. Toiseksi uskon, että kaikista kielen ja toiminnan rajoitteista huolimatta juuri haastattelu on – heti etnografisen tarkkailun jälkeen – paras keino päästä ihmisten ajattelutapojen ja toiminnan motiivien juurille. Ja koska minulta tässä tapauksessa puuttuivat resurssit tehdä kunnollista tarkkailevaa seurantatutkimusta, uskon, että haastattelun keinoin pääsen kaikkein lähimmäksi niitä kysymyksiä, joihin tässä tutkielmassa etsin vastauksia. Lopuksi, mitä tulee yleistettävyyden tai tieteellisen merkittävyyden ongelmiin, ne jätän suosiolla muiden pureskeltaviksi. Nimittäin, kuten jo aiemminkin totesin, tämän tutkielman tavoitteena ei ole luoda yleispätevää kuvaa koko tositelevision tai laihdutusmedian tai edes *Suurin pudottaja* -sarjan yleisöstä ja sen katsomisen motiiveista, vaan ainoastaan kurkistaa ilmiöön sisään ja tutkailla, mitä mahdollisia tarkoituksia tämän yhden sarjan katsomisella voi ylipäätään olla.

Niinpä aion jättää haastattelututkimukseen kohdistetun kritiikin oman arvoonsa ja luottaa Kvalen (1996, 70) lupaukseen siitä, että laadullinen haastattelu on ainutlaatuisella tavalla herkkä ja voimallinen metodi vangitsemaan haastateltavan arkiset kokemukset ja eletyt merkitykset. Toisin sanoen haastattelu sallii haastateltavan välittää tilanteensa muille omasta näkökulmastaan ja omin sanoin. Samaan aikaan ymmärrän kuitenkin, että haastattelututkimus ei ole sosiaalisen maailman yläpuolella eikä se ole neutraali keskustelu, joka antaisi tutkijan päättää sosiaalisen maailman todellisesta luonteesta. Haastattelukeskustelu – kuten muutkin tutkimusmenetelmät – on osa tutkittavaa sosiaalista maailmaa ja ilmeisen kiistanalainen keino tiedon saamiseksi sosiaalisesta maailmasta (mt. 296).

5.2 Haastateltavat: perustelu valinnalle

Aineistoni koostuu siis kahdeksasta teemahaastattelusta. Haastateltavistani kuusi oli naisia ja kaksi miehiä. Haastateltavien iät vaihtelivat 20:stä 53 vuoteen. Puolet haastateltavistani opiskeli haastatteluhetkellä yliopistossa, ja loput edustivat eri ammattiryhmiä mainoshoitajasta hierontayrittäjään. Niin ikään puolet haastateltavista asui yksin, kolmella oli perhettä ja yksi asui avoliitossa. Logistisista syistä johtuen kaikki asuivat Tampereen seudulla siten, että viisi haastateltavista asui Tampereella, yksi Orivedellä, yksi Lempäälässä ja yksi Kangasalla.

Yhdistävänä tekijänä haastateltavien valinnassa oli se, että he kaikki omaavat jonkin asteista laihdutus- tai painonhallintaustaa. Muutoin haastateltavat löytyivät kuka mitäkin kautta. Osa löytyi tuttujen ja työtovereiden avulla, osa yliopiston ainejärjestöjen sähköpostilistoilta. Kaksi haastateltavaa löytyi *Suurimman pudottajan* internet-sivujen keskustelupalstan avulla. Haastateltavien hankintaprosessista on todettava sen verran, että alun perin haastateltavat oli tarkoitus hankkia jonkin laihdutusryhmän, kuten Painonvartijoiden kautta. Pian kävi kuitenkin ilmi, että konkreettisia laihdutusryhmiä yhteystietoineen on kovin hankala löytää. Painonvartijoista puolestaan todettiin kohteliaasti, että he eivät kansainvälisen tason ohjeiden mukaan saa enää osallistua minkäänlaiseen tutkimustoimintaan, sillä tutkimuksia on aikanaan tehty niin paljon, että ne ovat työllistäneet Painonvartijoiden organisaatiota kohtuuttomasti. Niinpä ainoaksi vaihtoehdoksi jäi haalia haastateltavia sieltä, mistä heitä suinkin sai. Aikaakaan haastateltavien etsimiseen ei ollut kovin paljoa, sillä heidät piti löytää ja haastatella nimenomaan niiden viikkojen aikana, jolloin *Suurinta pudottajaa* esitettiin televisiossa. Vain näin pystyin varmistamaan, että haastateltavat ensinnäkin todella seurasivat sarjaa ja että sarjan katsomiskokemukset olivat haastatteluhetkellä tuoreena heidän mielessään.

Vaikka haastateltavien valinta ei siis toteutunut aivan ideaalilla tavalla, koen, että sain lopulta kokoon melko hyvän ja edustavan haastateltavien joukon. Etenkin, kun tutkielmani ei pyri laajalti yleistettäviin johtopäätöksiin, vaan pikemminkin kartoittamaan sitä, millaisia eri motiiveja *Suurimman pudottajan* katsomiselle ylipäätään voi olla. Koen, että haastateltavani pystyivät valottamaan tätä kysymystä varsin kattavasti. Mitä haastateltavien määrään tulee, se määräytyi hyvin pitkälle sen mukaan, minkä verran ihmisiä ylipäätään tavoitin ja sain suostumaan haastatteluun. Toisaalta katson, että määrä on tällaiselle tutkielmalle varsin sopiva ja istuu myös yleisiin suosituksiin. Esimerkiksi Kvalen (1996, 102) mukaan tämänhetkisisissä haastattelututkimuksissa haastateltavien määrä on useimmiten 15+/-10.

5.3 Antoisa ja turhauttava teemahaastattelu

Aloitin haastattelujen tekemisen heti *Suurin pudottaja* -sarjan alettua. Aluksi tein yhden koehaastattelun, jonka perusteella tunsin olevani oikeilla jäljillä. Koin saaneeni koehaastattelusta rikasta aineistoa, joten jatkoin haastattelujen tekemistä alkuperäisin eväin. Haastattelut sujuivat

pääsääntöisesti ilman suuria kommelluksia ja kestivät hieman vajaasta puolesta tunnista reiluun 40 minuuttiin. Valtaosa haastateltavista suhtautui haastatteluun avoimesti ja syventyi oikeasti pohtimaan katsomistottumuksiaan ja -kokemuksiaan. Niinpä olin useimpien haastattelujen jälkeen intoa täynnä ryhtyessäni purkamaan nauhoja. Silti joukkoon mahtui myös hetkiä, jolloin tuntui, ettei haastattelusta tule mitään. Nämä turhautumisen hetket liittyivät lähinnä siihen, että haastateltava vastaili kysymyksiini lyhyesti tai tyytyi toteamaan, ettei ”osaa sanoa” sen sijaan, että olisi todella pohtinut asiaa.

Osittain tämä pohtimattomuus liittyi tiettyihin haastattelutilanteisiin ja -paikkoihin. Vaikka pyrin valitsemaan haastattelupaikoiksi haastateltavien kannalta mahdollisimman mukavia ja luontevia paikkoja, joitakin haastatteluja jouduin aikataulu- ja muista tekijöistä johtuen tekemään vähemmän ideaaleissa ympäristöissä. Kolme haastattelua tein haastateltavien kotona, kaksi heidän työpaikoillaan ja kolme olosuhteiden pakosta yliopistolla. Kuten arvata saattaa, haastateltavien kotona käydyt keskustelut osoittautuivat selvästi muita hedelmällisemmiksi. Kodin tuttuus, ympäristön rauhallisuus ja tilanteen kiireettömyys saivat haastateltavat avautumaan ja pohtimaan asioita syvällisesti ja ajan kanssa. Työpaikoilla tehdyissä haastatteluissa taas oli hienoinen kiireen tuntu ja ajoittainen puhelimen sointi häiritsi keskittymistä. Huonoimpia olivat yliopistolla tehdyt haastattelut, joita häiritsi paitsi taustamelu, myös tilanteen tietynlainen virallisuuden tuntu. Luonteva keskustelu jäi näistä haastatteluista puuttumaan ja toisinaan touhu muistuttikin enemmän kyselyä kuin syvähaastattelua lyhyine kyllä/ei -vastauksineen. Lisäksi osalla haastateltavista oli tapana häivyttää lauseen loppu muminaksi, josta kyllä sain selvää itse haastattelutilanteessa, mutta en enää jälkeinpäin nauhurilta kuunneltuna. Tästä syystä osa vastauksista jäi hieman epäselviksi.

Kvalen (1996, 158) mukaan haastattelijan oma verbaalinen tai ruumiinkielinen reaktio haastateltavan vastaukseen voi toimia positiivisena tai negatiivisena vahvistuksena vastaukselle ja siten vaikuttaa tuleviin vastauksiin. Niinpä pyrin kaikin tavoin osoittamaan, että kaikenlaiset vastukset ja pohdinnat ovat toivottuja. Näin etenkin siksi, että monet haastateltavistani tuntuivat hieman nolostelevan *Suurimman pudottajan* kaltaisen tositelevisiosarjan katsomista ja varsinkin siitä puhumista. Niinpä tein kaikkeni vakuuttaakseni haastateltavani siitä, että olen aidosti kiinnostunut heidän mielteistään, enkä arvostele heidän televisionkatsomismielityksiään suuntaan tai toiseen. Paikoin tosin huomasin innostuvani joistakin vastauksista ehkä liikaakin, mutta toisaalta se tuntui vain rohkaisevan haastateltaviani pureutumaan asiaan entistä syvemmin.

Ennen haastattelujen aloittamista pohdin sitäkin, mikä verran minun on syytä tuoda esiin omaa katsojuuttani haastattelutilanteissa. Mietin, kerronko haastateltaville seuraavani ohjelmaa itsekin vai pysyttelenkö viileän etäisenä koko teemasta ja annan haastateltavien ymmärtää, että kiinnostukseni ohjelmaa kohtaan on puhtaasti tieteellistutkimuksellinen. Lopulta huomasin, että oman katsojuuteni hienoinen esiintuominen oli omiaan rohkaisemaan haastateltavia näiden pohdintoissa. Se edesauttoi vapaan keskustelun syntyä ja teki haastatteluista varmasti hedelmällisempiä kuin mitä ne olisivat olleet, jos olisin tyytynyt puhtaasti kysymysten esittäjän rooliin.

Jutusteleavasta otteesta huolimatta yritin viimeiseen asti välttää haastateltavieni johdattelua heidän pohdintoissaan. Olin kaiken aikaa tietoinen siitä, että jopa hyvin hienoinen muutos kysymyksen sanavalinnassa voi vaikuttaa vastaukseen (esim. Kvale 1996, 157). Aivan täysin en kuitenkaan voinut johdattelua välttää. Nimittäin siinä missä osa haastateltavista tarttui hanakasti hyvinkin avoimiin kysymyksiin ja innostui pohtimaan omaa suhtautumistaan niihin, osaa jouduin johdattelemaan hyvän matkaa, ennen kuin he saivat sanottua asiasta muutakin kuin ”emmä oikeen tiiä”. Hyvistä aikomuksistani huolimatta jouduin siis haastattelujen mittaan huomaamaan, että toisinaan oli pakko turvautua pieneen ohjailuun, jotta ylipäättään pääsimme yhteisymmärrykseen siitä, mitä haastateltavani kulloinkin halusi sanoa.

Mitä sitten tulee haastatteluiden purkamiseen ja ensilukemiseen, lähes jokaisesta haastatteluista löytyi kohtia, joita olisin halunnut vielä tarkentaa, mutta joihin en syystä tai toisesta ollut tarttunut itse haastattelutilanteessa. Monissa kysymyksissä olisin voinut mennä huomattavasti syvemmälle ja kysyä vielä kerran, että ”miksi” tai ”mitä tarkalleen ottaen tarkoitat”. Tämä lienee kuitenkin ilmiö, jota ei voi kokonaan välttää tarkimmallakaan kysymyksenasettelulla, ja joka tietyllä tavalla jopa kuuluu haastattelututkimuksen luonteeseen, joten en anna se muodostua ylitsepääsemättömäksi ongelmaksi.

5.4 Kysymykset ja niiden kritiikki

Kuten jo aiemmin totesin, haastattelukysymyksiä (Liite 2) perustana ja esikuvina toimivat yhtäältä käyttötarkoitustutkimuksen piirissä toistuvasti esiin nousset neljä käyttötarkoitusten pääryhmää ja toisaalta yleisöetnografiassa tavallisimmin tarkastellut, televisionkatsomiseen liittyvät kontekstit. Yritin kuitenkin kaikin keinoin pitää kysymyksenasettelun avoimena siltä varalta, että

haastateltavien kanssa käymissä keskusteluissa nousisi esiin jotain muuta, kuin mitä aiemmin tehdyissä tutkimuksissa on tuotu ilmi. Niinpä tarkentelin ja monipuolistin kysymyksenasetteluja lähes jokaisen haastattelun jälkeen sitä mukaa, kun uusia näkökulmia ja tarttumapintoja nousi esiin. Joitain kysymyksiä osasin esittää myös omien katsomiskokemusteni pohjalta, ja näissä kohdin olikin mielenkiintoista nähdä, miten omat kokemukseni *Suurimman pudottajan* katsomisesta suhteutuivat muiden sarjaa seuraavien kokemuksiin.

Yleisöetnografisten kysymysten pohjana käytin Morleyn (1986) esimerkkiä, jossa television katsomisen konteksteihin lukeutuu muun muassa sellaisia seikkoja kuin television katseluun käytettävä aika, eniten katsotut ohjelmatyypit ja katselun keskittyneisyys. Tämän mallin mukaan kyselin haastateltavilta muun muassa sitä, minkä verran he ylipäättään katsovat televisiota, millaisia ohjelmia he katsovat ja millaista roolia tositelevisio heidän katsomistottumuksissaan esittää. Lisäksi kyselin, mitä kaikkea liittyy juuri *Suurin pudottaja* -sarjan katsomiseen, ja onko sarjan katselu esimerkiksi keskittynyttä vai tuleeko katselun ohessa puuhasteltua jotain muuta. Lopuksi kysyin vielä, kiinnostaako painonpudotus teemana myös muissa medioissa tai muilla elämänalueilla. (Liite 2.)

Käyttötarkoituksia kartoitin ennen muuta McQuailin ja kumppaneiden (1972, 155) mallin avulla. Sen mukaan käyttötarkoitusten pääryhmät ovat ajanviete tai rentoutuminen, sosiaaliset suhteet, identiteettityö ja tiedonhankinta. Niinpä yritin kysyä haastateltavista sellaisia kysymyksiä, että niihin annetuista vastauksista voisi päätellä, mihin käyttötarkoituskategoriaan ne voisivat liittyä. Tässä liittämistyössä käytin apuna McQuailin ja kumppaneiden (1972, 155–161) esimerkkiä, jossa ihmisten yleisimpiä vastauksia on ryhmitelty edellä mainittuihin kategorioihin. Esimerkin mukaan rentoutumiseen viittaavat muun muassa sellaiset toteamukset kuten ”sarja auttaa pakenemaan arjen tylsyyttä” tai ”ohjelma pitää jännityksessä”. Sosiaalista käyttöä puolestaan ilmentävät lausahdukset, joiden mukaan ”sarjan hahmoista on tullut kuin hyviä ystäviä” tai ”sarja on hyvä keskustelunaihe jälkeensä”. Identiteettityöhön taas viittaavat vastaukset, joiden mukaan ”sarja muistuttaa asioista, jotka ovat tapahtuneet omassa elämässäni” tai ”sarjan hahmoilla on joskus samoja ongelmia kuin itselläni”. Lopuksi sen tyyppiset kuvaukset kuin ”ohjelma ruokkii ajatuksia” tai ”se kertoo päivän tapahtumista” viittaavat ennen muuta tiedonjanon tyydyttämiseen.

Tämä esimerkki ohjenuoranani kyselin haastateltavilta muun muassa sitä, millaisia tunteita sarja ja siinä esiintyvät ihmiset haastateltavissa herättävät. Niin ikään kysyin, onko haastateltavilla tapana keskustella *Suurin pudottaja* -sarjasta muiden ihmisten kanssa. Lisäksi kysyin, vertaavatko

haastateltavat itseään sarjassa esiintyviin ihmisiin ja jos, niin millä tavoin. Lopuksi kysyin vielä, tuntevatko haastateltavat saavansa sarjasta jonkinlaista tietoa tai esimerkkiä painonpudotukseen tai muuhun elämiseen liittyen. (Liite 2.)

Vaikka kysymykseni pääsääntöisesti tuottivat mielenkiintoisia ja tutkielman kannalta hedelmällisiä vastauksia, paikoin minua vaivasi tunne, etten osaa muotoilla kysymyksiä niin, että saisin niihin kaipaamiani vastauksia. Tällä en tarkoita sitä, että olisin hakemalla hakenut jotain tiettyä suhtautumista, vaan toisinaan tuntui, että minä puhuin niin sanotusti aidasta haastateltavani kuvaillessa aidan seivästä. Haastateltavani eivät aina ymmärtäneet kysymyksiä tarkoittamallani tavalla, mikä viittaa siihen, että kysymyksenasetteluja olisi ehkä pitänyt mieltiä vielä tarkemmin. Toisaalta, kuten jo aiemmin haastattelututkimuksen luonteen ruotimisen yhteydessä on käynyt ilmi, tällaiset toisin ymmärtämiset ja tulkinnanvaraisuudet kuulunevat väistämättä haastattelututkimukseen sen kielellisen ja siksi subjektiivisen luonteen vuoksi. Olipa kysymyksenasettelu kuinka yksinkertainen ja selvämerkityksinen hyvänsä, jokainen ymmärtää sen lopulta omista lähtökohdistaan ja kokemuksistaan käsin ja tällöin merkitys on aina tulkinnanvarainen ja siksi potentiaalisesti muuttuva. Niinpä olinkin haastatteluja purkaessani iloinen siitä, että olin jo alun alkaen päättänyt kartoittaa haastateltavieni katsomiskokemuksia kahdella eri lähestymistavalla. Käyttötarkoituksia jäljittävät ja etnografiset kysymykset nimittäin täydensivät ja syvensivät toisiaan merkittävästi. Lisäksi näiden kysymysten ja vastausten analysoimisen myötä alkoi muodostua jopa yllättävän selkeä kuva siitä, millaisessa kulttuurisessa ympäristössä katsominen oikeastaan tapahtuu.

6 SUURIN PUDOTTAJA JA ARKI: KATSOMISEN KONTEKSTIT

Morley ja Silverstone (1991, 156) toteavat, että kvalitatiiviset tutkimusstrategiat, kuten etnografia, mahdollistavat pääsyn arkisille elämäalueille ja niiden tyypillisiin toimiin. Näiden lähestymistapojen voima on siinä, että ne tarjoavat kontekstuaalista ymmärrystä tutkittavan ilmiön eri aspektien välisistä yhteyksistä. Esimerkiksi Morley on teoksessaan *Family Television* (1986) tarkastellut muun muassa seuraavia television katsomiseen liittyviä konteksteja: kuka perheessä kontrolloi ohjelmavaihtoja, katsotaanko televisiota keskittyneesti vai puuhataanko samalla jotain muuta, onko katsominen suunniteltua vai suunnittelematonta, paljonko televisiota katsotaan,

millaista on televisioon ja sen katsomiseen liittyvä puhe, käytetäänkö videoita, aiheuttaako ”pelkkä katsominen” syyllisyyttä, millaisia ohjelmatyyppejä suositaan ja mitä kanavia yleensä katsotaan.

Omassa tutkielmassani olen soveltanut Morleyn esimerkkiä niiltä osin, kuin se on tuntunut relevantilta. Morleyn tapaan olen tarkastellut muun muassa haastateltavieni televisionkatsomistyyliä, katsomisen määrää ja katsomiseen liittyvää keskustelua sekä sitä, millaisia ohjelmia haastatellut yleensä suosivat. Sen sijaan esimerkiksi sitä, kuka katsomisesta päättää ja miten katsomisen tavat eroavat toisistaan sukupuolen mukaan, en ole pohtinut. Morleyn (1986, 148–150) johtopäätöksien mukaanhan television katsomisesta perheissä päättää yleensä mies, joka myös katsoo televisiota keskittyneesti naisen ja äidin hoitaessa katsomisen ohessa erilaisia kodin askareita. Oma aineistoni ei kuitenkaan liene tarpeeksi kattava sukupuolten välisen vallankäytön tai katselutapojen eroavaisuuksien tarkasteluun. Lisäksi valtaosa haastateltavistani asui yksin, eikä siis joutunut neuvottelemaan katsomisestaan kenenkään muun kanssa. Kolmanneksi, toisin kuin 1980-luvun puolivälin Britanniassa, 2000-luvun Suomessa perheissä on varmasti useampia televisiovastaanottimia, joten kanavavalinta ei enää ole yhden perheenjäsenen käsissä. Neljänneksi, siinä missä Morleyn tutkimissa perheissä naista määrittivät televisionkatsojina ennen muuta kotiäitiys ja kotitöiden tekeminen television katsomisen ohessa, haastattelemi naiset kävivät kodin ulkopuolella töissä tai opiskelivat, jolloin television katsominen toimi heille samanlaisena rentoutumiskeinona kuin Morleyn tarkastelemien perheiden miehillekin.

6.1 Miten televisiota katsotaan

Kartoittaakseni haastateltavien televisionkatsomistottumuksia, kysyin heiltä muun muassa, kuinka paljon he televisiota keskimäärin katsovat, minkä tyyppisiä ohjelmia he katsovat ja katsovatko he *Suurimman pudottajan* lisäksi muita tositelevisiosarjoja. Esimerkiksi *Finnpanelin* (finnpanel.fi) katsojatutkimusten mukaan suomalaiset käyttivät television katseluun vuonna 2007 keskimäärin 2 tuntia ja 46 minuuttia vuorokaudessa. *Suurimman pudottajan* pyöriessä ohjelmistossa lokamarraskuussa 2007 katseluun käytetty aika vaihteli lokakuun 2 tunnista ja 51 minuutista marraskuun 3 tuntiin ja 5 minuuttiin. Haastateltavien television katsomiseen käyttämä aika puolestaan vaihteli karkeasti ottaen kolmesta tunnista viikossa reiluun kolmeen tuntiin päivässä. Yleisin ”päiväannos” liikkui kuitenkin kahden tunnin kieppeillä, päivästä ja sen kiireistä riippuen. Tämän perusteella voinee siis todeta, että haastateltavat eivät todellakaan olleet mitään television

suurkuluttajia, vaan viettivät – ainakin omien sanojensa mukaan – television ääressä jopa hieman vähemmän aikaa kuin keskiverto suomalainen. Lisäksi haastatteluista kävi selkeästi ilmi, että televisiota katsotaan melko valikoiden. Vain yksi haastateltavista ilmoitti olevansa ohjelmien suhteen kaikkiruokainen muiden rajatessa katsomismieltyksensä hyvinkin tiukasti esimerkiksi pelkkiin kotimaisiin sarjoihin tai muutamaan ulkomaiseen sarjaan.

”Mää katon ehkä.. ku mul on kolme semmosta lempparisarjaa, ni semmonen, oisko se nyt sitte noin kolme tuntia viikossa.” (nainen, 20)

Haastateltava: ”No sanotaan, että pari tuntia päivässä, et se voi viikonloppuna olla enemmänkin ja viikolla taas ei yhtään ja sillai...”

Haastattelija: ”Minkälaisia ohjelmia sää sitte yleensä katot?”

Haastateltava: ”Sarjoja lähinnä seuraan tiettyjä sarjoja enimmäkseen [...] Tykkään näistä CSI-sarjoista ja sen tyyppisistä.” (nainen, 28)

Kukaan ei myöskään ilmoittautunut varsinaiseksi tositelevisio-katsojaksi, vaan tositelevisio-ohjelmistosta valikoitiin katsottavat sarjat samalla tavoin kuin koko televisiotarjonnastakin. Laihdutusteema kiinnosti sen verran, että *Suurimman pudottajan* lisäksi moni kertoi katsovansa ainakin *Olet mitä syöt* -sarjaa. Muista tositelevisiosarjoista taas seurattiin lähinnä *Big Brotheria* sekä satunnaisesti muutamaa muuta sarjaa, kuten *Maajussille morsianta*, *Sinkkuäidille sulhasta*, *Amazing Racea* ja *Pelkokerrointa*. Syyksi valikoivuudelle ja vähäiselle television katsomiselle mainittiin yleisimmin arjen kiireet, eli työ, perhe ja harrastukset. Tilannetta kuvastavat hyvin kolmen haastateltavan kommentit:

”...mä oon kiireinen nin joudun valitsemaan, mitä katson teeveestä.” (nainen, 20)

”Ei yksinkertasessti kerkiä. Vaikka välillä haluaiski [katsoa] ku jotain tulis mielenkiinnostosta mut ei.” (nainen, 35)

*”No nykyään [katson] aika vähän ku emmä oikeen kerkee, mä oon illat töissä tai sitte mä oon aina jossakii, mä kuulun pariinkin yhdistykseen ja sitte on se vapaaehtoistyö että [...] emmä nyt oikein kerkee kattoo muuta ku aamulla uutiset ja illalla ehkä nyt jonku *Big Brotherin* ku tulee töistä ja joskus satunnaisesti kattoo jotaki sarjoja, et sillon ku sattuu olemaan illalla kotona ni kyllä mä katon niitä aina niiku.. jotain joskus mutta.. aika vähän.”* (nainen, 29)

Vastausten perusteella haastateltavat siis katsovat televisiota melko vähän ja erittäin valikoiden. Näin ollen heitä ei voi millään muotoa kutsua television suurkuluttajiksi saati sitten kuluttajiksi, joille kelpaa ajankuluksi ohjelma kuin ohjelma. Jo tämän perusteella voi olettaa, että he seuraavat lähinnä sellaisia ohjelmia, joista he kokevat saavansa jotakin itselleen. Luultavasti siis myös *Suurimman pudottajan* katsomisesta haetaan jotain sen sijaan, että sitä ”vain katsottaisiin” paremman tekemisen puutteessa.

6.2 Miten Suurin pudottaja -sarjaa katsotaan

Kartoittaakseni nimenomaan *Suurin pudottaja* -sarjan katsomiseen liittyviä konteksteja, selvitin aluksi, miten sarjan katsominen liittyy muuhun elämään ja ennen muuta heidän perjantai-iltansa kulkuun. Tiedustelin muun muassa, liittyykö perjantai-iltoihin television katselun lisäksi jotain muita rutiineja ja kytkeytyykö sarjan seuraaminen jollain tavalla esimerkiksi arjen päättymiseen ja viikonlopun alkamiseen. Lisäksi kyselin haastateltavilta, miten he sarjaa tavallisesti katsovat. Yhtäältä tarkastelin sitä, seuraavatko he ohjelmaa keskittyneesti ja siihen uppoutuen, vai sijoittuuko sarjan katselu muiden puuhien ja tai muiden ohjelmien lomaan. Toisaalta kyselin sitä, katsovatko haastateltavat sarjaa yleensä yksin vai kenties perheen, puolison tai ystävien kanssa. Tähän liittyen tiedustelin myös, onko haastateltavilla tapana kommentoida sarjan kulkua tai sen henkilöitä, ja jos on, niin miten. Lisäksi kysyin vielä, liittyykö sarjan katsomiseen tai lähetyssajakohtaan jotain sarjan ulkopuolisia tyydytyksiä, kuten herkuttelua. Sarjan sisältöön liittyen minua kiinnosti myös se, mitkä sarjan osiot tai teemat haastateltavia eniten kiinnostivat.

6.2.1 Perjantai-illan huumaa

James Lullin (1990, 150) mukaan television katselua on hedelmällisintä ymmärtää rituaalina muiden arjen rituaalien joukossa. Niinpä halusin selvittää, millaisia rituaaleja liittyy *Suurimman pudottajan* katsomiseen. Erityisen hedelmälliseksi tämän näkökulman tekee mielestäni se, että sarja tuli televisiosta perjantai-iltaisain kello 20. Mielestäni tämä ajankohta asettaa sarjan katsomisen sikäli erityiseen asemaan muuhun ohjelmavirtaan nähden, että tuolloin useimpien suomalaisten työviikko on ohi ja kodeissa orientoidutaan viikonlopun viettoon. Siten television katsomisessa

perjantai-iltana on mielestäni jotakin samaa kuin Morleyn (1989, 26) kuvaamassa elokuvissa käymisessä. Morleyn mukaan elokuvissa käynti nimittäin on enemmän kuin elokuvan katsomista sikäli, että siihen liittyy olennaisesti ulos meneminen (going out) ja rentoutuminen yhdistettynä hauskanpitoon ja jännitykseen. Näin ollen ”elokuviin meneminen” on Morleyn mukaan tietynlainen sosiaalistunut kokemus, rituaali, johon kuuluu muun muassa jonotus lippukassalla, sisään käyminen, elokuvateatterin penkit, ennen elokuvaa soiva musiikki, himmenevät valot, pimeys ja valkokankaan hehku ennen elokuvan alkua. Morleyn mukaan tämä konteksti, jossa elokuva kulutetaan, on otettava huomioon elokuvan katsomistutkimuksessa. Samalla tavalla erityinen kokemus voi mielestäni olla myös perjantai-illan tv-hetki, jolloin jätetään kulunut viikko taakse ja niin sanotusti vaihdetaan vapaalle. Haastatteluissa perjantai-iltoihin sijoittuvaa *Suurimman pudottajan* katsomiskokemusta kuvattiin muun muassa näin:

”... se ajankohta on sellanen, että kyllä siinä sitte lapset touhuuaa jotaki ja yleensä siinä ollaan saunapyhkeet päällä niiku saunasta tulleina rojahdetaan sohvalle, et siinä on minä ja mies ja sitte meidän esikoinen [...] siin on juurikin se, että niiku jes, työviikko on ohitte, jes pääkkyviikko ja kouluviikko on ohitte...” (nainen, 35)

”... siinä just ku perjantai-iltana rentoutuu, se tulee aika sillai parhaaseen katseluaikaan just [...] me ollaan yleensä siellä poikakaverin luona lähestulkoon aina ja just sitten, kun me tullaan yleensä aika myöhään sitten sinne, ni me saatetaan tehdä ruokaa vasta siis oikeetaki ruokaa siihen aikaan, että ja se just se jotenki se, että ku heittäytyy viikonloppuvapaalle, et se on aika siihen liittyvä sillai, et sillan ei niiku sit tehdä mitään kouluhommia ja näin...” (nainen, 28)

”Se on jotenkii se perjantai-ilta kyllä semmonen ajankohta että jotenki siinä päästää niinku viikonvaihteelle...” (nainen, 27)

Toisille taas perjantai-ilta ei merkinnyt sen kummempaa katsomiskokemusta kuin mikään mukaan ilta:

”... se on yleensä se, kun pääsee kotiin, nin sitte sen takia avaa sen teeveen, et se on lähinnä, ei se viikonloppu, vaan... se, kun tulee kotiin.” (nainen, 22)

Joka tapauksessa ohjelman lähetysaika näyttää vaikuttavan katsomiseen merkittävästi. Toisille sarja liittyi olennaisesti viikonlopun aloittamiseen, toisille se merkitsi työpäivän päättymistä ja illan ja

vapaa-ajan alkamista. Niin tai näin sarja tuntui joka tapauksessa lunastavan paikkansa työn ja vapaa-ajan erottavana rituaalina. Tämän perusteella voi jo aavistella, että rentoutuminen on yksi suuri syy siihen, miksi sarjaa ylipäättään katsotaan.

6.2.2 Keskittyminen

Morleyn ja Silverstonen (1991, 150) mukaan ”puhdas” televisionkatselu on suhteellisen harvinaista. Tutkijat toteavat, että keskittyneen katselun sijaan televisiota katsotaan useimmiten kaiken muun puuhastelun ohessa. Tämä näyttää pätevän myös *Suurimman pudottajan* katsomiseen. Tasan puolet haastateltavista arvioi seuraavansa ohjelmaa keskittyneesti, korkeintaan mainoskatkoilla muuta touhuten tai kanavilla surffaillen, kun taas toinen puolikas totesi puuhailevansa ohjelman aikana myös muuta.

”... mä oon semmonen , että ku ei oo kauheesti aikaa, ni mä saatan välillä, tai saatan samalla tiskata [...] tai laitan pyykkiä kuivumaan tai jotakii...” (nainen, 29)

”No kyllä mä saatan jotain samalla tehdä, että esimerkiksi lukee jotaki tenttikirjaa vähän siinä sivussa ja ehkä olla netissäki, katella sähköpostia ja semmosta.” (nainen, 22)

Yksi vastaajista onnistui myös oivallisesti yhdistämään keskittyneen katsomisen ja muun tekemisen sekä vetämään rajan siihen, mikä häiritsee keskittymistä ja mikä ei:

Haastateltava: ”No mää katon kyllä keskittyneesti, että jos minun seurani ei halua kattoa keskittyneesti, ni voi poistua sitte siksi aikaa, että se on vaan sitten sitä kanavaa sen aikaa.”

Haastattelija: ”Eli et askartele mitään muuta siinä sivussa?”

Haastateltava: ”No se, mitä teen, nin venyttelen tai jumppaan samaan aikaan, mutta en lue kirjaa tai lehteä tai syö tai mitään.” (nainen, 20)

Vaikka haastateltavieni sukupuolijakauma ei oikein salli sukupuoleen sidottuja yleistyksiä, merkille pantavaa kuitenkin on, että molemmat haastattelemistani miehistä arvioivat katsovansa ohjelmaa keskittyen vain siihen. Lisäksi lienee syytä huomauttaa, että naisten luetellessa useita erilaisia oheistoimintoja pyykin ripustamisesta kirjan lukemiseen, miehet rajasivat mahdolliset sivutoimet yksinomaan kaukosäätimen käyttöön.

”...vaikka yleensä oon kanavaloikkari, mut kyllä tää niikun sanotaan [...] ni tulee aika tarkkaan [katsottua].” (mies, 50)

”...mainoskatkojen aikaan mä käyn kattomassa muita kanavia, mutta ni tota [...] en mä siinä välillä poukkoile mihinkään.” (mies, 53)

Näin miesten ja naisten vastaukset näyttäisivät – ehkä hieman yllättäenkin – noudattelevan jossain määrin Morleyn (1986, 150) kuvailemia eroja miesten ja naisten katselutapojen välillä. Morleyn mukaanhan miehet useimmiten keskittyvät television katseluun naisten puuhaillessa samalla jotain muuta. Toisaalta myös haastattelemistani naisista osa totesi keskittyvänsä vain ohjelman seuraamiseen, joten aivan täysin sukupuoli ei katsomistapoja sentään selitä. Silti olisi voinut olla mielenkiintoista nähdä, mitä tälle katsomistapojen sukupuolijakaumalle olisi tapahtunut, jos haastateltavia, etenkin miehiä, olisi ollut enemmän. Olisiko jako pysynyt samankaltaisena ja mukaillut 1980-luvun Britanniassa havainnoitua jakaumaa, vai olisiko siinä näkynyt sukupuolten tasa-arvoistumista ja kotitöiden tasapuolistunutta jakoa?

6.2.3 Yksin tai yhdessä

Useissa etnografisissa televisionkatseluun keskittyneissä tutkimuksissa on tuotu esiin television merkitys perheen yhteen kokoajana. Esimerkiksi venezuelalaisten perheiden televisionkatselutottumuksia tutkinut Leoncio Barrios (1988, 68) toteaa television lähentävän muutoin omissa puuhissaan viihtyviä perheenjäseniä keskenään. Barriosin tekemässä tutkimuksessa televisionkatselu osoittautui yhdeksi niistä harvoista toimista, toisinaan jopa ainoaksi, jonka kaikki perheenjäsenet jakoivat keskenään. Katselun lomassa sitten jutusteltiin paitsi ohjelmasta, myös muista asioista sekä ylipäättään oltiin yhdessä ja kosketuksissa toisiinsa perheenjäseniin.

Myös James Lull (1988a, 17) on todennut, että perheet kokoontuvat mielellään ruudun ääreen. Televisionkatsominen voi toimia eräänlaisena perheen yhteisenä rituaalina, säännönmukaisen tapahtumana siinä missä esimerkiksi yhteinen illallinenkin (Lull 1988b, 238). Samoin kuin jaettu ruokailuhetki, myös television katsominen tarjoaa perheille luontevat puitteet paitsi jutustella katsottavan ohjelman sisällöstä, myös muutoin kommunikoida keskenään (Lull 1988a, 17). Samoilla linjoilla on Shaun Moores (1993, 59), jonka mukaan television kulutus ja ohjelmien

katsominen on yhtä lailla vuorovaikutusta perheenjäsenten kesken kuin itse tekstin ja lukijan kesken. Toisin sanoen television katselua pidetään etnografisen tutkimuksen piirissä käypänä syynä koota perhe yhteen ja vaihtaa ajatuksia.

Tämä näyttäisi osittain pätevän myös *Suurimman pudottajan* katsomiseen, sillä ne haastatellut, jotka ylipäättään katsoivat ohjelmaa jonkun kanssa, totesivat myös kommentoivansa sarjan tapahtumia ja henkilöitä seuralaisilleen. Samalla saatettiin käydä laajempaakin ajatustenvaihtoa esimerkiksi painonpudotuksen haasteista. Tähän palaan kuitenkin tarkemmin tuonnempana, käyttötarkoitusten yhteydessä. Tässä kohtaa kiinnostavaa lienee, että kaikista haastateltavistani oikeastaan vain yksi totesi seuraavansa sarjaa nimenomaan perheensä kanssa. Hän kommentoi katsomistilannetta näin:

”...siinä sitte lapset touhuua jotaki [...] et siinä on minä ja mies ja sitte meidän esikoinen, joka on ykstoistavuotias, ni hän sitte monesti kattoo [...] et se nyt on tämmöstä niiku sinänsä turvallista katsottavaa...” (nainen, 35)

Valtaosa haastatelluista kuitenkin kertoi katsovansa *Suurinta pudottajaa* useimmiten yksin. Joidenkin kohdalla tämä johtui luonnollisesti siitä, että he asuivat yksin, mutta myös osa perheellisistä ja avo- tai avioliitossa elävistä totesi seuraavansa kyseistä sarjaa nimenomaan itsekseen. Yhdessä perheessä sarjaa katsottiin myös kahdesta eri televisiosta siten, että perheen isä katsoi yhdestä televisiosta yksin, ja muut perheenjäsenet toisesta keskenään. Kaksi haastatelluista kertoi katsovansa sarjaa toisinaan poikaystävän tai avopuolison kanssa. Molemmat kuitenkin huomauttivat, että mies katsoo sarjaa yleensä vain muiden tekemisten ohessa ja silloinkin useimmiten vain kehotuksesta. Tämäkin tuntui silti riittävän keskinäisen kommunikaation pohjaksi. Useimmiten kommentoinnin käynnistäjinä toimivat joko sarjassa esiintyneet persoonat tai painonpudotus kaikkine ulottuvuuksineen.

”No varmaan just niitä persoonia sillai eritellään, et siellä alussa, siellähän tippu niitä jotain, mitkä oli vähän kovempia suustaan ja näin, ni semmosia saatto kommentoida ja tietysti just sitä, että ku niiltä aina tippuu sitä, niiku että vitsit, että aina niiltä tippuu painoo...” (nainen, 28)

”...tämä avopuolisoni, joka on sitä mieltä, että painon pudottaminen on kamalan helppoa, kun hän ei oo ikinä sitä itse tehnyt, ni [hän kommentoi] että ’eihän toi oo yhtään vaikeeta’ ja syömisestäki että [...] semmosta, ei nyt ivailua, mutta semmosta, ettei tiä, mistä puhuu -kommentointia ja sitte

taas näitten sisarusteni kanssa niin seurataan, että 'vitsi toi ois hyvä liike' ja 'pitäskö kokeilla noita kahvakuulia' ja 'mitähän noitten sykkeet on' että me ollaan semmosia enempi urheilullisia ni meitä kiinnostaa nämä asiat sitte.” (nainen, 20)

Lisäksi kommentoitavaa löytyi sarjan kilpailijoiden ulkomuodoista, joita saatettiin analysoida varsin raadollisestikin.

”No kyllähän ne on lähinnä kait niitä ällötyksen ja inhotuksen tunteita, et voi kauhistus ja kattokaa ny ja.. ja tota.. siihen liittyen” (nainen, 35)

Joka tapauksessa siis ne, jotka katsoivat sarjaa yhdessä perheenjäsenten tai vaikka seurustelukumppanin kanssa, olivat samalla jatkuvassa sosiaalisessa kanssakäymisessä ja jakoivat ajatuksiaan sarjasta. Kuten jo sanottua, tähän teemaan palataan tarkemmin tuonnempana käyttötarkoitustutkimuksen yhteydessä, mutta jo tässä vaiheessa lienee syytä todeta, että sarja näyttäisi toimivan ainakin jonkinlaisena sosiaalisen kanssakäymisen välineenä, olkoonkin, että se tässä tapauksessa onnistui kokoamaan ruudun ääreen vain yhden kokonaisen perheen.

6.2.4 Kielletyt eväät

Taustoittaakseni *Suurimman pudottajan* viihde- ja rentoutumisarvoa, tiedustelin haastateltavilta myös sitä, onko heillä tapana syödä tai juoda jotakin samalla, kun katsovat sarjaa. Vaikka moiselle kysymykselle ei ehkä löydy esikuvia tai perusteluja aiemmista tutkimuksista, mielestäni se on kuitenkin olennainen, etenkin kun puhutaan perjantai-illan viihdeohjelmasta. Itselleni ja monelle tuttavalleni kun on varsin luonteenomaista, että viihdyttävään televisiohetkeen, varsinkin viikonloppuna, kuuluu myös olennaisena osana pieni herkuttelu, joka ikään kuin maksimoi nautinnon ja kruunaa katsomiskokemuksen vähän samaan tapaan kuin popcornit kruunaavat jo aiemmin mainitun elokuvissa käymisen. Pari haastateltavaa jakoi tämän näkemyksen.

”Se on jotenkii se perjantai-ilta kyllä semmonen ajankohta, että jotenki siinä päästää niinku viikonvaihteelle ni kyllä siinä saattaa [jotakin napostella] [...] jotain karkkia varmaan lähinnä.” (nainen, 27)

Haastateltava: ”...kyllä me nyt ollaan yritetty jättää pois mutta [...] aina just kaikkee karkkia ja semmosta.”

Haastattelija: ”Meinaatko, että se on vähän semmonen perjantai-illan juttu?”

Haastateltava: ”On just. Kyllä.” (nainen, 28)

Toisaalta napostelu nimenomaan *Suurimman pudottajan* aikana koettiin sikäli ristiriitaiseksi, että omasta syömisestä alettiin helposti kokea huonoa omaatuntoa. Molemmat edellä lainatuista haastateltavista totesivat, että ajan mittaan sarjan seuraaminen sai ainakin harkitsemaan napostelun vähentämistä.

”...mulla sillai sen ekan jakson aikana ainakin tuli sellainen olo, että vitsi, täytyy kyl ehkä vähentää tätä karkin syöntii.” (nainen, 27)

Haastateltava: ”Me naureskeltiin sitä aina, että aina ku alkaa tämä ohjelma ni sieltä joku pussi aukeaa [...] se on niin jännä, että pitäs just käydä päinvastoin.”

Haastattelija: ”Joo. Mutta se muuttu sitte?”

Haastateltava: ”Juu. Ei ehkä yksinomaan siksi [sarjan vuoksi] mutta et se varmaan on ollu siinä osatekijänä.”

Haastattelija: ”Nii just. Et ennen pitkää on tulee huono omatunto?”

Haastateltava: ”Aivan.” (nainen, 28)

Suurin osa haastateltavista kuitenkin totesi, ettei ylipäätään syö television ääressä, ellei ole nälkä. Joissakin vastauksissa tuli myös selvästi ilmi, että television ääressä syöminen miellettiin pahaksi tavaksi. Osa myös korosti, että varsinkaan *Suurimman pudottajan* aikana moiseen paheeseen ei voi sortua.

Haastattelija: ”...onks sulla tapana esimerkiks syödä tai juoda jotain siinä samalla?”

Haastateltava: ”Tarkotatko, onko mulla huonoja paheita?(nauraa)”

Haastattelija: ”Niin. Nimenomaan niiku tän sarjan puitteissa?”

Haastateltava: ”Ei tähän liittyen ainakaan sen kummemmin tähän ku mihinkään muuhunkaan.” (mies, 50)

”... en kehtaa semmosta, että no niin, nyt eväät ja mennään telkkarin ääreen, että se sopis ehkä jonkin toisen, jonkin hömppäohjelman aikana et syönpäs tässä vähän popcornia tai iltapalaa, mutta ei sen ohjelman aikana ei kehtaa niiku suoda itselleen sitä.” (nainen, 20)

Vaikka osa haastatelluista saattoi suoda itselleen katselun lomassa myös pienen herkkuhetken, yhteistä kaikille haastateltaville oli, että television ääressä napostelu koettiin tietynasteiseksi paheeksi. Niinpä jopa yllättävän moni kielsi jyrkästi omaavansa moisia pahoja tapoja, ja nekin jotka myönsivät toisinaan herkuttelevansa, totesivat pidättäytyvänsä siitä enenevässä määrin. Moinen kurinalaisuus tai sen tavoitteleminen kielsi siitä, että haastateltavat tuntuivat ainakin jossain määrin jakavan katsomansa sarjan ajatusmaailman, jonka mukaan ylenmääräinen herkuttelu on pahasta, kun taas itseksi ja ylimääräisistä herkuista kieltäytyminen on avain hyvään elämään ja itsetyytyväisyyteen.

6.2.5 Kiinnostava muodonmuutos

Saadakseni selkeämmän kuvan haastateltavien orientoitumisesta *Suurinta pudottajaa* kohtaan, kysyin heiltä myös, mikä tai mitkä osiot sarjan jaksoissa ja lopulta koko sarjassa ovat heidän mielestään kiinnostavimpia. Jaksojen suhteen vastaukset jakaantuivat pääsääntöisesti kahtia siten, että toisia kiinnostivat ennen muuta punnitukset ja se, kuinka paljon kukin kilpailija oli kullakin viikolla onnistunut pudottamaan painoaan. Toisia taas kiinnosti ennen muuta kilpailijoiden arki sekä se, miten ja millä mielin nämä milloinkin harjoittelivat. Osaa viehättivät myös kilpailijoiden väliset jännitteet. Sen sijaan joka jaksossa nähdyt viikkokilpailut sekä silloin tällöin järjestetyt houkutuskilpailut koettiin lähinnä ohjelma-ajan täytteeksi.

”Kyllä tää punnitus on semmonen joka kiinnostaa eniten.” (mies, 53)

”No se treeni on ehkä mielenkiintoinen [...] Sit se punnitus tietenkin on aina ihan se loppuhuipennus [...] mutta ehkä eniten se, kun ne kokeilee niin uusia lajeja ja tämmönen on se, mistä minä oon kiinnostunu.” (nainen, 20)

”...tietysti oikeestaan se punnitus [...] sit loppujen lopuks niillä varsinaisilla kisoillakaan ei niikun oo kauheesti merkitystä et se on enempi semmosta hollywoodia siinä että ei tota.. se on se niitten arkielämä kiinnostaa, se tavallaan, miten ne treenaa ja se puoli siinä.” (mies, 50)

”...mua [...] kiinnostaa esimerkiksi niitten kilpailijoiden väliset suhteet tai yleensäki, että millä fiiliksillä ne siellä ite on treenaamassa.” (nainen, 29)

Kokonaisuudessaan sarjassa kiinnosti ennen muuta ihmisten pitkän aikavälin muodonmuutos. Yksi haastateltavista olisi myös halunnut tietää, miten kilpailijoiden muodonmuutosprosessi on edennyt itse sarjan tekemisen jälkeen.

”...jos pitää sillai mieltä, että mitkä jaksot nyt kannattaa ehdottomasti kattoo, ni on se ensimmäinen ja viimeinen niiku siinä mielessä, että siinä ensimmäisessä esitellään ne ja [...] näkee niitten sen lähtötason tosiaan ja sitte siinä viimesessä taas että mihin ne on päässy.” (nainen, 27)

”...lähinnä just niikun ihmisten muutokset siinä kiinnostaa, ku niiku näkee, että kuka on mitäki tehny ja.. et tota tietysti jossain määrin myöskin kilot ja siis niikun nää mitatut tulokset, mut että kyl se nyt varmaan et noi ulkonäön muutokset, ne on aika dramaattisia.” (mies, 50)

”...just se ihmisten.. miten ne muuttuu siinä matkan varrella ja elämäntavat muuttuu et ihan just se ihmisten muutoksen seuraaminen varmaan.” (nainen, 28)

”...jos siin vielä tehtäs jatkoseuranta [...] joka kertois että mitä sitten vuoden päästä on tapahtunu niille ihmisille. [...] onko se ohjelma saanu aikaan, mitä pitikin, eli ne laihtu ja laihtuminen jatku siihen, että ne on normaaleja.. vai onko ne repsahtanu uudestaan...” (mies, 53)

Näin ollen *Suurimman pudottajan* katsomiseen näyttäisi mitä suurimmassa määrin pätevän se, muiden muassa Katariina Kyrölän (2007, 192–193) tekemä havainto, jonka mukaan laihdutusostelevisiion katsojia kiinnostaa ennen muuta se, kuinka paljon ruumista voi ylipäättään muuttaa ja mitä kaikkea tuo muutos oikein vaatii.

6.3 Sarjan tallentaminen

Saadakseni jonkinlaisen kuvan sarjan tärkeydestä haastateltaville kysyin myös, miten nämä menettelevät, jos eivät sarjan lähetysaikaan satu olemaan kotosalla. Halusin tietää, tallentavatko he

kyseisen jakson myöhempää katsomista varten vai saako se mennä ohi. Ainoastaan kaksi haastatelluista totesi tallentavansa ohjelman, mikäli eivät päässeet tuolloin television ääreen.

”Kyllä se on niiku vakiotallennuksella aina, ettei mee ohi.” (nainen, 20)

”... jos mulla on jotakin menoo silloin, ni sitten mä otan sen nauhalle, elikkä nyt mulla on tää tallentava digiboksi, ni sitte sekin onnistuu hyvin ja.. kerran muistan, et se just jäi väliin, koska oltiin kavereitten kans sovittu, et nähdään...” (nainen, 22)

Yksi haastatelluista puolestaan saattoi tarkistaa ohi menneen jakson päätapahtumat ohjelman internet-sivuilta.

”... oon netistä jonku verran kattonu sitten jos on kiinnostanu, että kuka vaikka on tippunu, ni sieltä sitte jälkikäteen.” (nainen, 28)

Muut antoivat ohjelman yksinkertaisesti mennä ohi. Jotkut myös katsoivat aiheelliseksi korostaa, ettei sarja – tai televisio ylipäätään – ollut heille niin tärkeä, etteikö se joutaisi syrjään ”paremman” tekemisen tieltä.

”En [nauhoita] ku ei mulla oo ees mitään, millä nauhottaa. Ei niin tärkeä tuo telekkari oo kuitenkaan, että...” (nainen, 29)

”... kun ei se Suurin pudottajakaan oo semmonen, että mun täytyy tosiaan niiku olla just sillai niiku, että ei mun maailma kaadu, jos mä en oo silloin kotona enkä mää laita sitä nauhalle, jos mä lähden jonneki tai näin, että...” (nainen, 27)

Valtaosa haastateltavista siis suhtautui sarjaan sikäli välinpitämättömästi, että sen ei annettu säädellä aikatauluja tai muita menoja. Se, että vain kaksi haastateltavaa tallensi sarjaa muiden antaessa joidenkin jaksojen mennä ohi, kertoo siitä, että haastateltavien kohdalla ei ole kyse mistään fanikatsojista. Kun lisäksi ottaa huomioon, että haastateltavat katsoivat televisiota ylipäätäänkin varsin vähän ja valikoiden, on selvää, että televisio tai edes yksittäinen sarja ei ole järin keskeisellä sijalla heidän elämässään, eikä siten toimi esimerkiksi minkään sosiaalisen tyhjiön täytteenä.

6.4 Internetin käyttö

Television lisäksi *Suurin pudottaja* näkyy internetissä, MTV3:n sivuilla. Näiltä sivuilta löytyvät muun muassa sarjan kilpailijoiden esittelyt, heidän ruoka- ja liikuntapäiväkirjojaan sekä keskustelupalsta, jolla sarjat katsojat voivat kommentoida sarjan tapahtumia ja muita teemaan liittyviä puheenaiheita. Haastateltavistani kuitenkin vain kolme kertoi käyneensä ohjelman internetsivuilla. He hyödynsivät sivuja lähinnä kolmella tavalla. Ensimmäkin sieltä saatettiin tarkistaa katsomatta jääneen jakson tapahtumat. Toiseksi sivuilta haettiin lisäulottuvuuksia sarjan seuraamiseen esimerkiksi tutustumalla kilpailijoiden taustasta kertoviin kuvauksiin tai lukemalla keskustelupalstalle tulleita kommentteja. Kolmanneksi sivuilta etsittiin ja löydettiin vinkkejä omaan painonhallintaan.

”... oon netistä jonku verran kattonu sitten, jos on kiinnostanu, että kuka vaikka on tippunu [...] oon kattonu niitä niitten kertomuksia, et ketä ne on ne kilpailijat ja.. mut en sen syvemmin.. ja sit jotain jaksokuvauksia, että mitä siellä on tapahtunu.” (nainen, 28)

”... sillon varsinki alkuun ni mä kattelin just, että mitä siel on niiku ihmiset kirjottaa.. en oo ikinä kirjottanut sinne mitään [...] tai lähinnä sitä keskustelupalstaa, sitä mä kattoin ja tota [...] ne kilpailijaesittelyt mä katoin jossain ku niissä oli ihan alkuun, että ketkä siel on ni niitten taustoista...” (mies, 50)

”... Semmosen yks viiva kaks kertaa viikossa käyn lukee, jos tulee jotain uusia juttuja tai sinne päivitetään jonkun ruoka- tai liikuntapäiväkirjaa, ne mä käyn sillai selaamassa, et löytyykö mielenkiintosta [...] se, mikä on hyvää, että kun tossa tv-ohjelmassa ei juuri mitenkään näytetä näitten syömistä, nin se, että kun siellä on niitä ruokapäiväkirjoja niiku ihmisten luettavissa, nin se on musta hyvä asia. Että sieltä näkee, että laihduttajanki pitää syödä ja näin, että siitä ehkä saa siitä ravintopuolesta saa enempi.. ku telkkarista” (nainen, 20)

Näin ohjelman internet-sivut toimivat sarjan eräänlaisena jatkeena, joka kertoi ainakin jotain sellaista, mitä varsinaiset televisiojaksot eivät näyttäneet. Sen sijaan silmiinpistävää on, että yksikään haastatelluista ei osallistunut sivuilla käytävään verkkokeskusteluun ohjelmasta. Toki haastateltavien joukko on verrattain pieni ja periaatteessa olisi mahdollista, ettei mukaan vain osunut yhtään aktiivista verkkokeskustelijaa. Toisaalta itsekin ohjelman verkkosivuilla käyneenä

voin todeta, että keskustelu todella näytti varsin laimealta, ja kommentteja tihkui katsojamääriin nähden harvakseltaan. Näin ollen monissa viime vuosina tehdyissä viestintätutkimuksissa useaan otteeseen hehkutettu verkon käyttö yleisön keskinäisen yhteisöllisyyden tunteen saavuttamiseksi tai interaktiivisuuden lisäämiseksi ei *Suurimman pudottajan* kohdalla näyttäisi järin relevantilta.

6.5 Muu media

Koska *Suurimassa pudottajassa* on kyse nimenomaan laihduttamisesta ja muodonmuutoksesta, tuntui olennaiselta kartoittaa myös sitä, kiinnostaako tämä teema sarjan katsojia muussa mediassa. Useimmat naispuolisista haastatelluista totesivatkin tarttuvansa aiheeseen myös lehdissä. Tässäkin asiassa oltiin kuitenkin sikäli valikoivia, että naistenlehtien jokavuotiset ”vielä ehdit bikinikuntoon” -tyyppiset jutut ohitettiin lähinnä naureskellen, kun taas niin sanottujen laatu- ja erikoislehtien laihdutusjutut vähintään silmäiltiin läpi, joko uteliaisuudesta tai uuden tiedon toivossa. Myös internetistä etsittiin ohjeita ja neuvoja käytännön tilanteisiin.

”... niiku nimenomaan niiku sieltä järkipuolelta, että ei mua naistenlehtien pikkujouludieetit taikka tammikuun kinkunsulatuskampanjat ja sellaset niiku bikinikuntoon keväällä, ni ei mua sellaset kauheesti kiinnosta, mutta se, että ihan oikeesti niiku terveydenhuollon ammattilaisten niiku kirjatukset asiasta ja muuta, ni ne on...” (nainen, 35)

”Kyllä luen sillä tavalla, että MeNaisista, Cosmopolitanista, mitä niitä on, niin etenkin, jos on jotakin.. jumppaohje tai vatsa-peppu-reeni tai jotain tämmösiä otan talteen ja sitten luen niitä ja aina välillä pohdin, että tämä ei pidä paikkaansa ja tämä pitää paikkansa ja sitten jos saan käsiini vaikka Hyvä terveys -näytenumeron tai Kauneusterveys luen kampaajalla, ni kyllä aina tulee niiku seurattua sillä tavalla, että kun tulee uusia tutkimustietoja.. joka paikasta tuputetaan, että syö flavonoideja ja kyllä sillä tavalla, että on semmonen jatkuva kiinnostus...” (nainen, 20)

”...mä esimerkiks välillä kun vaikka jumppaan kotona jonkun lenkin jälkeen ja kyllästyn siihen, että aina näitä samoja liikkeitä, ni kyllähän netistä löytyy aika hyvin.” (nainen, 27)

Miehet sen sijaan eivät laihdutusjuttuja tai -ohjeita juuri lukeneet.

Haastattelija: ”Mites sit, luetko sää tämmösistä laihduttamisesta tai elintapoihin liittyvistä jutuista lehdistä tai muualta?”

Haastateltava: ”En.” (mies, 53)

Haastattelija: ”Luetko sää sitten esimerkiksi lehdistä laihduttamista ja painonhallintaa käsitteleviä juttuja? Tai netistä tai..?”

Haastateltava: ”En juuri. Et hyvin vähän. Et en oikeestaan tota.. en lue näitä naisten viikkodiet.. tai tommosia niiku..” (mies, 50)

Kuten televisio-ohjelmienkin suhteen, myös muun median suhteen oltiin valikoivia ja keskityttiin vain niihin sisältöihin, joista todella oli itselle jotain hyötyä ja jotka tarjosivat käyttökelpoista ja uutta, mieluiten tutkittua tietoa. Naistenlehtien bikinidieetit tiedostettiin ilman muuta hömpäksi ja muidenkin kanavien kohdalla saatettiin pohtia, mikä todella pitää paikkansa ja mikä ei. Tämä kaikki tukee – jälleen kerran – sitä jo aiemmin tehtyä johtopäätöstä, jonka mukaan haastateltavani olivat ja ovat erittäin tiedostavia käyttämänsä median suhteen. Tämä puolestaan on rohkaisevaa käyttötarkoitusten kartoittamisen kannalta.

7 TARPEITA JA TYYDYTYKSIÄ: KÄYTTÖTARKOITUKSET

Kuten jo aiemmin olen tuonut ilmi, käyttötarkoitustutkimuksen piirissä yleisesti tunnustetut päätyytytykset, eli käyttötarkoitusten pääryhmät ovat ajanviete tai rentoutuminen, henkilökohtaiset sosiaaliset suhteet, identiteettityö sekä tiedonhankinta. Näihin suhteellisen laaja-alaisiin pääkategorioihin sisältyy sitten suppeampia alaryhmiä. Esimerkiksi rentoutuminen tai ajanviete pitää sisällään myös ajatuksen arjen rutiinien ja ongelmien pakenemisesta sekä emootioiden laukaisemisesta. Sosiaaliset suhteet puolestaan viittaavat yhtäältä esimerkiksi televisiosarjan päähenkilöihin kohdistuviin kumppanuuden tunteisiin ja toisaalta sarjan käytettävyyteen sosiaalisissa tilanteissa, kuten työpaikan kahvitaukokeskusteluissa. Identiteettityötä taas voi olla sekä televisiosarjasta löytyvät viittaukset omaan elämään että sarjan tarjoaman todellisuuden vertaaminen omaan todellisuuteen. Näin sarja voi toimia myös oman arvomaailman muokkaajana, joko omia ennalta omaksuttuja arvoja vahvistaen tai niitä kyseenalaistaen. Lopuksi televisiosarja voi tarjota myös käyttökelpoista tietoa omasta ja muiden elinympäristöistä sekä maailman tapahtumista. (McQuail & al. 1972, 155.)

Nämä esimerkit ohjenuoranani olen yrittänyt löytää haastateltavieni kanssa käydyistä keskusteluista vastaavia käyttötarkoituksiryhmiä. Samalla olen kuitenkin pitänyt korvani ja silmäni auki myös siltä varalta, että vastauksista nousee esiin myös toisenlaisia, uusia ja nimenomaan *Suurimman pudottajan* katsomiseen liittyviä käyttötarkoituksia. Seuraavaksi tarkastelen saamiani vastauksia eri käyttötarkoituksiryhmien alla.

7.1 Pään nollausta: Suurin pudottaja rentoutumisen välineenä

Lienee selvää, että *Suurimman pudottajan* kaltaista tositelevisio-ohjelmaa pidetään ennen muuta viihteenä. Itse ohjelmassa tätä viihteellisyyttä rakennetaan muun muassa jännitystä luovilla kilpailuilla ja kilpailijoiden välisistä jännitteistä kumpuavilla draaman aineksilla. Lisäksi ohjelman esitysjankkohta perjantai-illan parhaaseen katseluaikaan kielii siitä, että se on tarkoitettu ennen muuta rentouttavaksi viihteeksi ja mukavaksi ajankuluksi. Niinpä myös haastatellut löysivät ohjelmasta aineksia nautiskeluun ja rentoutumiseen.

7.1.1 Arjen rutiinien katkaiseminen

Muiden muassa saksalaisten televisionkatsomista tutkineet Rogge ja Jensen (1988, 95) ovat todenneet, että yksi television tärkeimmistä tehtävistä on stressin laukaiseminen ja muutenkin työpäivän aikana kertyneiden ”kierrosten” tasaaminen. Tutkijoiden havaintojen mukaan television napsauttaminen päälle merkitsee monille paitsi ohjelmavirran avaamista, myös niin sanotusti työpäivän sulkemista. Television avaaminen siis ikään kuin kääntää työvaihteen pois päältä ja mahdollistaa rentoutumisen. Niinpä, kuten jo aiemmin etnografisessa osiossa on käynyt ilmi, myös *Suurin pudottaja* oli monille haastatelluista ennen kaikkea keino nollata päivän tai viikon työrupeama ja unohtaa hetkeksi myös kaikki edessä olevat velvoitteet.

”... olen yrittäjä, käyn ulkopuolisella töissä ja käyn vielä koulua ja sitte oon valmennuskurssilla ni sitten, että perjantaina saa olla vaan, kun ei tarvii.. voi unohtaa kaiken muun, sulkea ulkopuolelle, keskittyä vaan Suurimpaan pudottajaan ja.. ehkä se on sitä pään nollaustakin osittain...” (nainen, 20)

”No siin on juurikin se että että niiku jes työviikko on ohitte, jes päikkyviikko ja kouluviikko on ohitte, ja tota [...] voi olla että se tuleekin katsottua [...] sen takia että se on nimenomaan juurikin siihen aikaan...” (nainen, 35)

”...se on se kellonaika et sitä on vähän niiku tavallaan päivän hommat tehty ja rauhotuttu ja siis sillai...” (mies, 50)

”...se on yleensä se kun pääsee kotiin nin sitte sen takia avaa sen teeveen, et se on lähinnä [...] se kun tulee kotiin.” (nainen, 22)

Suurin pudottaja siis auttoi irtautumaan arjesta ja siirtymään vapaalle. Se myös auttoi ”nollaamaan päätä” eli siirsi ajatukset arjen velvollisuuksista kevyempiin asioihin. Sarja siis ikään kuin katkaisi arjen rutiinit ja auttoi vetämään rajaa työn ja vapaa-ajan välille.

7.1.2 Tunteiden laukaiseminen

Samalla, kun sarja auttoi siirtymään arjesta vapaa-aikaan, se toimi osaltaan myös tunteiden ja emootioiden laukaisijana. Esimerkiksi McQuailin ja kumppaneiden (1972, 156) mukaan tämä sisäisten jännitteiden purkaminen on olennainen osa median edesauttamaa rentoutumista ja irtautumista omasta arkitodellisuudesta. *Suurimman pudottajan* kohdalla tämä tarkoitti muun muassa sitä, että kilpailijoiden asemaan eläydyttiin, heidän puolestaan jännitettiin ja heille toivottiin menestystä.

”... kyllä sen huomaa, että sitte siin vaiheessa, kun ne menee sinne vaa’alle seisomaan ja jännittää sitä, että kuinka paljon ne on pudottanu, ni kyllä sitä nyt tietysti toivoo, että ne olis pudottanu.”
(nainen, 27)

Niin ikään kilpailijoiden onnistumisista iloittiin. Etenkin edellisellä tuotantokaudella mukana ollut ja syksyn 2007 finaalissa vierailut Ari oli jäänyt haastateltujen mieliin sympaattisena kaverina, jolle toivottiin menestystä ja kaikkea muutakin hyvää.

”... siinä edelliskaudella tää Ari, joka tosiaanki oli tämmönen sairaalloisen lihava ja joka oli tehny ihan järjettömän hienon työn [...] siihen finaaliin mennessä, ni ehkä siinä tuli siis silleen, että great ja tolleen.” (nainen, 35)

”... se oli sellanen tyyppi kyllä, että mä symppasin sitä jotenki siinä sarjassa, ku se oli jotenki tosi semmonen.. vähän rassukka tai semmone.. ni sit olihan se tosi hienoo, ku se oli sitte saanu niin paljon pudotettuu.” (nainen, 27)

Vaikka sarjan kilpailijoiden onnistumisista siis iloittiin, ei heidän epäonnistumisiaan pahemmin jääty suremaan. Juuri kukaan haastateltavista ei tunnustanut jääneensä harmittelemaan kenenkään putoamista kisasta. Sen sijaan mielessä saattoi kyllä häivähtää huoli siitä, miten pudonnut kilpailija mahtaa jatkossa pärjätä painonsa kanssa.

”... harmittaa sitten, jos se lihavin putoo...” (mies, 53)

”... mä kyllä niitä, jotka oli siinä alussa ne kaks tosi isokokosta, ni oisin halunnu nähä, että miten niillä sitte lähtee menemään, että harmitti, ku ne molemmat tippu pois ne miehet.” (nainen, 28)

”... tuntuu välillä, että tosiaan niiku, että ei niitten tarttis mun mielestä lähtee sieltä pois et se tuntuu vähän sellaselta turhelta, mut niin.. ehkä siis jotenki se, että miten ne nyt sitten.. loppuuko se niitten laihdutus siihen, että mitäs ne sitte sen jälkeen tekee.” (nainen, 22)

”No kyllä nämä, mikä se oli se, joka ensimmäisenä, se aika iso mies.. Vekku ku tippu ja sitte Wellu tippu, ni se tuntu, että kun on niiku satakin kiloo ylipainoo, ni miten sitä pääsee omin voimin niikun [...] löytyykö sitä itsekuria sillä tavalla, että niitä ehkä mietityttää...” (nainen, 20)

”... lähinnä mä vaan mietin sitä, että no toivottavasti ne ny sitte niiku, jos ne kerran haluaa laihtua, ni jaksaa sitte laihduttaa kotona.” (nainen, 27)

Sympatioiden lisäksi sarja onnistui herättämään haastatelluissa myös vihamielisiä tunteita. Yleisin ärsytyksen aihe oli kilpailijoiden tapa puhua kanssakilpailijoistaan paha joko päiväkirjamaisesti suoraan kameralle tai keskenään pienissä porukoissa. Rangaistukseksi näille pahan puhujille toivottiin pikaisia lähtöpasseja kilpailusta. Näitä vihan tunteita ei lieventänyt edes se, että osa haastatelluista tiedosti nokittelun olevan ainakin osittain sarjan tekijöiden provosoinnin tulosta.

”Mua ärsyttää se, että.. jos spekuloidaan sillä pudotustilanteella etukäteen, eli näytetään sitä ohjelmaa siellä ja ne miettii keskenään.. tulee niitä kaveriporukoita, eli ne päättää keskenään eikä ne puhu siitä, että mikä se on niiku oma.. ne ei tee omia ratkasujaan, että se ärsyttää, ku ne tekee kuppikuntia sinne [...] ni se spekulointi ja tämmönen täyttämisen on mun mielestä ihan turhaa. Se ärsyttää.” (mies, 53)

”... sitte joskus, että jos on just semmonen pahansuopa tyyppi, joka siellä vaan suurin piirtein aukoo päätään niiku aina muille tai on jollaki tavalla ärsyttävä, ni sitte mä toivon, et se semmonen lähtis pois sieltä...” (nainen, 29)

”...mua ärsyttää se, että kun ne niiku alkaa siellä haukkuu toisiaan. Mua siis niiku oikeesti vituttaa se ja mä oon niiku jotenki.. tulee semmonen olo just, että täytyykö.. niiku ku must tuntuu, et niitä jotenki vähän niiku kysymyksillä provosoidaan sanomaan jotain asioita ja niiku ehkä tahallaankin luodaan semmosta vastakkainasettelua niitten kesken sinne.” (nainen, 27)

Osa haastatelluista myös myönsi, että ärsyttävyydestään huolimatta juuri nämä ilkeät kommentit ja selän takana puhuminen tekivät sarjasta kiinnostavan.

”... vaikka mä nyt niiku oon aina semmonen, että mä toivosin, että siellä ei olis sitä kitkaa ainakaan kauheesti, että mua ärsyttää, jos siellä jotakii sorsitaan, mutta niiku, että kyllähän se tavallaan siis.. kyllähän se tekkee siitä mielenkiintoisemmankin totta kai...” (nainen, 29)

Niin ärsyyntyminen kuin sarjan päähenkilöiden puolesta iloitseminenkin ovat molemmat mitä suurimmassa määrin omien tunteiden laukaisemista. Eläytymällä sarjaan ja sen kilpailijoiden edesottamuksiin haastatellut ikään kuin irtautuivat omasta arjestaan ja suuntasivat tunteensa sarjan tapahtumiin. Siinä missä kilpailijoiden puolesta iloitseminen ruokki positiivisia tunteita, antoi kilpailijoihin ärsyyntyminen puolestaan mahdollisuuden purkaa negatiivisia tuntemuksia. Lienee selvää, että molemmat reaktiot edesauttoivat omien jännitystilojen purkamisessa ja siten vaikuttivat nimenomaan rentouttavasti.

7.2 Minä ja pudottajat: Suurin pudottaja identiteettityössä

Ennen kuin paneudun *Suurimman pudottajan* merkitykseen identiteettityön välineenä, lienee syytä pureutua itse identiteetin käsitteeseen ainakin sen verran, että tässä tutkielmassa identiteetillä viitataan ennen muuta postmoderniin tapaan ymmärtää identiteettiä. Toisin sanoen käsitan identiteetin tässä yhteydessä alati liikkuvana, destabiilina ja alati muuttuvana (esim. Grodin & Lindlof 1996, 7; Bauman 2002, 103). Toki, kuten joissakin vastauksissakin käy ilmi, taustalla vaikuttaa myös perinteinen ja yhä ilmeisen pysyvä suomalaiskansallinen identiteetin osa, mutta lähtökohtanani kuitenkin on se useimpien nykytutkijoiden jakama käsitys, jonka mukaan identiteetti muotoutuu ja muokkautuu jatkuvasti samalla, kun meitä representoidaan ja puhutellaan kulttuurisessa järjestelmässä (esim. Hall 1999, 23). Ei siis ole olemassa yhtä yhtenäistä ja ehjää minää, vaan identifikaatiot vaihtelevat jatkuvasti samalla, kun rakennetaan alati muokkautuvaa ja muuntuvaa minä-kertomusta.

Television ja sen ohjelmiston merkitystä katsojien identiteettityölle on viestintätutkimuksessa pohdittu paljon. Television on todettu tarjoavan raaka-aineita ja impulsseja, joihin eläytyä ja joita vasten peilata itseään ja identiteettiään (esim. Turkki 1998, 28). Samalla television tarjoama sisältö ja yleisön kokemukset siitä muokkaavat sitä tapaa, jolla minuus ja identiteetti ylipäättään koetaan ja ymmärretään (Grodin & Lindlof 1996, 7). Vaikka television ääreen saatetaan päällisin puolin hakeutua ennen muuta rentoutumis- ajankulutus- tai rutiinimielessä, ennen pitkää katsottavan ohjelman tarina, ilmapiiri tai arvopohja alkaa koskettaa ja passiivinen katsomisrituaali vaihtuu minuuden rakentamisen strategiaksi, kun katsoja äkkiä tunnistaa itsensä ohjelmassa ja toteaa, että ”tuossahan kerrotaan minusta” (Turkki 1998, 30–31).

Erityisen helppoa tämä itsensä tunnistaminen lienee tositelevision genressä, sillä monet tositelevision aiheet kumpuavat tavallisista ihmisistä ja heidän jokapäiväisestä elämästään. Tositelevio kytkeytyy ihmisten arkeen ja osoittaa aiheita, jotka kiinnostavat ja joilla on merkitystä katsojien oman elämän kannalta (Hill 2005, 90). Esimerkiksi Britanniassa suosituimmat reality-ohjelmat ovat niitä, joiden aiheet ovat ihmisille relevantteja arjen kokemusten kautta (mt. 191). Tällaisia aiheita ovat muun muassa terveydenhoito, rikollisuus, työ ja vapaa-aika sekä henkilökohtaiset suhteet. Yleisö haluaa siis nähdä ohjelmia, joissa he voivat vertailla itseään ja kokemuksiaan muihin ihmisiin ja näiden kokemuksiin. Tositelevio onkin tärkeää juuri siten, että se puhuttelee tavallisten ihmisten mielteitä ja heidän jokapäiväisiä tilanteitaan. Tuottaa mielihyvää

katsoa ihmisiä, jotka ovat vähän kuin me, eli todellisia ja tavallisia, eivät ammattinäyttelijöitä. Tämä tavallisuus myös mahdollistaa identifioitumisen heihin (Roscoe, 2004, 315). Samoin se, että tositelevisiossa keskitytään suurten kertomusten sijaan nimenomaan yksilöiden tarinoihin, viehättää katsojia siksi, että näihin tarinoihin on helppo samaistua (Hill 2005, 90–91). Esimerkiksi *Big Brotherin* luoneen Endemol-yhtiön lisenssipäällikkö Gary Carter on arvellut, että identifioituminen kilpailijoihin on iso osa *BB:n* katsomisen viehätystä (Brenton & Cohen 2003, 52).

On siis syytä uskoa, että myös *Suurimman pudottajan* katsominen, samoin kuin muiden tositelevisio-, muutos- ja lifestyle-ohjelmien seuraaminen, on sosiaalisesti ja kulttuurisesti merkittävää toimintaa, jonka kautta työstetään omia näkemyksiä niin mausta ja statuksesta kuin identiteetistäkin (Bell & Hollows 2005, 1). Nämä ohjelmat tarjoavat palasia ja otteita erilaisista tavoista olla ja elää, ja siinä prosessissa katsoja sitten arvioi, vertailee ja asemoi itsensä suhteessa esitettyyn. Samalla hän voi vetää johtopäätöksiä siitä, miten hän itse voisi tai miten hänen tulisi elää (O'Sullivan 2005, 31–32).

7.2.1 Oman itsen peilaaminen

Kuten kaiken edellä sanotun perusteella saattoi odottaa, oman itsen peilaaminen *Suurimman pudottajan* kilpailijoihin oli haastateltujen keskuudessa varsin yleistä. Sarjan henkilöt koettiin itsen tai tuttavien kaltaisiksi tavallisiksi ihmisiksi, eli ”taviksiksi”, joihin saattoi samaistua muun muassa näiden iän, kotipaikan tai ihan vain tavallisuuden vuoksi.

”... tietysti nyt tulee katottua, että minkä ikäisiä ne on ja sitte miettii, että niiku että toihan on suunnilleen samanikänen ku itte.. että nyt siellä on ollu ainaki kaks parikymppistä ja sitte.. tai siinä sunnilleen, et sitäkin ehkä kattoo, että vertaa itteensä tai johonki muihin ihmisiin.” (nainen, 22)

”Kyllä varmaan ne nuoremmat naiset varsinki, ku tietää, että mitä kaikkee siihen liittyy, että jos on vaikka ylipainoa ja muuta, ni että kyllä niitä sillai aattelee.” (nainen, 28)

”... ku on ne kaks saman ikästä naishenkilöä siellä ja sitten tota.. sit.. ei nyt oo mistään lähipaikkakunnilta, mutta jotenki, ku sieltä on Oulusta asti joku tulee, kun mul on helposti mielikuva, että jonkun tv-sarjan kuvaukset, ni kaikki keskittyy sinne Kehä kolmoselle ja ihmiset on

*sieltä, mutta ne on oikeesti haettu eri ammattiryhmistä ja eri ikäisiä tyyppejä, nin se tavallaan [...]
Sillä tavalla et ne on ihan realistisia.. persoonia.” (nainen, 20)*

”... kyllähän sit kuitenkin niiku vertaa niitä ihmisiä jollain tavalla niikun omaan elämäänsä, vaikkei edes sillai niikun yhtään tosissaan, mutta jollakin tasolla. Kai se sillon on sama, ku ylipäättään kaikissa tosi-tv-ohjelmissa, että.. niissä sitte niiku.. kun niihin pystyy jollain tavalla, kun ne on taviksia, ni samaistumaan niihin ihmisiin..” (nainen, 27)

Jonkin verran viitattiin myös sarja päähenkilöiden suomalaisuuteen, joka mahdollisti heihin samaistumisen toisella tapaa kuin esimerkiksi saman formaatin amerikkalaisiin kilpailijoihin.

Haastateltava: ”...sillä tavalla tykkään tästä suomalaisesta, aina kun näkee, että miten on suhteutettu suomalaiseen ruokakulttuuriin niitten syöminen ja suomalaiseen ilmastoon ja suomalaisiin urheilumahollisuuksiin ja ja ne on sillä tavalla ihan normaalin näkösiä ne ihmiset että siellä ei olla aina meikit naamassa ja hampaat ei oo oiottu ja valkaistu ja että se on niinkun.. tavallisia tallaajia. Et vois in samaistua niihin henkilöihin jotka siellä on.”

Haastattelija: ”Joo. Tuntuuks susta sitten että jossain amerikkalaisissa on jotenki toisenlaisia..?”

Haastateltava: ”Siin on jotenki ehkä.. ja ehkä ylipäänsä suomalainen ja amerikkalainen kulttuuri on niin erilainen ja sitten.. mun on vaikee samaistua semmisiin ihmisiin, joilla on .. kun se.. vaikka niiku ruokakulttuuri sitte siellä on niin erilainen ja niin kaukana mun elämästä, että noi nyt on ympäri Suomee pieniltä paikkakunnilta ja näin, ni jotenki helpompi hahmottaa sitä...” (nainen, 20)

Zygmunt Baumanin (2002, 47) mukaan esimerkiksi television puheohjelmat – ja siten varmasti myös tositelevisio – tarjoavat katsojilleen mahdollisuuden huomata, etteivät nämä ole erilaisten ongelmiansa kanssa yksin. Kohtalotovereiden kertomukset voivat lohduttaa ja osoittaa, että katsoja ei suinkaan ole ainoa, joka kamppailee esimerkiksi kilojensa kanssa. Niinpä myös *Suurimmasta pudottajasta* löydettiin jonkinlaista samaistumispintaa sarjan esittämään ”jaettuun ongelmaan” eli ylipainoon liittyen. Itsekin laihdutuskokemusta omaavina jotkut haastateltavat identifioituivat sarjan henkilöihin nimenomaan laihduttajina.

”No kyllä nyt varmaan se, että tota on ollu aina painon.. siis kilojen kanssa ongelmaa ja tossa niikun.. tavallaan tietyl lailla samaistuu ihmisiin, niil on samat ongelmat, ku itsellä on ja tota.. et tietyl lailla se puhuttelee.” (mies, 50)

”Mää kannustan aina sitä, kuka on kaikkeista lihavin [...] koska sillä on eniten haasteita itensä kanssa [...] et kuinka se selviytyy niistä, koska mä tiedän, että sillä on kaikkeist eniten tekemistä.. saada se ruhonsa liikkeelle.” (mies, 53)

Kilpailijoiden ylipaino ei kuitenkaan, ehkä jopa hieman yllättäen, mitenkään erityisesti korostunut vastauksissa. Itse asiassa useimmat haastatelluista, olkoonkin, että ovat jossain vaiheessa elämäänsä kamppailleet painonsa kanssa, tekivät selvän eron itsensä ja sarjan kilpailijoiden välille.

”... lähinnä siin on varmaan sellanen juttu, että ku ne kuitenkin on kaikki aika tukevia, ni sitte sillai niiku on jotenki vaan hirveen tyytyväinen, että vitsi, mää en oo tollanen (naurua). Ja sitte.. nii.. ehkä se on varmaan niiku se kaikkein jotenki niiku hienoin asia siinä, että voi olla siinä telkkarin edessä ja vaikka syödä sitä karkkiakin ja silti tietää, et on matkaa siihen mitä ne on niiku painoltaan.” (nainen, 27)

”Ehkä tota se, et tää suhde nyt kuitenkin on vielä onneksi ollut eri, että paino ei oo ikinä kivunnu niin korkeelle kuin mitä näillä kilpailijoilla ja painoindeksit ei oo sellasia ollu ja muuta...” (nainen, 35)

”... omalla ajattelee, että emmä oo ihan vielä tossa tilanteessa, ku kattoo niitä lihavia, että...” (mies, 53)

”...se tuntuu välillä vähän järjettömältä, että mitenkä ne on päästäny itensä semmoseen kuntoon...” (nainen, 22)

Näin haastateltavien näkemykset ja kokemukset sarjan kilpailijoiden koosta suhteessa omaan ruumiiseensa näyttäisivät korreloivan muun muassa Hannele Harjusen (2007, 218) lihavuuden kokemuksia tarkastelleen tutkimuksen kanssa, jossa suurin osa Harjusen haastattelemista, sekä lihavista että laihduttaneista, ihmisistä identifioi itsensä ennen muuta hoikaksi. Samoin näyttäisivät tekevän omat haastateltavani, ainakin suhteessa *Suurimman pudottajan* tarjoamaan lihavuus- ja identifikaatiokuvastoon.

Vastaavanalaista erontekoa saatettiin tuottaa myös suhteessa sarjan kilpailijoiden henkisiin ominaisuuksiin. Tämä näkyi muun muassa siinä, että itseä saatettiin pitää joissakin tilanteissa esimerkiksi kilpailijoita nokkelampana.

”...esimerkiks ekalla kerralla, kun se punanen joukkue pudotti sen oikeen tosi lihavan miehen ja sit mä mietin, että kannattiko toi nyt pudottaa, että ku [kyseinen mies] pudottais tosi paljon siinä niiku niitten punnituksissa aina, että eihän siin oo niiku siinä mielessä yhtään mitään järkeä [...] Ehkä siinäki on kuitenkin se, että voi niiku.. voi tuntea ittensä niiku jotenki sillai, et vitsi, mä oon vähän fiksumpi kun noi, kun noi ei tajunnut totakaan..” (nainen, 27)

Lisäksi positiivisia henkisiä ominaisuuksia liitettiin ennemmin sarjan valmentajiin kuin kilpailijoihin. Siinä missä kilpailijoita pidettiin lähinnä joko sympaattisina tai ärsyttävinä (kts. s 59–60) liitettiin valmentajista erityisesti Eva Wahlströmiin yleisesti kunnioitettavina pidettyjä ominaisuuksia.

”...[Eva Wahlström] taas ihmisenä niiku vaikuttaa kovin samanhenkiseltä ku mitä ite on [...] se vaan on sellanen tahtonainen ja periaatteessa semmonen suorien sanojen sanoja ja semmonen niiku...” (nainen, 35)

Valtaosa haastatelluista kuitenkin näki valmentajat ennen muuta liikunnan ammattilaisina ja julkkiksina, joilla ei ollut oman minäkuvan kanssa juurikaan yhteneväisyyksiä. Joitakin haastateltavia jopa ihmetytti, kuinka sarjan kilpailijat saattoivat tulla juttuun huippukuntoisten valmentajiensa kanssa. Eräs haastatelluista myös epäili, että siinä missä kilpailijat olivat mukana omina itsenään, valmentajat vetivät ennen muuta heille rakennettua roolia.

”...ne on kuitenkin molemmat niiku ammattiurheilijoita, tai mä en tiä onks Jani Sievinen jo lopettanu, mutta kuitenkin niiku ainaki Eva Wahlström, sehän on ihan huippukunnossa ni ei, emmä sil taval kyl niiku...” (nainen, 27)

”...minusta on jännä, et ku ne on niin huippu-urheilijoita molemmat, että ne sitte pystyy ne kilpailijat niitten kans olemaan, ettei niistä tunnu, ettei ne voi tietää yhtään miltä heistä tuntuu [...] Mulle tulee ainaki vähän semmonen olo, et ne on niiku niin eri maailmoista että...” (nainen, 28)

”...Sievinen ja tää Wahlströmmikö nyt on, ni tota nehän on molemmat huippu-urheilijoita ja heidän esiintymisensä ei ole.. mun mielestä se on.. ne vetää roolinsa hyvin, mutta ne ehkä saisi olla vähän enemmänkin ni tota puheessa ja äänessä [...] onko ne todella tehny ne ohjelmat niille ite vai

tekeekö taustalla joku ne ohjelmat [...] et se ei käy selville, et onko ne vaan keulakuvia.. ja mitä mä epäilen, et ne on vaan keulakuvia.” (mies, 53)

Sekä nämä eronteot että samankaltaisuuden kokemukset ovat mitä suurimmassa määrin identiteettityötä, jossa paitsi etsitään samaistumispintaa, myös tehdään eroa itsen ja muiden välille. Esimerkiksi Stuart Hallin (1999, 153) mukaan eroilla on väliä, koska ne ovat välttämättömiä merkityksen kannalta. Ilman eroja merkitystä ei voisi olla olemassa. Musta ymmärretään mustaksi vain suhteessa valkoiseen ja toisinpäin. Niin ikään vanhassa, kansallisuuksiin nojaavassa identiteettiajattelussa esimerkiksi brittiläisyys on ei-ranskalaisuutta, ei-amerikkalaisuutta, ei-saksalaisuutta ja niin edelleen. Samalla tavalla voitaneen ajatella, että lihavuus merkitsee lihavuutta vain suhteessa hoikkuuteen ja toisinpäin. Verratessaan itseään *Suurimman pudottajan* reilusti ylipainoisiin kilpailijoihin sarjan katsojat voivat todeta, että suhteessa kilpailijoihin he, siis katsojat, ovat ilman muuta ei-lihavia, eli hoikkia. Valmentajat taas nähtiin ennen muuta ”ammattiurheilijoina” tai ”huippu-urheilijoina”, jolloin tehtiin selväksi, että toisin kuin sarjan kilpailijat, valmentajat eivät ole niin sanotusti ”taviksia”. Käymällä tällaista rajanvetoa, katsoja asettaa itsensä jonnekin kilpailijoiden ja valmentajien välimaastoon. Hän on ehkä hoikempi ja terveempi kuin kilpailijat, mutta kuitenkin fyysisiltä ominaisuuksiltaan ja julkiselta statukseltaan vajavainen suhteessa valmentajien huippu-urheilullisuuteen.

Tällaisten erontekojen ja rajanvetojen myötä lienee syytä huomata, että paljon hehkutettu tositelevisiion samaistumispotentiaali ”tavistähtineen” ja arkisine aiheineen ei ole aivan niin yksiselitteinen ja itsestään selvä ilmiö, kuin tositelevisiion tutkimuksissa usein anneta ymmärtää. Kuten edellä on käynyt ilmi, esimerkiksi *Suurimman pudottajan* kilpailijat eivät ole itsestään selvästi vain ”meitä” – tavallisia suomalaisia eli ”taviksia” – vaan myös toisia, eli lihavia. Tätä toiseutta korostetaan itse sarjassa näyttämällä varsin alleviivaavia kuvia kilpailijoiden niistä ominaisuuksista, kuten höllyvistä vartaloista, jotka erottavat heidät hoikkuuden normista ja siten mieluiten normiin nojaavista katsojista. Näin ollen edes tositelevisiosta puhuttaessa ei voi olettaa katsojien vain suin päin samaistuvan sarjoissa esiintyviin ihmisiin, vaan – aivan kuten muissakin ohjelmagenreissä – samaistuminen tai erottautuminen tapahtuu vasta monisyisen neuvottelun ja ohjelman kanssa käytävän dialogin kautta.

7.2.2 Omien elämäntapojen peilaaminen

Henkisen ja fyysisen minäkuvan lisäksi haastatellut arvioivat myös omia elintapojaan suhteessa sarjan henkilöihin. Siinä missä osa halusi ottaa kilpailijoiden elämänmuutoksesta mallia, toiset olivat vakaasti sitä mieltä, että omat elintavat ovat ainakin kilpailijoiden aiempiin elämäntapoihin nähden varsin salonkikelpoisessa kuosissa.

”Mua kiinnostaa se, että millä ne pystyy muuttamaan elintapansa siihen, että ne laihtuu. Koska jos mä itteeni ajattelen, et kuinka vaikeeta se on.. ja tiedän tasan, että mun kalorimääräni on kaks ja puoli tuhatta, mutta ku sitte tulee neljä tuhatta syötyy, ni millä helvetillä ne pystyy sen siihen sen nälän tunteen saamaan poies [...] Se ei vaan niinkun.. eilenkin oli.. itte kattelin telkkaria siinä ja.. ku se nälän tunne tulee ni se tulee ja sit täytyy mennä hakeen muroja ja sokeria ja vetää naamaansa, vaikei oo mitään tarvetta, mutta ku täytyy vaan tehdä se.” (mies, 53)

”Ni kyl mä sitä sillon mietin taas ku nekin siinä ensimmäisessä jaksossa ne mässäs jotain kauheita ruoka-annoksia. Silloinki mä kyllä mietin, et mä en kyllä yleensä koskaan syö tommosia ruokia niiku sillai, että aika harvoin onneks ja sitte kuitenkin on salaattia siinä mukana (naurua).” (nainen, 27)

Edellä kuvatuissa vastauksissa näkyy mielenkiintoisesti se, miten eri tavoin haastatellut suhteuttavat omia tapojaan kilpailijoiden tekemisiin. Siinä missä ensimmäinen haastateltava asettaa itsensä ikään kuin kilpailijoiden alapuolelle ja vain toivoo pystyvänsä vastaaviin sankaritekoihin, korostaa jälkimmäinen haastateltava omien elintapojensa paremmuutta suhteessa kilpailijoihin. Voi olla, että ensimmäinen haastateltava saa sarjasta ja sen antamasta esimerkistä potkua omaan painonhallintaansa. Jälkimmäisessä tapauksessa sarja taas toimii jonkinlaisena minäkuvan pönkittäjänä ja siten itsetunnon kohottajana. Samoin kuin aiemmin kuvatussa tapauksessa, jossa kilpailijoiden lihavuus sai katsojan tuntemaan itsensä hoikaksi, niin tässäkin kohtaa kilpailijoiden entisten elintapojen korostettu epäterveellisyys saa katsojan omat elämäntavat näyttämään varsin terveiltä ja siten ”oikeanlaisilta”.

7.2.3 Omien kokemusten peilaaminen

Tämänhetkisen identiteetin ja elämäntilanteen lisäksi *Suurimman pudottajan* katsottiin tarjoavan heijastuspintaa myös omille aiemmille elämäkokemuksille. Joitakin sarja muistutti omasta elämäntapamuutoksesta, toisia taas nuoruuden yhteisöllisistä kokemuksista.

”... siellä on tämmönen persoona ku Pauliina, sillä näkee, että tulee.. paino on lähteny hyvin tippuun ja sitte on näitä nollajaksoja [...] Oon ite kamppaillu painon kanssa, ni tietää, että joskus ei tapahu vaan mitään, että elimistö menee siihen tilaan, että nyt ollaan kaks viikkoo samassa painossa.” (nainen, 20)

”... kyllä mä sillai sitä liikuntapuolta just kattelen niistä, et kuinka oli vaikka viime jaksossa, ku nämä punaiset lähti juoksulenkille, ja onko se nyt sitte se Virpi tämä punaisista oleva naishenkilö, et kuinka sillä takkus se juoksu, ku se ei tykännyt siitä ja sitä suututti. Mä muistan, ku minä alotin niiku painonpudotuksen jälkeen ekat niiku juoksutreenit ni sehän oli ihan tervanjuontia että... mä tiesin, miltä hänestä tuntuu että... semmonen ainakin tulee mieleen sieltä...” (nainen, 20)

”... vähän niiku semmosta miettii, että kun oi on nyt tollasella niikun.. ni tulee mieleen omat yleisurheiluleiritykset, sellaset millä on oltu niiku pidemmän aikaa ja harjoteltu tavallaan aamusta iltaan ja sitte syödään yhdessä ja sellanen.. tulee niiku omat leirit mieleen.” (nainen, 22)

Näin sarja heijasti omia elettyjä kokemuksia ja toi mieleen muistoja pitkienkin aikojen takaa. Kahdessa ensimmäisessä sitaatissa esiin tuodut muistot omista laihdutuskokemuksista voivat ehkä muistuttaa siitä, miten pitkälle alun vaikeuksien jälkeen on päästy, ja antaa siten aihetta tyytyväisyyteen. Jälkimmäisessä tapauksessa taas sarja toi mieleen mukavia muistoja nuoruudesta ja siten paitsi tuotti ehkä hyvää mieltä, myös saattoi auttaa rakentamaan tarinaa minän kehityksestä ja kasvusta. Tällaiset omien kokemusten heijastukset toimivat katsomistilanteessa myös kaksisuuntaisesti sikäli, että samalla, kun ne auttavat rakentamaan identiteettiä ja muuttamaan minäkuvaa kertomuksiksi (esim. Hall 1999, 251), ne myös auttavat ymmärtämään ja tulkitsemaan televisiossa esitettyä oman kokemusmaailman kautta. Esimerkiksi Hill (2005, 89) on todennut, että seurattessamme yksilöiden tarinoita makeover-tositelevisio-ohjelmissa, me usein ammennamme omasta kokemuksestamme tehdäksemme nämä tarinat itsellemme ymmärrettäviksi. Niinpä siinä, missä kahdessa ensimmäisessä sitaatissa lainattu haastateltava näkee *Suurimman pudottajan* ennen muuta laihdutus- ja elämäntapamuutuskertomuksena, löytää jälkimmäinen haastateltava siitä myös

piirteitä leirielämästä ja aivan erityisestä yhteisöllisyydestä, josta hänellä itsellään on ilmeisen hyviä muistoja.

7.2.4 Omien arvojen vahvistaminen

Lopuksi ohjelma toimi myös katsojien omien arvomaailmojen vahvistajana. Ohjelman tarjoaman ajatusmallin tapaan laihtuminen ja laihduttaminen nähtiin poikkeuksetta hyveenä ja jonkinlaisena normina, jota kannattaa tavoitella – vaikka sitten tositelevisio-ohjelman avulla.

”... mä oon aina silleen justiin, että ei saa olla missään tapauksessa niiku .. lihava ja en oo ikinä niiku tykänny siitä, että joku esimerkiks mun lähelläkään.. niiku et mä oon aina ollu silleen jotenkin niiku.. sitä vastaan. Niin sitte ehkä just sen takia niiku sitte sitä kattooki että.. tavallaan niiku toivoo, että nekin sitte niiku vähän samaan suuntaan lähtis ku mitä mieltä itsekin on..” (nainen, 22)

”... ni olihan se tosi hauska nähdä esimerkiks se yks mies, joka oli sellanen läskivuori sillon, ku se meni sinne ja sehän oli kuitenkin sitte ihan niiku, jos ei nyt ihan tavallisen kokonen, mutta ainaki aika lähellä sitte jo semmosta.. normia.” (nainen, 27)

Tässä kohtaa huomiota kiinnittää se, että yksikään haastateltavista ei kyseenalaistanut sarjan päätavoitetta, eli laihtumista ja hoikaksi tulemistä. Osa kyllä kritisoi sitä, että laihtuminen tapahtuu sarjassa kovin nopeasti ja lopussa odottava palkinto sai osan kilpailijoista turvautumaan ehkä hyvinkin epäterveisiin keinoihin lopullisen päämäärän saavuttamiseksi. Myös sitä kritisoitiin, että kilpailijoita laihtumisen, eli jonkinlaisen pyhän päämäärän, varjolla kuvattiin epäedullisista kuvakulmista ja heidät esitettiin lihavuutensa vuoksi ikään kuin ”luusereina” (tähän viittaa esimerkiksi sarjan alkuperäinen nimi Biggest Loser, jonka voi ymmärtää sekä suurimmaksi pudottajaksi että suurimmaksi häviäjäksi). Silti kukaan ei kyseenalaistanut sitä sarjan tarjoamaa ideologiaa, jonka mukaan hoikkuus on itsestään selvästi tavoittelemisen arvoinen tila ja lihavuus on ilman muuta ihmiselle pahaksi niin henkisesti kuin fyysisestikin. Tätä sanomaahan media on viime vuodet julistanut, ja ainakin tässä yhteydessä näyttää siltä, että tuo sanoma on myös hyvin sisäistetty. Tässä kohtaa ei kuitenkaan ole syytä lähteä pohtimaan tuon ilmiön syitä tai seurauksia vaan riittänee, kun totean, että suuri yleisö tuntuu jakavan *Suurimman pudottajan* ja muiden muutosformaattien tarjoaman arvomaailman siitä, millainen ruumis on hyväksyttävä ja millainen ei.

Kaiken edellä sanotun valossa on siis selvää, että *Suurin pudottaja* toimii identiteetin rakentamisen välineenä monilla eri tavoilla ja tasoilla. Yhtäältä se antaa mahdollisuuden samaistua sarjan henkilöihin ja toisaalta se antaa välineitä myös erottaa itsensä ja omat elämisen tapansa sarjassa esitetyistä. Niin ikään se puhuttelee omien elettyjen kokemusten kautta ja auttaa vahvistamaan sitä yleisesti ja usein yksityisestikin hyväksytyä arvomaailmaa, jonka mukaan hoikkuus on yhtä kuin terveys ja siksi tavoiteltavaa. Kaikilla näillä tavoilla sarja mahdollistaa muiden muassa Hillin (2005, 90) esiintuoman identiteettityön siten, että katsojat voivat kerätä sarjasta informaatiota ja ideoita, jotka auttavat heitä rakentamaan ja säilyttämään omaa identiteettiään ja elämänkertaansa. Näin sarjan katsominen on mitä suurimmassa määrin refleksiivinen prosessi, jossa katsojat sisäistävät sarjan tarinat ja vinkit elämästä paitsi sen hetkistä, myös myöhempää potentiaalista käyttöä varten.

7.3 Sosiaalinen pudottaja: Suurin pudottaja sosiaalisen kanssakäymisen välineenä

Paitsi aineksia identiteettityöhön, tositelevision mainitaan usein tarjoavan myös herkullisia keskustelunaiheita sosiaalisia tilanteita varten. Esimerkiksi Hill (2005, 188) huomauttaa, että ajateltiinpa tositelevisiosta muuten mitä hyvänsä, se on joka tapauksessa yleinen keskustelunaihe jokapäiväisissä puheissa. Hill jopa arvelee, että tositelevisiosta puhutaan enemmän kuin sitä oikeastaan katsotaan. Juuri tämä tositelevision puheenaihe-aspekti myös selittää osaltaan genren suosion katsojien keskuudessa. Kun ihmiset puhuvat katsomistaan ohjelmista muiden kanssa kotona, töissä ja koulussa, tositelevisio yhdistää ja helpottaa kommunikointia toisten kanssa. Tositelevisio on siis ainakin jotain, josta puhua ja jo siksi tärkeä (mt. 191).

Tämän tietävät ilmeisesti myös tositelevision tekijät. Esimerkiksi *Big Brotherin* tekijät ovat arvelleet, että yksi syy siihen, miksi sarja vetoaa vanhempiin, ammatissa toimiviin naisiin, on se, että se tarjoaa sellaista psykologista ja emotionaalista juoruilua, johon näillä ammattilaisilla ei ole aikaa tai pääsyä todellisessa elämässä. Toisin sanoen *Big Brother* tarjoaa parasosiaalista mielihyvää, jota sen katsojat saavat, kun he kuuntelevat *Big Brother* -talossa käytäviä keskusteluja tunteista ja kokemuksista, ja kun he puhuvat niistä muiden kanssa. (Roscoe 2004, 314.)

7.3.1 Suurin pudottaja kiellettyinä keskustelunaiheena

Televisio-ohjelmien sosiaalinen käyttökelpoisuus nousee esiin myös useissa käyttötarkoituks- ja etnografisissa tutkimuksissa (esim. Barrios 1988, 69). Miltei säännönmukaisesti muun muassa saippuasarjojen katselua perustellaan näissä tutkimuksissa sillä, että sarjoja seuraamalla pysyy mukana päivän puheenaiheissa. *Suurimman pudottajan* kohdalla nämä sosiaalisen käytettävyyden oletukset näyttäisivät kuitenkin joutavan romukoppaan. *Suurimman pudottajan* katsomisesta ei kerta kaikkiaan puhuta kuin korkeintaan kaikkein lähimpien ihmisten kanssa. Esimerkiksi työpaikan kahvipöytään *Suurin pudottaja* ei sovi. Päinvastoin. Joistakin haastateltujen kommentteista tuli tunne, että sarjan katsomista suorastaan peitellään.

”Emmä nyt sillä [katsomisella] brassailis, et ei kauheesti oo kenenkään kans tullu höpötettyä. Emmä tiä, ehkä se liittyy just siihen kevyeseen sisältöön et ku ei siinä nyt juuri ole mitään... ei kauheesti jää niiku keskustelunvaraa.” (nainen, 35)

”Aika harvoin, että... En edes vaimon kanssa. En.” (mies, 53)

”Eipä juuri. Ei ainakaan siis tää.. no tietysti se yks tuttu on [ohjelmassa mukana] ni sen kanssa, mut et sanotaan et tavallisten, ulkopuolisten kanssa ni en oikeestaan.” (mies, 50)

”No emmä kyl sil taval. (nauraa) Mä en tiedä ketään ketä kattois sitä...” (nainen, 27)

”Ei oo kauheesti [keskustelunaihe] kun ei.. ei niinkun.. kaverit ei kato, avopuoliso kattoo joskus satunnaisesti, ni ei...” (nainen, 20)

Sarjasta vaikeneminen on hämmentävää, sillä samaan aikaan, kun *Suurimman pudottajan* juonenkäänteistä ollaan hiljaa, tuntuu esimerkiksi *Big Brother* käyvän keskustelunaiheeksi missä ja milloin vain. Näin ollen esimerkiksi yhden haastatellun esittämä sarjan sisällön keveys ei oikein tunnu riittävältä selitykseltä puhumattomuudelle. Osa haastateltavista puolestaan ehdotti puhumattomuuden syyksi sitä, etteivät he tiedä ketään toista, joka katsoisi sarjaa. Tämäkin tuntuu erikoiselta, sillä *Finnpanelin* (Liite 1) mukaan sarjaa seurasi jatkuvasti, yhtä lähetysviikkoa lukuun ottamatta, vähintään puoli miljoonaa katsojaa.

Voisiko selitys sitten löytyä ruumiinkulttuurista ja lihavuuteen liitetyistä häpeäntunteista? Onko ylipaino sellainen tabu, että siitä ei tohdita puhua, vaikka esimerkiksi *Big Brother* -kilpailijoiden jatkuva juopottelu ja humalassa toikkarointi kelpaa jo kenen tahansa keskustelunaiheeksi?

Esimerkiksi Hannele Harjunen ja Katariina Kyrölä (2007, 28) huomauttavat, että länsimaaisessa nykykulttuurissa lihavuutta pidetään yhtenä stigmatisoivimmista ruumiin ominaisuuksista. Ruumiin lihavuudesta on muodostunut henkilöä vahvasti leimaava ominaisuus, jolla on usein negatiivisia ja hyvin konkreettisia seurauksia (Harjunen 2004, 243). Lihavuuden perusteella tehdään helposti päätelmiä myös henkilön henkisistä ominaisuuksista, ja lihavuuden katsotaan ilmentävän henkistä ja moraalista heikkoutta. Etenkin naisten kohdalla ruumiin muotoa pidetään keskeisenä merkinä yksilön henkisistä ja sosiaalisista valmiuksista sekä itsehallintakyvystä (Kyrölä 2007, 52). Siinä missä hoikkuus mielletään itsestä välittämiseksi, eli merkiksi tahdosta ja impulssien hallinnasta, on lihavuus puolestaan alkanut merkitä näiden ominaisuuksien ja kykyjen puutetta (Pajala 2007, 48). Lihavuus siis merkitsee paitsi itsekontrollin puutetta, myös itsen yletöntä hemmottelua ja heikkoutta, jotka määritellään vähintäänkin negatiivisiksi, usein jopa halveksittaviksi ominaisuuksiksi (Lahikainen 2007, 113). Samalla nämä ominaisuudet ovat jotain aivan muuta kuin sitä, mitä yksilöltä – vallitsevan ideologina mukaan – edellytetään, jos tämä mieli päästä elämässään eteenpäin (Bordo 1993, 195).

Tällaisten olettamusten valossa olisi helppoa vetää johtopäätös, jonka mukaan lihavuus on viisainta pyrkiä kätkemään. Tällöin lihavuudesta ei myöskään kannata tehdä puheenaihetta, oli kyseessä sitten oma tai televisiossa esiintyvien ihmisten ruumis. Tekemieni haastattelujen perusteella tämäkään päätelmä ei kuitenkaan päde. Vaikka *Suurimmasta pudottajasta* ei pahemmin puhuttu, paino ja sen hallinta noin yleisesti kelpasi keskustelunaiheeksi. Myös omasta painosta saatettiin puhua, etenkin muiden samassa tilanteessa olevien kanssa. Toisin sanoen omasta ja tuttavien painosta siis kärsii puhua ja vitsailla häpeilemättä, mutta tositelevisiosarjan esittämä ylipaino on pannassa. Haastatteluissa *Suurin pudottaja* - ja painokeskusteluista pohdittiin muun muassa näin:

Haastattelija: ”Mites sit, keskusteleks sää tästä ohjelmasta.. ? Onks sulla jotain muita tuttuja, jotka kattoo ja käytteks te koskaan mitään keskustelua tästä?”

Haastateltava: ”Hmm, pitää oikein miettiä... Ei kyllä tuu heti mieleen. ehkä jossain just messengerissä saattaa ohimennen, varsinki jos se on auki sen ohjelman aikaan, ni sanoo, että katotko tai jottain tommosta, mutta ei mitään semmosia suurempia keskusteluja.”

Haastattelija: ”Okei. Keskusteleks sää sitte muuten painonhallintaan liittyvistä asioista..?”

Haastateltava: "Joo. Tosi usein. [...] Serkun kanssa, ku se on minun ikäinen tyttö, ni sen kanssa ollaan paljon ja puhutaan just melkein aina ja kavereitten kanssa usein luiskahtaa semmoseen että aina siitä pittää jauhaa jotakin ja jossitella ja muuta." (nainen, 28)

Haastattelija: "Mites sit tästä sarjasta, keskusteleks sää siitä koskaan jonkun, tuttujen kans..?"

Haastateltava: "Aika harvoin, että... En edes vaimon kanssa. En."

Haastattelija: "Joo. Mites sit, keskusteleks sää ylipäätään tommosista painonhallinta- ja semmosista jutuista?"

Haastateltava: "No kyllä me ollaan.. oon mää.. mä oo ollu painonhallintaryhmässäkin työpaikalla mukana ja kyllä siitä on puhetta melkein päivittäin ihmisten kans, jotka on.. lihavia ja tukevia ja kukaan ei usko, et mä painan satakaksyt kiloo ku mä painan nin tästä on aina joka päivä vitsailua." (mies 53)

Yksi mahdollinen selitys *Suurimmasta pudottajasta* vaikenemiselle voi tietenkin olla tietynlainen ohjelmaan liittyvä tirkistelypotentiaali ja edelleen tuohon tirkistelyyn liittyvä häpeä. Esimerkiksi Roscoen (2004, 315) mukaan tositelevisio-ohjelmien katsominen on usein tirkistelyä, johon liittyy häpeää ja kiinnijäämisen pelkoa. Eri ohjelmissa tämä tirkistely ja sen aiheuttama häpeä toteutuvat eri tavoin ja eriasteisesti. Mielestäni *Suurimpaan pudottajaan* liittyvä tirkistely ja sen aiheuttama häpeä voi olla moninkertainen esimerkiksi *Big Brotherin* tirkistely- ja häpeäpotentiaaliin verrattuna.

Siinä missä *Big Brotherin* koko idea perustuu jatkuvalla kameratarkkailulle, jota kaiken aikaa alleviivataan, on kameroiden läsnäolo *Suurimmassa pudottajassa* jollain tavalla piilotetumpaa. *Big Brotherissa* esimerkiksi katsova yleisö on kaiken aikaa läsnä, sillä se muun muassa päättää, kuka kilpailijoista putoaa kisasta ja kuka saa jatkaa. Tositelevision performanssiluonnetta pohtinut Outi Hakola (2006, 117) onkin todennut, että *Big Brother* -kilpailijat itse asiassa tietoisesti luovat tietynlaista kuvaa itsestään kameroita ja siten myös katsojia varten. Näin ollen *Big Brother* -talon tapahtumilla tavallaan mässäillään avoimesti ja tarkoitukselliseksi, mikä ehkä osaltaan syö pohjan piilotetulta tirkistelyltä ja samalla tirkistelyyn liittyvältä häpeältä. Tirkistelystä tulee ikään kuin avointa ja yleisesti hyväksyttävää. Lisäksi *Big Brotherin* kilpailijat ovat useimmiten suhteellisen kauniita ja hoikkia ihmisiä, joilla ei ruumiinsa puolesta ole kameran edessä mitään peiteltävää.

Suurimmassa pudottajassa taas tähdätään näennäisesti vain kilpailijoiden parhaaksi tapahtuvaan laihduttamiseen, ja keskiössä ovat päällisin puolin vain kilpailijoiden keskinäiset suhteet joukkueiden sisäisine häätöäänestyksineen. Katsojat eivät siis vaikuta sarjan kulkuun eikä heille

siksi tarvitse esiintyä. Muutenkin *Suurimman pudottajan* kilpailijat vaikuttavat enimmäkseen olevan tiedostamatta kameroiden läsnäoloa, toisin kuin *BB*:ssa, missä kameroiden olemassaolo varmasti osaltaan jopa tuottaa tietynlaista käyttäytymistä. Sen sijaan *Suurimmassa pudottajassa* kamera-ajot ja dramaattinen taustamusiikki ikään kuin ohimennen ja siinä sivussa shokeeraavat katsojia kilpailijoiden elopainolla ja vyötärön ympäröyksellä. *Suurimmassa pudottajassa* näytetään myös melko paljon lähikuvia kilpailijoiden vartaloista, ja toisinaan nämä otokset muistuttavat esimerkiksi feederistisessä pornossa suosittuja ”bounce”- eli ”höllymis”-kuvia, joissa korostetaan lihavan ruumiin löysien osien liikettä (Kyrölä 2007, 181). Tällöin katsojaa puhutellaan sikäli ristiriitaisesti, että yhtäältä katsominen voi tuntua vaivaannuttavalta ja ahdistavalta, mutta toisaalta kuvat vetävät katsetta väkisinkin puoleensa (mt. 176). Näin ollen *Suurimman pudottajan* katsomisen yhteydessä tapahtuva ”vahingonomainen” tirkistely voi aiheuttaa suurempaa häpeää kuin *Big Brotheriin* elimellisesti liittyvä ja avoin tirkistely, joka ei oikeastaan ole enää tirkistelyä ollenkaan.

Haastateltavani kuvasivat *Suurimman pudottajan* katsomiseen liittyvää tirkistelyä muun muassa näin:

”No kun ei tuolla kadulla nää semmosia yli kakssataa kilosia ihmisiä oikeesti kauheen usein, niin semmosta sairaalloista uteliaisuutta, et ku.. sen kokonen ihminen ottaa paidan pois, ni sitä kattoo et voi ei, että miten voi olla noin suuri maha’ tai että tietää, että ei siinä nyt oo mitään kiinnostavaa katottavaa, mutta.. en kiellä, ettenkö niiku silmät pyöreenä kattos...” (nainen, 20)

”No onhan se vähän kyllä semmosta.. varsinki jotenki se, että miks niiden miesten pitää ottaa ne paidat pois [...] koska kyllähän se on paljon armollisempaa sit kuitenkin ku se, että ne kaikki makkarat sitte näkyy [...] Toisaalta niiku onhan siin ny ehkä semmone pieni myöski ainaki sääli niiku niitä kohtaan [...] et on kurjaa että ne on niiku niin isoja ja sit [...] niistä tuntuu että se on niille ainoa vaihtoehto muuttaa elämää on se että niitten pitää mennä telkkariin niiku muitten semmosiks näyttelyeläimiks.” (nainen, 27)

”...semmonen.. kattava tunne sitä sarjaa katsoessa ni on se just vähän sellanen ällötys ja tympääntyminen niiku [...] tähän aiheeseen [...] siis tästä vinkkelistä, että otetaan niiku todellakin sairaalloisen lihavia ihmisiä ja sitten niitä niiku tirkistellään [...] kyllä mä ainakii niiku tiedostan sen niiku sen ällötyksen just mikä siihen liittyy ja että [...] tää ei niiku.. ei oo hyvä juttu, niin sanotusti. [...] tulee välillä semmonen oikeesti semmonen tunne [...] et hei haloo että vois sitä ehkä

muutaki tekemistä olla ja muutaki sisältöä elämässä että niiku että mitä tästä niiku muka saa.”

(nainen, 35)

Haastateltavien käyttämät termit, kuten ”sairaalloinen uteliaisuus”, ”näyttelyeläimet” ja ”tirkistely” viittaavat siihen, että he itse tuntevat ja tiedostavat katsovansa jotain, mitä ei oikeastaan saisi katsoa. Toisin sanoen *Suurin pudottaja* koettiin ehkä monia kaltaisiaan tositelevisio-ohjelmia enemmän eräänlaiseksi freak show’ksi, jollaisen katsominen ei ehkä nykypäivänä ole sosiaalisesti järkevää. Niinpä moni haastatelluista suhtautui omaan katsomiseensa hyvinkin kriittisesti ja, aivan kuten viimeisimmässä sitaatissa todetaan, huomasi toisinaan miettivänsä, pitäisikö sarjan katsomisen sijaan sittenkin tehdä jotain muuta. Tällaisten katsomiseen liittyvien ristiriitojen ja itsekritiikin valossa on jo ymmärrettävämpää, että sarjasta ei haluttu puhua. Ehkä haastateltavia jopa mietitytti se, miten muut ihmiset suhtautuisivat heidän ohjelmamakuunsa ja mahtaisivatko nämä paheksua moisia katsomismielityksiä.

7.3.2 Kattokaa ny: yhdessä katsominen ja kommentointi

Kuten jo aiemmin etnografisessa osuudessa todettiin, televisio voi viihdyttämisen ohella tarjota perheille oivan tilaisuuden kokoontua yhteen. Tällöin televisio-ohjelman sisältö voi myös tuoda yhteistä pohjaa katselun ohessa tapahtuvalle keskustelulle (esim. Morley 1986, 22). Televisio siis toimii eräänlaisena fokuksena ja työkaluna sosiaaliselle kanssakäymiselle. Se ikään kuin konstruoi kontekstin, jossa kommunikoida ja tuottaa viittauspisteitä ja materiaalia keskustelulle. Näin tuntui toimivan myös *Suurin pudottaja*. Ainakin lapsiperheelle sarjan merkitys tuntui piilevän nimenomaan siinä, että se kokosi ainakin osan perheestä yhteen katsomaan jo kommentoimaan sarjan tapahtumia.

”... siinä on minä ja mies ja sitte meidän esikoinen, joka on yksitoistavuotias, ni hän sitte monesti kattoo [...] et se nyt on tämmöstä niiku sinänsä turvallista katsottavaa [...] et sieltä tosiaanki voi siinä kohdassa tulla ihan mitä vaan, mitä voi koko perheen kesken niiku vahdata, ni oikeestaan mikä tahansa siinä kohdassa kelpais. (nainen, 35)

Ja vaikka *Suurimmasta pudottajasta* ei siis keskusteltu sarjan katsomisen ulkopuolella, katsomisen aikana sitä kyllä saatettiin kommentoida. Samalla voitiin käydä keskustelua vaikkapa siitä, millaista painonpudotus todellisuudessa oikein on, tai siitä, millaisesta liikunnasta itse kukin pitää.

”No tämä avopuolisoni, joka on sitä mieltä, että painon pudottaminen on kamalan helppoa, kun hän ei oo ikinä sitä itse tehnyt, ni [hän kommentoi] että ’eihän toi oo yhtään vaikeeta’ ja syömisestäki, että.. no semmosta.. semmosta, ei nyt ivailua, mutta semmosta, ettei tiä mistä puhuu - kommentointia ja sitte taas näitten sisarusteni kanssa niin seurataan, että ’vitsi toi ois hyvä liike’ ja ’pitäskö kokeilla noita kahvakuulia’ ja ’mitähän noitten sykkeet on’, että me ollaan semmosia enempi urheilullisia, ni meitä kiinnosta nämä asiat sieltä sitte.” (nainen, 20)

Lisäksi sarja tuntui tarjoavan mahdollisuuden kommentoida itse kilpailijoita ja heidän luonteenpiirteitään sekä olemustaan, toisinaan raa’astikin.

”No varmaan just niitä persoonia eritellään, et siellä alussa siellähän tippu niitä jotain, mitkä oli vähän kovempia suustaan ja näin, ni semmosia saatto kommentoida ja tietysti just sitte, että ku niiltä tippuu sitä niiku, että vitsit aina niiltä tippuu painoo ja.. semmosia.” (nainen, 28)

Haastattelija: ”... jos teitä on useampi siinä kattomassa, ni kommentoitteks te sitä...?”

Haastateltava: ”Joo.”

Haastattelija: ”Millä tavalla esimerkiks?”

Haastateltava: ”No kyllähän ne on lähinnä kait niitä ällötyksen ja inhotuksen tunteita, et voi kauhistus ja kattokaa ny ja.. ja tota.. siihen liittyen.” (nainen, 35)

Vaikuttaa siis siltä, että *Suurin pudottaja* toimii sosiaalisen tilanteen synnyttäjänä siten, että sitä voi katsoa porukalla jopa lapsiperheen kesken – toisin kuin vaikkapa väkivaltaa sisältäviä rikossarjoja. Niin ikään sosiaalisesta käytettävyydestä kertoo se, että sarja onnistui herättämään keskustelua ja kirvoitti kommentteja jaettavaksi muiden katsojien kesken. Näin sarja paitsi mahdollisti sosiaalisen yhdessäolon, myös auttoi ehkä jollain tavalla kiinteyttämään paikallaolijoiden me-henkeä, kun nämä keskustelun ja kommentoinnin kautta rakensivat yhteistä kantaa ja suhtautumista sarjan tapahtumiin ja kilpailijoiden edesottamuksiin ja olemuksiin. Huomattavaa kuitenkin on, että tätä keskustelua käytiin vain ja ainoastaan kanssakatselijoiden kanssa itse katselutilanteessa, kun taas katsomisen ulkopuolella sarjasta ei siis puhuttu.

7.3.3 Olematon kumppanuus

Useissa käyttötarkoitustutkimuksissa on nostettu esiin kumppanuus, jota katsoja voi tuntea vaikkapa televisiosarjan henkilöitä kohtaan. Esimerkiksi McQuail ja kumppanit (1972, 157) kuvaavat, miten jopa aivan fiktionaalisiin henkilöihahmoihin muodostetaan ystävyys-suhteita kuin he olisivat oikeita ihmisiä. Toisaalta televisiota ja televisiosarjoja ylipäättään saatetaan pitää hyvinä seurankorvikkeina silloin, kun ollaan yksin.

Vaikka moni haastateltavistanikin katsoi *Suurinta pudottajaa* itsekseen, kukaan heistä ei tuonut esiin minkäänlaisia sosiaalisia siteitä sarjan henkilöihin. Kilpailijoihin kyllä samaistuttiin tavallisina ihmisinä ja laihduttajinakin, mutta kukaan ei viitannut siihen, että hakisi sarjasta tai sen henkilöistä itselleen seuraa tai kumppanuutta. Itse asiassa kukaan ei oikein osannut nimetä kilpailijoiden joukosta edes omaa suosikkiaan, jonka edesottamuksia olisi seurannut erityisen antaumuksella. Sen sijaan joukkueista, joita siis oli kaksi, siniset ja punaiset, moni arveli pitkän mietinnän jälkeen kannattavansa punaista. Useimmiten syynä oli joukkueen valmentaja Eva Wahlström, joka herätti kiinnostusta niin valmennusmetodeillaan kuin persoonallaankin.

”...mä tykkään siitä *Evasta tosi paljon* [...] *musta se on niin ihanan pirtee aina ja semmonen kauheen empaattinen ja tsemppaava...*” (nainen, 29)

”...*Evasta tykkään, sil on semmonen hyvä.. tota noin niin ..tulisieluinen tahtonainen ni siitä mä tykkään*” (nainen, 35)

Tässäkään kohtaa kukaan ei kuitenkaan viitannut mihinkään sen syvällisempään suhteeseen, vaan paremminkin Wahlström oli jokseenkin ainoa, joka osattiin kysyttäessä nimetä edes jonkinlaiseksi suosion kohteeksi. Muutoin sarjan henkilöt nähtiin, ei niinkään yksittäisinä persoonina, vaan pikemminkin ihmisjoukkona. Ja jos tuosta joukosta joku jotenkin nousi esiin, se oli yleensä joku sellainen, joka onnistui jollain tavoin ärsyttämään katsojaa. Näin olleen *Suurin pudottaja* ei itsessään näyttäisi herättävän minkäänlaisia kumppanuuden tunteita, mikä voi johtua sarjan verrattain lyhyestä kestosta (joitakin viikkoja) tai sitten vain sarjan tavasta tuoda – tai olla tuomatta – yksittäisiä ihmisiä esiin. Toki voi olla niinkin, että haastattelemani katsojat eivät yksinkertaisesti kaivanneet televisiosarjan tuomaa parasosiaalista seurapitoa. Eiväthän he muutenkaan katselleet televisiota järin paljon, joten ehkä heidän sosiaalinen elämänsä oli riittävän virikkeellistä, eikä televisiota siten erityisemmin tarvittu täyttämään sosiaalista tyhjiötä (kts. s 42–44).

7.4 Mitä siellä oikein tehdään: Suurin pudottaja ja tiedonhankinta

Useissa käyttötarkoitustutkimuksissa on nostettu esiin tiedonjano yhtenä merkittävimmistä television katsomisen motiiveista. Ennen muuta tämä tiedonhankinta tietysti liitetään television uutis- ja ajankohtaisohjelmiston katsomiseen, mutta jonkinlaisia tiedonjyväsiä on tavattu löytää myös viihteellisemmästä ohjelmistosta. Tositelevisiokin voi potentiaalisesti tarjota katsojalleen informaatiota, lepääväthän sen juuret osaltaan hätäaputelevisiossa ja muussa infotainment-perinteessä, jonka keskeistä antia on ollut tarjota toimintaohjeita erilaisten hätätilanteiden varalle. Toki balanssi informaation ja viihteen välillä on ajan saatossa muuttunut. Siinä missä perinteisissä tositelevisioformaateissa informaation ja viihteen suhde oli melko selvä – etenkin rikos- terveys- ja hätäpalveluformaateissa – tätä nykyä tuo suhde on varmasti epäsuorempi. Esimerkiksi *Selviytyjien* kaltaisesta dokumentaarista game show -formaateissa ei varmaankaan ensisijaisesti opasteta selviytymään haaksirikkoutumisesta autiolle saarelle, mutta kaiken pelailun ja juonimisen lomassa voi pilkahtaa myös jokunen vinkki siitä, miten luonnosta hankitaan ruokaa tai miten vaikkapa tuli tehdään ilman tikkuja ja sytytintä.

Annette Hillin (2005, 179) mukaan tämä tiedollisen aspektin painotusero perinteisen ja tämänhetkisen tositelevisio-ohjelmiston välillä näkyy myös siinä, miten yleisö puhuu tositelevisio-ohjelmista oppimisesta. Vielä 1990-luvun puolivälissä yleisökeskustelua television pelastusoperaatioista ja terveysongelmista kehysti se, mitä itse kukin voi ohjelmien avulla oppia elämästä. Tällä oppimisella tarkoitettiin muun muassa ensiaputaitoja ja muita vastaavia selviytymis- ja auttamiskeinoja. Sittemmin, genren muuttuessa game show -ohjelmien ja muiden viihteellisten elementtien hybrideiksi, yleisöille on ollut epäselvempää, mitä he loppujen lopuksi voivat oppia ohjelmista. Niinpä esimerkiksi Hillin vuosina 2000–2001 tekemässä yleisötutkimuksessa valtaosa haastatelluista puhui varsinaisen oppimisen sijaan jonkinlaisesta ”oppimisen ideasta”. Toisin sanoen valtaosa tämänkin hetkisestä tositelevisiosta edelleen sisältää jonkinlaisen suhteen informaatioon, mutta tuo idea oppimisesta tarjotaan ennen muuta viihteen kehyksessä opettavien kehysten olleessa selkeästi vähemmistössä ja rajoittuessa lähinnä historiapainotteisiin formaatteihin.

Oivallisia esimerkkejä tositelevisio-ohjelmista, jotka sisältävät informaatiota viihteellisessä kehyksessä, ovat nimenomaan erilaiset lifestyle-sarjat, joihin myös *Suurin pudottaja* osaltaan lukeutuu. Viihteen ja draaman ohella ne tarjoavat neuvoja ja vinkkejä siitä, miten huolehtia

vaikkapa omasta hyvinvoinnista ja terveydestä. Nämä neuvot vain tarjoillaan persoonallisten ja henkilökohtaisten tarinoiden muodossa (mt. 97). Sarjat siis opettavat samalla, kun viihdyttävät dramaattisilla tarinoillaan. Hill (2005, 79) kutsuu näitä tarjottuja tiedonmurusia nimellä ”learning opportunities”, eli oppimisen tilaisuudet. Tällä Hill tarkoittaa sitä, että katsojalla on yhtäältä mahdollisuus oppia näkemästään, mutta yhtä lailla hänellä on myös mahdollisuus olla tarttumatta tietoon.

Se, tarttuuko tositelevisiion yleisö sitten tarjottuun tietoon vai ei, tuntuu olevan arvoitus. Informaatioelementtiä kyllä arvostetaan, mutta harvoin siitä tunnutaan mitään opittavan. Esimerkiksi Hillin (2005, 80) tutkimuksessa vuodelta 2000 informaatio oli yleisön keskuudessa pidetyin elementti kaikissa tositelevisiotyypeissä. Jopa 75 prosenttia kaikista aikuisista piti informaatiosta enemmän kuin muista piirteistä, kuten ihmisten elämän katsomisesta. Sukupuolittain tarkasteltuna 72 prosenttia miehistä ja 78 prosenttia naisista suosi informaatiota ennen muita tositelevisiion elementtejä. Mutta silti, vaikka yleisö siis selvästi arvostaa tositelevisiion informatiivisuutta, käytännössä valtaosa reality-ohjelmistosta otetaan vastaan viihteenä eikä informaationa (mt. 82). Tässä mielessä yleisön suhde tositelevisioon on siis jokseenkin ambivalentti. Yhtäältä yleisö arvostaa genren informatiivisia elementtejä ja assosioi informaation todellisuustelevision julkiseen luonteeseen, mutta toisaalta se pitää suurinta osaa tositelevisiosta ennemmin viihteellisenä kuin informatiivisena (mt. 106–107).

Haastatteluiden perusteella kaikki edellä sanottu pätee myös *Suurimman pudottajan* katsomiseen. Valtaosa haastatelluista oli sitä mieltä, että sarjasta ei juuri saa tietoa laihduttamisesta eikä vinkkejä painonpudotukseen. Tämä nähtiin myös sarjan suurimmaksi puutteeksi. Informatiivista sisältöä kaivattiin lisää.

Haastattelija: ”No tota, tästä ohjelmasta, pystyyks siitä saamaan mitään tietoo?”

Haastateltava: ”Aika vähän tällä hetkellä. Koska ni tota kaikki ne ruokavaliot ja kaikki ne, ne menee vaan, että teil on kalorimäärä tässä, mutta siinä ohjelmassa ei kerrota, miten ne kalorimäärät tehdään ja miten se ruoka on rakennettu ja ne vaan syö jotain mössö, ne tekee itteksensä siellä sitä asiaa, mutta ei sitä kerrota, mitä ne syö. Ja mikä on se levon ja rasituksen suhde, sitä ei kerrota. Että jos siitä haluais niiku ittellen jotain mallia laihduttamiseen, ni tällä hetkellä mun mielestä se ohjelma ei kerro sitä.” (mies, 53)

”Mä just mietin tota kyl viimeks, että kun ei siinä kauheesti niiku kerrota siitä, että mitä ne esimerkiksi tekee siellä reeneissä. Siellä näytetään, että nyt tehään näin, mutta ei niistä pysty mitään sillai niiku ottaan eikä myöskään tai ku eikä siellä myöskään mitään tommosia ravinto-ohjeita niiku.. kyl mun mielest tuu, että siin mieles ei.” (nainen, 27)

Yksi haastateltavista myös arveli, että tietoa saadakseen katsojalla täytyy jo lähtökohtaisesti olla tietyt valmiudet vähäisten tiedonsaantimahdollisuuksien hyödyntämiseksi:

”No must tuntuu, että jos ei oo vaikka ikinä tiputtanu painoo ja kattoo ihan sillai, tietää, että mulla on nyt kaksnyt kiloo ylipainoo, pitäsköhän mun tehä jotain, kattoo sitä ohjelmaa, niin ei, ei siitä sillä tavalla, että pitää olla joku oma kokemuspohja tai sitten ymmärrystä ihmisen fysiologiasta tai ravitsemuksesta, että siitä saa jotain itelleen irti...” (nainen, 20)

Aktiivisimmille liikunnan harrastajille sarja sentään tuntui tarjoavan jonkinlaisia virikkeitä. Joidenkin haastateltujen mukaan sarjasta saattoi poimia yksittäisiä liikkeitä tai harjoitteita, joita saattoi sitten soveltaa omaan liikkumiseen. Tämä tuntui kuitenkin edellyttävän hieman tavallista parempaa perehtymistä liikunnallisen elämäntavan saloihin.

”Ehkä sitä kattoo vähän silläkin mielellä sitä ohjelmaa, että justiin löytäis sieltä jotaki kivaa uutta, millä tavalla ne niiku treenaa, että mikä on sellasta hyvää ja sellasta...” (nainen, 22)

”Sillä tavalla aina funtsin, että mitä sykkeitä ne nyt hakee ja sitten oli mulle uus juttu ne kahvakuulat, mitä käytetään paljon, niitä haluaisin kokeilla ja sitten tosi hyvältä näytti se semmonen treeni, mitä ne teki, että naruista roikkuu kaks puurengasta ja siinä sitten erilaisia liikkeitä tehtiin, ni ne vaikutti ihan mielenkiintosilta [...] Että pystyy niiku poimimaan semmosia juttuja, mitä ei ehkä tavalliselle ihmiselle tuu mieleen...” (nainen, 20)

Lisäksi jonkin verran tietoa koettiin saatavan ohjelman internet-sivuilta, missä oli muun muassa kilpailijoiden ruokapäiväkirjoja.

”...kun tossa tv-ohjelmassa ei juuri mitenkään näytetä näitten syömistä, nin se, että kun siellä [netissä] on niitä ruokapäiväkirjoja niiku ihmisten luettavissa, nin se on musta hyvä asia.. että sieltä näkee, että laihduttajanki pitää syödä ja näin, että siitä ehkä saa siitä ravintopuolesta saa enempi, ku telkkarista.” (nainen, 20)

Kaiken kaikkiaan haastatteluista käy selvästi ilmi se, minkä myös Hill (2005, 80) on huomannut, eli informaatiota todella pidetään tärkeänä elementtinä, mutta sitä ei kerta kaikkiaan tahdota löytää. Tässä mielessä haastattelemani yleisön edustajat olivat ehkä yllättävänkin kriittisiä, sillä vaikka he totesivat viihtyvänsä *Suurimman pudottajan* parissa viikosta toiseen, siitä löydettiin ainakin yksi selkeä puute, johon myös toivottiin parannusta. Merkille pantavaa myös on, että tämä toive esitettiin joka ikisessä haastattelussa. Yksikään haastateltava ei oikeastaan tyytynyt toteamaan, että viihdeohjelma ei informaatiota kaipaa, vaan jokainen peräänkuulutti edes jonkinlaista tiedollista oppimisen elementtiä.

Hillin (2005, 107), mukaan kuitenkin jo sitä, että yleisö suhtautuu kriittisesti oppimisen ideaan tositelevisiota katsomalla ja ylipäättään keskustelelee informaation roolista todellisuusteleviossa, voidaan pitää todisteena oppimisesta. Niinpä myös edellä mainitut haastateltavien kriittiset kommentit osoittavat, että tositelevisiön katsominen ei ole pelkkää ”aivotonta viihdettä” vaan voi tilaisuuden tullen herättää hyvinkin kriittisiä keskusteluita ohjelmien annista ja sisällöstä. Ainakin haastattelemistani katsojista jokainen suhtautui tietyllä varauksella niin itse sarjaan kuin sen katsomiseenkin ja reflektoi omaa katsojuuttaan parhaimmillaan varsin kyseenalaistavasti (kts. s. 74–75). Mielestäni tämä on osaltaan osoitus siitä, että tositelevisiosta on turha puhua pelkkänä ”roskaviihteenä” yhtä lailla kuin on turha murehtia, että se jotenkin päästää yleisönsä liian helpolla, koska se ei tarjoa mitään älyllisesti haastavaa. Pikemminkin näyttää siltä, että juuri tositelevisio kirvoittaa katsojiltaan ne kriittisimmät kommentit, kun puhutaan ohjelmien sisällöllisestä annista.

7.5 Kyllä minäkin tuohon pystyn: Suurin pudottaja motivaation lähteenä

Zygmunt Baumanin (2002, 85) mukaan televisiossa esiintyvät tavalliset ihmiset, jotka kärsivät samanlaisista ongelmista kuin katsojansa ja etsivät keinoa päästä noista ongelmistaan, ovat omiaan osoittamaan katsojille, että nämäkin pystyvät tekemään jotain omille koettelemuksilleen. Näin nämä televisiossa esiintyvät kohtalotoverit ikään kuin kannustavat katsojia tarttumaan omiin ongelmiinsa ja valavat uskoa siihen, että katsoja voi suoriutua omassa elämässään vähintään yhtä hyvin tai jopa paremmin kuin ruuduntakaiset toverinsa.

Myös laihduttamista television laihdutussarjoissa tutkineen Katariina Kyrölä (2007, 176) mukaan tositelevision laihdutussarjat pyrkivät kannustamaan katsojiaan muuttamaan ruumistaan samaan suuntaan kuin ohjelmien osallistujat. Ohjelmien promootiotekstit, osallistujat ja asiantuntijat tuovat kaikki painokkaasti esiin, että he haluavat inspiroida ja rohkaista myös katsojia laihduttamaan. Tekemieni haastatteluiden valossa tässä tavoitteessa myös onnistutaan. Vaikka varsinaista laihdutustietoa tihkui haastateltavien mukaan niukalti, tuntui sarja antavan sitäkin enemmän motivaatiota omaan painonhallintaan. Tämä tuli esiin niin voimakkaasti, että katsoin aiheelliseksi nostaa tämän motivaatiotekijän omaksi käyttötarkoituskategoriakseen. Lähes jokainen haastatelluista nimittäin totesi sarjan kannustavan liikkumaan ja jatkamaan painonpudotusta. Joidenkin kohdalla tämä tapahtui sarjan antaman positiivisen esimerkin ja rohkaisevien laihtumistulosten kautta. Toisille taas tuli yksinkertaisesti huono omatunto siitä, että he seurasivat toisten rehkimistä sohvalle maaten ja karkkia napostellen.

”... kyllä niiku siis myöskin tossa tulee niiku [...] varmaan seurattua myöskin sitä, että miten ne niiku pudottaa sitä painoa, että kyl se varmaan.. mulla sillai sen ekan jakson aikana ainakin tuli sellanen olo, että vitsi, täytyy kyl ehkä vähentää tätä karkin syöntii.” (nainen, 27)

Haastateltava: ”... en kehtaa lössähtää sohvalle kattoon sitä ohjelmaa, jos en oo tehny jotain ennen sitä tai ainaki teen sitte ohjelman aikana, että [...] en kehtaa semmosta, että no niin, nyt eväät ja mennään telkkarin ääreen, että se sopis ehkä jonkin toisen, jonkin hömppäohjelman aikana, et syönpäs tässä vähän popcornia tai iltapalaa, mutta ei sen ohjelman aikana ei kehtaa niiku suoda itselleen sitä..”

Haastattelija: ”Meinaatko, että siitä tulis huono omatunto tai..?”

Haastateltava: ”Kyllä tulis huono omatunto kattoo, ku toiset hikoilee punttisalilla, ni en kehtais [...] menis ruokahalu ehkä toisaalta siinä ku kattoo, et ei mulle ehkä maitakaan, ku mä voisin vähän nostaa punttia itekkin tai tommosta.” (nainen, 20)

”...ku joka syksy alkaa se laihtuskuuri ni sitte tota ihan sillai hyvää tekee kattoo, et jos noikin pystyy ni itekki sitte...” (nainen, 28)

”...itellekin monesti tulee semmonen fiilis että hitsi, pittää lähtee lenkille [...] ja kyllä siinä tulee semmonen olo yhtä aikaa et ihailee niitä, että ku ne onnistuu siellä ja sitte myöski semmonen, että no, että hitsi, että nyt vaan toimeks että kyllä kai siihen pystyy ku vaan alakaa.” (nainen, 29)

Näin *Suurin pudottaja* ikään kuin kannusti ja rohkaisi haastateltavia näiden omassa painonhallinnassa ja -pudotuksessa. Omalla, tavallisten ihmisten näyttämällä, esimerkillään sarja osoitti, että kuka tahansa pystyy muuttamaan tapojaan, jos vain tosissaan yrittää, ja tämä viesti myös otettiin ruudun toisella puolella avosylin vastaan. Vahvimmillaan sarjan antama motivaatio pisti katsojansa liikkumaan saman tien, ja vähimmilläänkin se sai ainakin pohtimaan, että painonpudotus, liikunnan aloittaminen tai ruokailutottumusten muutos on mahdollista.

8 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä tutkielmassa olen siis pyrkinyt vastaamaan kolmeen *Suurimman pudottajan* katsomista koskevaan kysymykseen. Yhtäältä olen yrittänyt selvittää sitä, mihin tarkoituksiin ja millaisten tarpeiden tyydyttämiseen sarjan katsojat sarjaa käyttävät. Toiseksi olen kartoittanut sitä, miten sarjan seuraaminen nivoutuu osaksi ihmisten jokapäiväistä arkea ja muuta mediakulutusta. Kolmanneksi olen vielä pyrkinyt luotaamaan sitä, miten sarjan seuraaminen liittyy sitä ympäröivään kulttuuriseen kontekstiin.

8.1 Vaihdetaan vapaalle

Kuten edellä on käynyt selväksi, sarja tyydyttää katsojiensa tarpeita näiden arjessa varsin monella tasolla ja monin tavoin. Useimpien tositelevisiosarjojen tapaan *Suurin pudottaja* koettiin odotetusti ennen muuta viihteeksi, joka auttoi unohtamaan arjen velvoitteet ja veti kaivattua rajaa työ- ja vapaa-ajan välille. Tässä erityisen merkitykselliseksi nousi sarjan perjantai-iltaan sijoittuva lähetyssajakohda. Osa haastateltavista jopa nimesi tämän ajankohdan yhdeksi tärkeimmistä sarjan katsomisen motiiveista, sillä juuri tuolloin oli otollinen hetki katsoa jotakin viihdyttävää ja mieluiten koko perheelle sopivaa ohjelmaa.

Tähän arjen rutiineista irrottautumiseen ja niin sanottuun pään nollaamiseen liittyi olennaisesti myös sarjan tarjoama mahdollisuus eläytyä sen päähenkilöiden koettelemuksiin ja siten purkaa omia tuntemuksia, olivat nämä sitten negatiivisia tai positiivisia. Siinä missä positiivisia tunteita ruokkivat muun muassa kilpailijoiden onnistumiset painonpudotuksessa, negatiivisia tuntemuksia

koettiin ennen muuta silloin, kun kilpailijat puhuivat toisistaan pahaan tai muodostivat niin sanottuja kuppikuntia kilpailussa edetäkseen.

8.2 Identiteettityö: eksoottiset lihavat

Vielä rentoutumistakin merkittävämmäksi käyttötarkoitukseksi nousi ehkä kuitenkin *Suurimman pudottajan* mahdollistama identiteettityö. Kuten muidenkin tositelevisiosarjojen hahmoihin, myös *Suurimman pudottajan* kilpailijoihin samaistuttiin jossain määrin siksi, että nämä olivat tavallisia ihmisiä. Toisaalta, moni haastatelluista myös teki selvän eron itsensä ja sarjan kilpailijoiden välille. Tämä, ennen muuta kilpailijoiden ulkomuotoon perustuva eronteko tapahtui korostamalla, että oma paino on paremmin hallinnassa kuin sarjan henkilöillä. Tämä eronteko ja rajan vetäminen on kuitenkin identiteettityötä siinä missä yhtymäkohtien etsiminenkin. Tällöin *Suurimman pudottajan* kilpailijat muodostavat sen merkityksellisen ”toisen”, johon itseä verrataan.

Varsinaisen minäkuvan lisäksi *Suurin pudottaja* toimi omien elämäntapojen peilinä. Siinä missä yksi olisi halunnut oppia samoille tavoille kuin kilpailijat, huomasi toinen tässäkin, että noudattaa itse terveellisempiä elintapoja kuin kilpailijat ennen kilpailun alkua. Jälkimmäinen huomio lienee omiaan vahvistamaan jo edellä esiin tullutta mielikuvaa siitä, että ”minulla” on homma paremmin hanskassa kuin ”heillä”.

Nämä eronteot ruumiinkuvissa ja elämäntavoissa poikkeavat aiemman, ehkä hieman yksinkertaistavan, tositelevisiotutkimuksen oletuksesta, jonka mukaan tositelevisiosarjojen henkilöihin on poikkeuksetta helppo samaistua, koska nämä ovat ”taviksia”. Tekemieni haastatteluiden valossa tämä samaistumisprosessi ei ole aivan näin yksiviivaista, vaan kyse on hyvin monisyisestä neuvottelusta, jonka kautta omaa minäkuvaa rakennetaan pala palalta suhteessa muihin. Haastatteluiden perusteella tässä rakennustyössä olennaisia elementtejä ovat muun muassa kansalaisuus, sukupuoli, ikä, ruumiin muoto ja elämäntavat. Näin ollen pelkkä televisiossa esiintyvän ihmisen tavallisuus ei vielä riitä samaistumisperusteeksi, olkoonkin, että omasta minäkuvasta on ehkä helpompi neuvotella todellisen ja tavallisen ihmisen kanssa kuin esimerkiksi täysin fiktiivisen saippuasarjan hahmon kanssa.

Minäkuvan ja elämätapojen vertailun lisäksi sarja soveltui myös omien elettyjen kokemusten muistelemiseen. Ohjelman kilpailijoiden edesottamukset kuvaruudussa onnistuivat muistuttamaan haastateltuja paitsi näiden omista ponnisteluista painonhallinnan tavoittelussa, myös aivan muunlaisista kokemuksista elämän varrelta. Mieleen tulivat ensimmäiset juoksulenkit ja painonpudotuksen ylä- ja alamäet sekä nuoruuden urheiluleirit ryhmäharjoituksineen ja muine yhteisöllisine toimineen. Näin sarja saattoi auttaa rakentamaan minäkertomusta esimerkiksi onnistuneesta ja alun vaikeuksien jälkeen pitkälle päässeestä laihduttajasta. Toisaalla sarja taas tarjosi tilaisuuden muistaa itsensä nuorena aktiivurheilijana muiden kaltaistensa joukossa.

Lopuksi sarja tarjosi vielä mahdollisuuden sen yleisesti omaksutun käsityksen vahvistamiseen, että ylipaino on ongelma, josta on syytä päästä eroon. Tämän ajatus- ja arvomaailman mukaan hoikkuus on normi, jota tulee tavoitella, vaikka sitten tositelevisiossa ja satojen tuhansien katsojien edessä. Tämä lienee juuri se arvomaailma, johon erilaisten laihdutusarjojen ja -kampanjoiden menestys nykymaailmassa perustuu. Lihavuus on yksiselitteisesti pahasta ja siksi siitä on päästävä. Tässä pyristelyssä erinäiset televisiosarjat ja lehtijutut sitten ojentavat auttavan kätensä ja ohjaavat kohti ”oikeanlaista” elämäntapaa. Tämä ajattelutapa nousi esiin myös haastatteluista, ja palaan siihen tarkemmin tuonnempana, kun pohdin lähemmin *Suurimman pudottajan* katsomisen kulttuurisia konteksteja.

Identiteettityöhön liittyen haluan kuitenkin tässä kohtaa nostaa esiin sen, miten *Suurin pudottaja* näyttää toimivan katsojien ruumisidentiteetin työstämisessä. Nimittäin, kun oikein tarkkaan katsoo, *Suurimman pudottajan* tarjoama identiteettityön malli näyttää hämmästyttävästi muistuttavan sitä muiden muassa Hallin (1999, 80) kuvaamaa eurooppalaisen identiteetin rakentamista, joka perustui tai perustuu eron tuottamiseen ”lännen” ja ”ei-lännen” välille. Siinä missä länsi miellettiin kehittyneeksi ja siten hyväksi ja toivottavaksi, pidettiin lännen ulkopuolelle jäävää aluetta, ei-länttä, ennen muuta alikehittyneenä, eli huonona ja ei-toivottavana. Niin ikään länttä pidettiin normina, jota vasten ei-länsi miellettiin poikkeavaksi ja siksi eksoottiseksi, orientiksi. Hieman samaan tapaan *Suurin pudottaja* esittää hoikkuuden tavoiteltavaksi normiksi ja kutsuu katsojansa samaistumaan tähän normiin. Lihavuus puolestaan on poikkeama tästä normista ja siksi ei-toivottu tila, josta on pyrittävä pois. Samalla lihavuus eksotisoidaan muun muassa läskin ”höllymistä” korostavilla kuvakulmilla. Näin *Suurin pudottaja* osaltaan uusintaa ja vahvistaa sitä ajattelutapaa, jonka mukaan lihava ruumis sijoittuu vallitsevassa länsimaisessa ruumiskulttuurissa marginaaliin ja määrittyy muiden ruumiiden perusteella ”toiseksi” (Harjunen 2004, 247). Juuri *Suurimman pudottaja* kaltaisten yksipuolisten mediarepresentaatioiden avulla lihavat, eli kulttuurista normia

täyttämättömät, vartalot toiseutetaan ja leimataan epänormaaleiksi (mt. 248). Tässä valossa ei ole ihme, että niin tässä tutkielmassa haastatellut kuin Harjusen (2007, 218) omassa tutkimuksessaan haastattelemat ihmiset identifioituivat ennen muuta hoikiksi. Ainakin *Suurimman pudottajan* tarjoamassa identiteetikuvastossa kun hoikat ovat yhtä kuin ”me” ja lihavat puolestaan ovat niitä ”muita”, joista erottautumalla omaa hoikkaa, ja siten sosiaalisesti hyväksytyä, identiteettiä kelpaa rakentaa. Tähän ajattelumalliin ja sen sosiaalisiin juuriin palaan tarkemmin vielä tämän yhteenvedon päätteeksi.

8.3 Vain rikostoverit kommunikoivat

Siinä missä *Suurin pudottaja* sopi vahvistamaan ja muokkaamaan niin ruumiillisia kuin henkisiäkin identiteettejä, oli se puheenaiheena lähes totaalisesti pannassa. Sarjasta ei puhuttu sen katsomistilanteen ulkopuolella oikeastaan ollenkaan, mikä on varsin poikkeuksellista aiemman, niin käyttötarkoituks- ja etnografisen tutkimuksen kuin tositelevisiontutkimuksen valossa. Selitykseksi puhumattomuudelle tarjottiin muun muassa sitä, ettei sarjaa tuttavapiirissä katso kukaan muu. Sarjan katsojalukujen perusteella (Liite 1) tämä tuntuu kuitenkin erikoiselta. Toinen selitys sarjan katsomattomuudelle oli puolestaan se, että kevyt sisältö ei anna aihetta spekulointiin. Tämäkään selitys ei kuitenkaan tyydytä, sillä onhan esimerkiksi *Big Brotherin* sisältö vähintään yhtä köykäistä, mutta silti se on monilla työpaikoilla aamukahvipöydän ensimmäinen puheenaihe. Myöskään *Suurimman pudottajan* käsittelemä lihavuus ei sellaisenaan vaikenemista selitä, sillä ylipaino tai laihduttaminen ei ollut haastatelluille mikään tabu, vaan omasta painosta ja sen kehityksestä keskusteltiin ja vitsailtiin lähes päivittäin. Näin ollen ainoaksi selitykseksi tuntuu jäävän *Suurimman pudottajan* erityinen tirkistelypotentiaali ja tähän liittyvä häpeä, joka saa sarjan katsojat pidättäytymään sarjan katsomiseen liittyvästä keskustelusta. Näin ollen sarjaa voi kommentoida vain välittömässä katsomistilanteessa, yhdessä ”rikostoverien” kanssa, jolloin sarja kyllä toimi esimerkiksi perheen yhteen kokoajana ja yhteisen keskustelun synnyttäjänä.

Kumppaniksi tai seuranpitäjäksi sarjaa ei kuitenkaan kaivattu eikä käytetty. Vaikka sarjan kilpailijat saattoivat herättää haastateltavissa sympatian tunteita ja samaistumiskokemuksiakin, ei heitä kohtaan tunnettu sen kummempaa läheisyyttä. Myöskään itse sarjaa ei mitä ilmeisimmin katsottu seuran puutteen tai yksinäisyyden liennytyksen vuoksi, sillä jokaisella haastateltavalla tuntui olevan

varsin vilkas sosiaalinen elämä, joka myös sijoitettiin tärkeysjärjestyksessä televisionkatsomisen edelle.

8.4 Kriittinen tiedonkaipuu

Myöskään tiedonhankinnan välineeksi sarja ei oikein kelvannut, vaikka siitä ehkä jonkinlaista liikkumisen ja syömisen esimerkkiä saikin. Tämä ei sinänsä liene yllätys, sillä varsin monet tämän päivän tositelevisiosarjat ovat jo aikaa sitten hylänneet taannoiset infotainment-juurensa. Jonkinlaisena yllätyksenä voi kuitenkin pitää sitä, että sarjan esisijaisesta viihteellisyydestä huolimatta siltä todella kaivattiin myös tiedollista otetta. Informaatiota olisi haluttu niin sarjassa käytetyistä ruokavalioista kuin liikuntatavoista ja -määristäkin. Osa haastateltavista myös etsi tätä tietoa ohjelman internetsivuilta. Yleisempää painonhallintatietoutta puolestaan etsittiin muun muassa lehdistä ja internetistä.

Mielestäni tämä tiedonjano on kuitenkin omiaan osoittamaan, että tositelevisio ei sinnikkäistä väitteistä huolimatta ole yleisölleen pelkkää ”pään nollaus -viihdettä”, johon suhtauduttaisiin kriitikittömästi ja välinpitämättömästi. Päinvastoin. Myös tositelevisio yleisö voi olla kriittinen katsomaansa kohtaan ja samalla se voi aktiivisesti hakea katsomastaan tiettyjä merkityksiä sen sijaan, että tyytyisi vain passiivisesti tuijottamaan ja naureskelemaan muiden ”tavisten” edesottamuksille.

8.5 Motivaatiota normin tavoitteluun

Laihduuttamista television laihdutussarjoissa tutkineen Katariina Kyrölä (2007, 176) mukaan tositelevisio laihdutussarjat kannustavat myös katsojia muuttamaan ruumistaan samaan suuntaan kuin ohjelmien osallistujat. Niinpä *Suurin pudottajakin* toimi motivaattorina ja esimerkkinä haastateltavien omille laihdutus- ja painonhallintapyrkimyksille. Yhtäältä sarjaa pidettiin todisteena siitä, että kuka tahansa pystyy laihtumaan ja tämä valoi uskoa myös katsojien omiin ponnistuksiin. Toisaalta sarjan seuraaminen sai omantunnon kolkuttamaan, jos itse vain istui sohvalla sarjan kilpailijoiden rehkiessä ruudun takana milloin minkäkin haasteen parissa. Niinpä sarjan parissa ei

esimerkiksi katsottu sopivaksi syödä herkkuja, vaan saatettiin itsekin jumpata ja siten osallistua ohjelman esittämän itsekurin harjoittamiseen.

Yhtä kaikki sarjan katsominen sai miettimään, mitä itse voisi tehdä paremman kunnon tai hoikemman vartalon eteen. Tietyllä tavalla tämä motivaatiopuoli ehkä myös kompensoi sitä, mikä tiedollisen annin suhteen jäi puuttumaan. Ja vaikka aiempi käyttötarkoitustutkimus ei tällaista käyttökategoriaa tunnistaakaan, mielestäni se kuitenkin nousi haastatteluissa niin selkeästi esiin, että se ansaitsi tulla käsitellyksi omana kokonaisuutenaan sen sijaan, että sitä olisi kannattanut ryhtyä mahdollittamaan esimerkiksi tiedonhankinnan alaryhmäksi.

8.6 Kulttuurinen konteksti: paha ja poikkeava lihavuus

Vaikka alun perin lähdin kartoittamaan vain sitä, mikä saa ihmiset – itseni mukaan lukien – katsomaan *Suurinta pudottajaa*, mieleni taustalla häilyi kaiken aikaa myös sen ihmettely, miksi laihdutus ja painonhallinta ylipäättään saa niin valtavasti tilaa kaikessa mediassa. Kun sitten myös tutkielmaa varten tekemistäni haastatteluista alkoi toistuvasti nousta esiin laihuutta tai vähintäänkin tervettä ja urheilullista hoikkuutta ihannoivia viittauksia, alkoi tämä laajempi kulttuurinen konteksti kiinnostaa siinä määrin, että halusin nostaa myös sen ainakin jossain määrin osaksi tätä tutkielmaa.

On selvää, että haastatteleman *Suurimman pudottajan* katsojat, sen enempää kuin ketkään muutkaan yleisön jäsenet, eivät katso televisiota kulttuurisessa tai sosiaalisessa tyhjiössä, tekstuaalisten tai ideologisten tekijöiden ulottumattomissa (esim. Lull 1990, 172). Päinvastoin, vallitsevat kulttuuriset mallit määrittävät aina paitsi itse katsomistilannetta, myös sitä, miten tuo katsominen mielletään katselutilanteen ulkopuolella. Nämä kulttuuriset mallit ovat normatiivisia siten, että ne representoivat niitä perustavia arvoja ja käytäntöjä, jotka koko yhteiskunta tai jokin tietty ryhmä jakavat (mt. 152). Niinpä myös *Suurinta pudottajaa* katsotaan tietynlaisesta kulttuuristen arvojen ja normien näkökulmasta. Nämä yhteisön hallitsevat arvot, normit ja käytännöt määrittävät muun muassa hyväksytyjä ja ei-hyväksytyjä ruumiita. Nykyäänhan erityisesti ruumiin koko ja muoto on kulttuurissa tiukasti määritelty (Harjunen 2004, 243). Paino ja koko, ennen kaikkea rasva, ovat riskejä, joita tulee varoa ja karttaa, kun taas norja vartalo ja hyvä kunto kuuluvat aikakauden tärkeimpiin kulttuurisiin symboleihin (Bauman 2002, 156). Esimerkiksi lihavuutta ja laihduttamista tutkiva Stiina Hänninen (Aikalainen, 2/2009) toteaa, että kiinteätä kehoa

pidetään yleisesti oikean asenteen symbolina. Tämän ajatusmallin mukaan hoikkuus viestii, että yksilö huolehtii itsestään ja välittää ulkonäöstään. Samalla se osoittaa tahdonvoimaa, energiaa ja kykyä muovata omaa elämäänsä.

Myös itse *Suurin pudottaja*, kuten televisio ohjelmistoinen ylipäätään, integroi katsojansa tiettyyn vallitsevaan kulttuuriin (esim. Silverstone 1994, 24). Televisiotuotanto osaltaan tuottaa ja uusintaa tiettyä, itsestään selvää todellisuuden luonnetta (Livingstone & Lunt 1994, 6). Niin ikään televisiolla on merkittävä rooli erilaisten sosiaalisten representaatioiden tuottajana (mt. 31). Erityisesti erilaiset lifestyle- ja makeover- ohjelmat ovat omiaan muokkaamaan makuja ja mieltymyksiä, samoin kuin koko kulutuskulttuurin yksilöllisiä ja kollektiivisia identiteettejä (Bell & Hollows 2005, 1). *Suurimman pudottajan* tapauksessa tämä tarkoittanee sitä, että sarja osaltaan levittää laihuutta ja terveellisiä elämäntapoja ihannoivan kulttuurin sanomaa, jossa lihavuus on pahasta ja laihduttaminen hyvästä. Sarja houkuttelee kuluttamaan laihdutuksen ideaa muun muassa kytkemällä laihdutuksen prosessiin suuria tunteita, kuten häpeää ja inhoa lihavasta ruumiista sekä onnistumien iloa, kun paino lopulta putoaa. Samalla muutokseen sitoutuneen ihmisen omanarvontunto ja käsitys itsestään nivotaan osaksi ruumiin muutosprosessia (Kyrölä 2007, 193). Näin *Suurimman pudottajan* katsominen mitä luultavimmin vahvistaa ja uusintaa sitoutumista nimenomaan laihuutta ja ruumiillista itseuria ihannoivaan kulttuuriin.

Lihavuutta ja ruumiillisuutta tutkinut Harjunen (2004, 258) on osuvasti todennut, että tällainen mediassa viime aikoina tiuhaan markkinoitu ruumiin kuri ja kontrollin ajatus on sisäistetty siinä määrin, että ”normaalin” ruumiin koon ja muodon tavoittelua pidetään kulttuurissamme tätä nykyä täysin luonnollisena tavoitteena. Tämä ei ole mikään ihme, sillä kulttuuristen ulkonäköihanteiden lisäksi normikokoa määrittää terveystieteellinen puhe ylipainon vaaroista. Stiina Hännisen mukaan lihavuus ja laihduttaminen sijoittuvatkin ainutlaatuisesti terveyden, sairauden ja kulttuurin risteyskohtaan, jossa keho kohtaa paitsi yhteiskunnan ja kulttuurin arvot, myös lääketieteen käsitykset terveellisyydestä ja epäterveellisyydestä (Aikalainen 2/2009). Zygmunt Bauman (2002, 96) selittääkin viime vuosina tapahtunutta ruumiin muokkauksen luonnollistumista nimenomaan sillä, että hoikkuuteen perustuvaa ruumiin hyväkuntoisuutta on alettu pitää terveyden synonyymina. Terveys puolestaan piirtää rajan normin ja poikkeavuuden välille ja on sellaisenaan tavoiteltava tila. Lisäksi, toisin kuin hyväkuntoisuus, terveys on enemmän tai vähemmän mitattavissa esimerkiksi työkykyisyyden avulla. Kun sitten terveys sekoitetaan hyväkuntoisuuteen, tulee jälkimmäisestä terveyden kaltainen tavoitetila, joka myös yrittää jäljitellä terveyden mitattavuutta ja terapeutista kehitystä. Tämä puolestaan selittää painon vartioinnin suosion. Hupenevat sentit ja katoavat

grammat ovat hyväkuntoisuutta tavoiteltaessa niitä harvoja näkyviä tuloksia, joita voidaan mitata (mt. 99).

Tämä Harjusen ja Baumanin kuvaama hyvän kunnon tavoite ja ”kurin luonnollisuus” tuli selvästi ilmi myös tekemissäni haastatteluissa. Esimerkiksi television ääressä syöminen, etenkin *Suurimman pudottajan* aikana, miellettiin ilman muuta pahaksi tavaksi, jonkinlaiseksi synniksi, johon ei pitäisi sortua. Niin ikään omia ja kilpailijoiden elämäntapoja verrattaessa saatettiin muistuttaa, että salaatin syöminen on hyvästä, kaikenlainen mässääminen taas pahasta. Näin ylimääräisestä herkuttelusta kieltäytyminen nähtiin kurinalaisena hyveenä, johon kannatti pyrkiä.

Myös hoikkuuden normia alleviivattiin moni tavoin. Moni haastatelluista esimerkiksi toi esiin, että toivoo kilpailijoiden todella laihtuvan ja siten pääsevän normimittoihin. Nämä katsojat eivät siis niinkään viihdyttäneet itseään kilpailun tai pudotusten dramatiikalla, vaan ennemminkin toivoivat näkevänsä tuloksia, joissa normiruumis on saavutettu. Jotkut haastateltavista totesivat jopa toivovansa, ettei ketään kilpailijaa pudotettaisi kisasta pois, vaan kaikille annettaisiin yhtäläiset mahdollisuudet laihtua asiantuntijoiden opastuksella (kts. s. 59). Niin ikään lähes jokainen haastateltavista totesi, että *Suurimman pudottajan* katsominen motivoi heitä itseään laihduttamaan tai pitämään painon kurissa, toisin sanoen tavoittelemaan normia.

Hoikkuuden normi tuli esiin myös lihavuuden stigmatisointina. Moni vertasi itseään sarjan kilpailijoihin toteamalla jotain sen tapaista kuin ”en ole sentään noin lihava”. Näin, samalla kun oma ruumis miellettiin jotakuinkin normin mukaiseksi, tuomittiin kilpailijoiden lihavuus joksikin hyvin poikkeavaksi ja siten myös epätoivottavaksi. Samaa stigmatisointia edustavat ne sarjaa katsoessa lausutut kommentit, joissa ilmaistiin erilaisia ällötyksen ja inhotuksen tunteita kilpailijoiden lihavia ruumiita kohtaan.

Näistä kommentteista puhuttaessa huomiota herätti se, että *Suurimman pudottajan* kilpailijoiden ruumiinmuotoja saatettiin ruotia hyvinkin halveksivaan sävyyn. Näin haastateltavat tuntuivat jakavan sen, esimerkiksi Harjusen (2004, 246) havaitseman, nykykulttuurissa vallitsevan yleisen ajatusmallin, jonka mukaan lihaviin ihmisten ruumiin kokoa on lupa kommentoida. Lihavuuden stigma tuntuu siis olevan valtakulttuurissa jo niin syvälle iskostunut, että toisen ihmisen ruumiin koon julkinen kommentointi ja moraalinen paheksunta nähdään oikeutettuna eikä sitä mielletä vahingoittavaksi vallankäytöksi (mt. 246). Tämä ”lupa paheksua” on sikäli mielenkiintoinen, että lihavuus on jokseenkin ainoa inhimillinen piirre, jonka pilkkaaminen on yhä sosiaalisesti sallittua.

Lihavuuden lisäksi stigmatisoivia ominaisuuksia voivat olla esimerkiksi fyysinen vamma, sosiaalinen luokka, etninen tausta tai homoseksuaalisuus (mt. 244). Silti näistä vain lihavuutta saa arvostella ja kommentoida ilman seurauksia. Sen sijaan esimerkiksi etnistä taustaa tai homoseksuaalisuutta arvostelevaa osataan jo pitää ilman muuta rasistina. Alemmasta sosiaalisesta luokasta arvottavasti puhuva taas mielletään snobiksi. Lihavuudesta huomauttelua sen sijaan pidetään vieläkin sosiaalisesti sallittuna (mt. 246). Lisäksi tuo huomauttelu sallitaan paitsi yksittäisille ihmisille, myös medialle, joka myös pitää huomauttelun kulttuuria tehokkaasti yllä milloin valtakunnallisen sanomalehden *läskikampanjalla* milloin taas *Suurimman pudottajan* kaltaisella viihdeohjelmistolla.

Osaltaan tätä kommentoinnin kehää varmasti ruokkii se, että toisin kuin etniseen taustaan tai homoseksuaalisuuteen, lihavuusstigmaan liittyy yhä vahvasti käsitys lihavuuden itse aiheutetusta luonteesta (mt. 245). Vallitsevan ajattelutavan mukaan jokaisella on velvollisuus huolehtia ruumistaan, ja tuon velvollisuuden laiminlyömisestä on syytä kantaa syyllisyyttä ja häpeää (Bauman 2002, 84). Tätä ”oma vika” -näkemystä alleviivataan myös *Suurimmassa pudottajassa*, kun kilpailijat kertaavat kameralle entisiä elämäntapojaan, eli toisin sanoen ”tunnustavat” aiemmat ”syntinsä”. Syntien sovittaminen puolestaan tapahtuu hurjalla kuntosali- tai lenkkeilyrääkillä, joiden aikana valmentajat piiskaavat kilpailijoita aina vain kovempiin suoristuksiin. Ja jos kilpailija tällöin valittaa, ettei jaksa, hänen valituksensa joko jätetään huomiotta tai sitä kommentoidaan jälkeinpäin kameralle, jolloin myös tehdään yleensä selväksi, että moinen valittaminen on merkki laiskuudesta.

Kaiken edellä sanotun perusteella on selvää, että *Suurin pudottaja* – samalla kun se antaa katsojilleen jotain, johon samaistua tai josta erottautua, jotain josta puhua ja jotain jonka parissa viihtyä – osallistuu mitä suurimmassa määrin siihen vallitsevaan kulttuuriseen ruumistyöhön, joka paitsi määrittää hyväksytyn ja ei-hyväksytyn ruumiin rajaa, myös kertoo, mitä lihavuudesta pitäisi ajatella ja miten siitä tulee puhua. Näennäisen harmittomissa viihteen kehyksissä sarja uusintaa sitä varsin kapeaa normia, johon ihmisruumiin on mahduttava, jos se mieli tulla sosiaalisesti hyväksytyksi ja tunnustetuksi.

Ja vaikka haastattelemani katsojat muutoin suhtautuivat sarjaan varsin kriittisesti ja katsomaansa kyseenalaistaen, tätä sanomaa hekään eivät kyseenalaistaneet. Livingstone ja Lunt (1994, 90–91) selittävät tämän rajallisen kriittisyyden sillä, että kriittisetkin arviot kumpuavat aina yleisön sosiaalisesta tiedosta ja ovat riippuvaisia jaetuista diskursseista, representaatioista ja arvoista. Sosiaaliset normit ja stereotypiat siis toimivat tulkinnan resursseina. Niinpä kriittisyyskin on lopulta

sosiaalista ja osaltaan vain uusintaa diskursseja ja sosiaalisia representaatioita. Kriittisinkin suhtautuminen voidaan ymmärtää osana hegemonista prosessia, jossa yleisön asema kyllä vaihtelee merkitysten kuluttajan ja niiden tuottajan välillä, mutta vain hegemonian sallimissa rajoissa (mt. 88). Eikä tuota hegemoniaa ilmeisesti horjuta edes tositelevisio tavallisine kansalaisineen. Nimittäin olipa tositelevisio, *Suurin pudottaja* mukaan lukien, kuinka tavislähtöistä tahansa, on se silti lopulta välitettyä ja siten joukkoviestinnän institutionaalisen kontrollin alaista (mt. 162). Näin ollen myös *Suurimman pudottajan* yleisö voi kyllä tuottaa sarjan pohjalta omat merkityksensä ja käyttää sarjan elementtejä omiin tarkoituksiinsa, mutta viime kädessä yleisö on kuluttaja, joka kuluttaa sarjan tarjoaman institutionaalisen sanoman laihtumisesta ja sen itsestään selvästä sosiaalisesta arvosta.

Tällöin ne katsojat, jotka ovat jo sisäistäneet ajatuksen hoikkuuden normista ja elävät sen mukaan, saavat sarjasta varsin monitasoista tyydytystä, jossa vähäisin tekijä ei suinkaan ole positiivisen minäkuvan pönkittäminen verrattaessa itseä ja omaa ruumista sarjan kilpailijoiden ulkomuotoon. Näille katsojille sarja toimii helposti myös rentouttavana viihteenä ja yhdessä olon muotona, jonka lomassa voidaan vielä vahvistaa katsojien keskistä me-henkeä kommentoimalla ”niiden” poikkeavaa ja jotenkin eksoottista lihavuutta. Sen sijaan sarjan tarjoamaa kulttuurista ideologiaa vastustava katse voisi löytää sarjasta vallitsevan kulttuurin riesaksi asti markkinoimaa laihtuuden ihannointia, joka vain näennäisesti tähtää ihmisten tervehtyttämiseen näiden omaksi parhaaksi. Tuon pinnan alla sitten kytevätkin lihavuuteen perustuva syrjintä kuin luultavasti kaupalliset tarkoituksiperätkin, palautuuhun laihduttaminenkin loppujen lopuksi tiukasti siihen kulutuskulttuuriin, jossa erilaiset laihdutustuotteet pillereistä kuntosalijäsenyyksiin ovat juuri nyt kovassa huudossa. Esimerkiksi Bauman (2002, 92) puhuu tällaisesta elämän esimerkkien ”shoppailusta” ja huomauttaa, että maailmassa on monia asioita, joissa meidän pitäisi olla nykyistä parempia, ja jokainen niistä ”kutsuu shoppailemaan”. Niinpä ruumiin muokkaus ja laihdutuskaan eivät suinkaan johda asketismiin ja kieltäytymiseen vaan shoppailuun, toisin sanoen kuluttamaan aina vain lisää (mt. 100). Niinpä *Suurin pudottajakin*, samalla kun se rohkaisee katsojiaan normiruumiin tavoitteluun, tulee myös kannustaneeksi näitä terveyden ja hyvän kunnon shoppailuun, toisin sanoen sitoutumaan edustamaansa normiruumiin kulutuskulttuuriin.

9 LOPUKSI

Kuten tutkielman alkusanoista käy ilmi, tapasin itsekin viihtyä *Suurimman pudottajan* parissa peilaamassa itseäni ja elintapojani sarjassa esiintyvien ihmisten ”vääränlaisiin” elämisen malleihin. Niinpä, kun alun perin lähdin tätä tutkielmaa tekemään, halusin ennen muuta jotenkin perustella omaa katsojuuttani ja puolustaa niin televisiokritiikeissä kuin akateemisessa keskustelussakin varsin kyseenalaisiksi leimattuja katsomismielityksiäni. Halusin näyttää, että myös *Suurimman pudottajan* tapaisella tositelevisiosarjalla voi olla merkittäviä funktioita yksittäisen katsojan kannalta. Niinpä tutkielmani alkuperäisenä tarkoituksen oli vain ja ainoastaan selvittää, mikä *Suurimman pudottajan* kaltaisessa muodonmuutostositelevisiossa oikein viehättää katsojia.

Jo tuolloin mieleni taustalla kuitenkin välähteli epämääräinen kiusaantuneisuus katsoja-asemani johdosta. Siksi halusin tutkia muiden katsojakokemuksia ja ehkä sitä kautta etsiä jonkinlaisen puolustuksen omalle, välillä tympeän ristiriitaiselle, katsojuudelleni. Tutkielman tekemisen myötä suhtautumiseni sarjaan ja samalla tutkimuksen tarkoitukseen koki kuitenkin melkoisen myllerryksen. Lähes kaikista tekemistäni haastatteluista nousi selvästi esiin yksi yhdenmukainen ihanneruumis, joka katsottiin tavoittelemisen arvoiseksi. Kun sitten pohdin tämän haastatteluaineiston valossa itse sarjaa, tajusin, että juuri niinhän se puhuttelee katsojaansa. Sarja ikään kuin juhlistaa laihtumista kaikkivoipana terveyden ja elämänlaadun takaajana ja itsestään selvänä normina samalla, kun se leimaa lihavuuden erittäin ei-toivotuksi poikkeamaksi tästä normista. Tämän sarja tekee paitsi liittämällä laihtumiseen valtavia positiivisia tunnekuohuja ja onnistumiskertomuksia, myös alleviivaamalla lihavuuden ”haittoja” muun muassa epämiellyttävillä kamerakuvilla höllyvästä läskistä sekä kilpailijoiden kertomuksilla siitä, miten ylipaino on haitannut elämää.

Tämän oivalluksen myötä päätin venyttää tutkielmani näkökulmaa ja ainakin alustavasti tutustua ruumiillisuutta ja lihavuuden kuvastoja käsitteleviin lähteisiin. Ne puolestaan vahvistivat tulkintaani entisestään ja innostivat lopulta reivaamaan tutkielman näkökulmaa enemmän ruumiin ja kulttuurin kriittisen tarkastelun suuntaan. Itse asiassa olisin halunnut mennä teemassa vielä paljon syvemmälle kuin tässä tutkielmassa olen tehnyt, mutta se olisi vaatinut kokonaan uuden tutkielman. Koska en kuitenkaan halunnut hylätä alkuperäistäkään suunnitelmaa, päätin tässä kohtaa tyytyä vain raapaisemaan tuon ruumiin kulttuurisuuden pintaa.

Jatkotutkimusta ajatellen olisikin kiinnostavaa laajentaa aiheen tarkastelukulmaa *Suurimmasta pudottajasta* muidenkin laihdutusohjelmien ja ylipäättään medialaihdutuksen seuraamiseen ja kulttuuriseen ymmärtämiseen. Samalla myös näiden ohjelmien ja lehtijuttujen vaikutus katsojien ja lukijoiden identiteettiin ansaitsisi lähemmän tarkastelun. Kävihän jo tässä tutkielmassa ilmi, että *Suurin pudottaja* toimii identiteettityön välineenä varsin monella tavalla ja tasolla. Lisäksi olisi ehkä tarpeen tehdä laadullisen tutkimuksen tueksi myös määrällistä analyysia ja siten testata tulosten yleistettävyyttä. Suurempi otos tutkittavia kertoisi, pätevätkö tässä tutkielmassa esiin tuodut kokemukset yleisemmin ja laajemmin.

Mitä tähän käsillä olevaan tutkielmaan sitten tulee, olen kuitenkin kaikista sen puutteista huolimatta melko tyytyväinen lopputulokseen. Nimittäin pintaraapaisu tai ei, tämä matkan varrelta mukaan pujahtanut kulttuurikriittinen näkökulma joka tapauksessa syventää ja laajentaa alun perin kovin suppean tuntuista tutkielmaa. Tämä suppeuden tuntu tuli ehkä ennen muuta siitä, että jo kauan sitten, kun tämä tutkielma vielä oli vain hatara idea, tunsin mielenkiintoa median laihdutuskuvasatoja kohtaan laajemminkin. Siksi tässä kohtaa tuntuu, että pääsin loppujen lopuksi lähemmäs sitä aivan alkuperäistä kiinnostuksen kohdetta kuin mitä tutkielman alkumetreillä osasin uskoakaan.

Toiseksi näkökulman laajennus oli mielestäni paikallaan siksi, että itse käyttötarkoitustutkimuksen tulokset olivat paljolti odotetun kaltaisia, eivätkä siten tarjonneet mitään kovin uutta tai yllättävää. Uutta oli ehkä lähinnä perinteiselle käyttötarkoitustutkimukselle tuntematon motivaatiokäyttö, ja yllättävintä lienee ollut *Suurimman pudottajan* sosiaalisen käytön olemattomuus. Niinpä olen tyytyväinen, että päätin viedä analyysiä hieman ilmiselvää syvemmälle, kohti kulttuurin ymmärtämistä.

Samalla kuitenkin jouduin ehkä jättämään alussa vahvasti mukana olleen tositelevisiogenren melko vähälle huomiolle. Silti tämä tutkielma mielestäni osoittaa, että paljon parjattu tositelevisio ei ole pelkkää roskaa eikä niin sanottua helppoa viihdettä, joka niellään täysin kritiikittä. Päinvastoin, jo nämä muutamat tekemäni haastattelut mielestäni osoittivat, että tositelevision yleisökin voi suhtautua katsomaansa kriittisesti ja valikoiden sekä omista kokemuksistaan ammentaen sen sijaan, että tyytyisi vain tuijottamaan ruutua ja sillä esiintyviä ”taviksia”. Vaikka *Suurin pudottaja* ehkä onnistuikin levittämään vallitsevaa sanomaa ruumisnormista ja samalla teki lihavuuden syrjinnästä sallittua, osoittautui se samalla myös varsin ristiriitaiseksi viihteeksi. Nimittäin samalla, kun sen arveltiin tarjoavan verrattain harmitonta ja viihdyttävää katseltavaa, se myös herätti häpeää paitsi sarjan kilpailijoiden puolesta, myös oman katsojaposition vuoksi. Tämä ristiriita myös tiedostettiin

ainakin jollain tasolla, sillä paitsi että omaa katsojuutta kritisoitiin, tuosta katsojuudesta ei myöskään pahemmin hiiskuttu kenellekään. Viimeistään tässä kohtaa lienee siis syytä hylätä vanhat käsitykset passiivisesta ja kriitikittömästä tositelevisioyleisöstä ja ymmärtää, että tositelevisiokin voi puhutella katsojiaan monella tasolla ja yleisö voi myös tiedostaa näiden puhuttelutapojen ristiriidan, olkoonkin, että joutuu viime kädessä antamaan periksi vallitsevalle kulttuuriselle ajattelutavalle.

Lähteet:

Barrios, Leoncio (1988) Television, Telenovelas and Family Life in Venezuela. Teoksessa Lull, James (ed.) *World Families Watch Television*, 49–79. Newbury Park, Beverly Hills, London, New Delhi: Sage Publications.

Bauman, Zygmunt (2002) *Notkea moderni*. Tampere: Vastapaino.

Bell, David & Hollows, Joanne (2005) Making sense of ordinary lifestyles. Teoksessa Bell & Hollows (eds.) *Ordinary Lifestyles: Popular Media, Consumption and Taste*, 1–18. Maidenhead: Open University Press.

Biressi, Anita & Nunn, Heather (2005) *Reality TV: Realism and Revelation*. London & New York: Wallflower press.

Bondebjerg, Ib (2002) The Mediation of Everyday Life: Genre, Discourse and Spectacle in Reality TV. Teoksessa Jerslev, Anne (ed.) *Realism and “Reality” in Film and Media*, 159–192. University of Copenhagen: Museum Tuscularum Press.

Bordo, Susan (1993) *Unbearable Weight: Feminism, Western Culture and the Body*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.

Brenton, Sam & Cohen, Reuben (2003) *Shooting People: Adventures in Reality TV*. London, New York: Verso.

Dovey, Jon (2000) *Freakshow: First Person Media and Factual Television*. London: Pluto Press.

Elliot, Philip (1974) Uses and Gratifications Research: A Critique and a Sociological Alternative. Teoksessa Blumler & Katz (eds.) *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratification Research*, 249–268. Beverly Hills, London: Sage Publications.

Grodin, Debra & Lindlof, Thomas R. (1996) The Self and Mediated Communication. Teoksessa Grodin & Lindlof (eds.) *Constructing the Self in a Mediated World*, 3–12. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.

Hakola, Outi (2006) Performanssi: Tapahtumia esityksen, yleisön ja esiintyjän välillä. Teoksessa Ridell, Väliäho & Sihvonen (toim.) *Mediaa käsittämässä*, 109–128. Tampere: Vastapaino.

Hall, Stuart (1999) *Identiteetti*. Tampere: Vastapaino.

Harjunen, Hannele (2004) Lihavuus, stigma ja sukupuoli. Teoksessa Jokinen, Kaskisaari & Husso (toim.) *Ruumis töihin! Käsite ja käytäntö*, 243–262. Tampere: Vastapaino.

Harjunen, Hannele (2007) Lihavuus välitilana. Teoksessa Harjunen & Kyrölä (toim.) *Koolla on väliä – lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli*, 205–227. Helsinki: Like.

Harjunen, Hannele & Kyrölä, Katariina (2007) Johdanto: Lihavuustutkimusta toisin. Teoksessa Harjunen & Kyrölä (toim.) *Koolla on väliä – lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli*, 9–46. Helsinki: Like.

Hautakangas, Mikko (2005) Tavikset, tunteet ja moraali tv-viihteenä. Tiedotustutkimus 1/2005, 150–160.

Hautakangas, Mikko (2007) Vertaismelodraamaa taviksista taviksille: Katsaus suomalaisen todellisuustelevision historiaan. Teoksessa Wiio, Juhani (toim.) Television viisi vuosikymmentä: Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta digiaikaan, 384–402. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Herzog, Herta (1995) Päiväunia, lohtua ja neuvoja: Miksi päivittäissarjoja kuunnellaan ja mitä niistä saadaan? Tiedotustutkimus 3/1995, 9–14.

Hill, Annette (2005) Reality TV: Audiences and popular factual television. London, New York: Routledge.

Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena (1988) Teemahaastattelu. Helsinki: Yliopistopaino.

Katz, Elihu, Blumler, Jay G. & Gurevitch, Michael (1974) Utilization of Mass Communication by the Individual. Teoksessa Blumler & Katz (eds.) The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratification Research, 19–32. Beverly Hills, London: Sage Publications.

Kvale, Steinar (1996) Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.

Kyrölä, Katariina (2006) Ruumiillisuus: Muovaavat kuvat, tunteva tutkija. Teoksessa Ridell, Väliäho & Sihvonen (toim.) Mediaa käsittämässä, 153–179. Tampere: Vastapaino.

Kyrölä, Katariina (2007) Lihavuusvaara! Pelon politiikka ja lihava ruumiillisuus *Helsingin Sanomissa*. Teoksessa Harjunen & Kyrölä (toim.) Koolla on väliä – lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli, 49–82. Helsinki: Like.

Kyrölä, Katariina (2007) Valtaiset muodonmuutokset: Lihottaminen ja laihduttaminen feederismiä käsittelevissä dokumenteissa ja television laihdutusarjoissa. Teoksessa Harjunen & Kyrölä (toim.) Koolla on väliä – lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli, 161–203. Helsinki: Like.

Lahikainen, Johanna (2007) ”Ihmisiä oli oikeastaan vain kahdenlaisia, lihavia ja laihoja”: Syömisen ja laihtumisen ambivalenssi Margaret Atwoodin romaanissa *Rouva Oraakkeli*. Teoksessa Harjunen & Kyrölä (toim.) Koolla on väliä – lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli, 107–132. Helsinki: Like.

Livingstone, Sonia & Lunt, Peter (1994) Talk on Television: Audience Participation and Public Debate. London, New York: Routledge.

Lull, James (1988a) The Family and Television in World Cultures. Teoksessa Lull, James (ed.) World Families Watch Television, 9–21. Newbury Park, Beverly Hills, London, New Delhi: Sage Publications.

Lull, James (1988b) Constructing Rituals of Extension Through Family Television Viewing. Teoksessa Lull, James (ed.) World Families Watch Television, 237–259. Newbury Park, Beverly Hills, London, New Delhi: Sage Publications.

- Lull, James (1990) *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audiences*. London, New York: Routledge.
- McLeod, Jack M. & Becker, Lee B. (1974) Testing the Validity of Gratification Measures Through Political Effects Analysis. Teoksessa Blumler & Katz (eds.) *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratification Research*, 137–164. Beverly Hills, London: Sage Publications.
- McQuail, Denis, Blumler, Jay G. & Brown J.R. (1972) The Television Audience: A Revised Perspective. Teoksessa McQuail, Denis (ed.) *Sociology of Mass Communication*, 135–165. Harmondsworth: Penguin Books.
- McQuail, Denis (1997) *Audience Analysis*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications.
- Moores, Shaun (1993) *Interpreting Audiences: The Ethnography of Media Consumption*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Morley, David (1986) *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia/Routledge.
- Morley, David (1989) Changing paradigms in audience studies. Teoksessa Seiter, Ellen, Borchers, Hans, Kreutzner, Gabriele & Warth, Eva-Maria (eds.) *Remote Control: Television, Audiences & Cultural Power*, 16–43. London, New York: Routledge.
- Morley, David & Silverstone, Roger (1991) Communication and Context: Ethnographic Perspectives on the Media Audience. Teoksessa Jensen, Klaus Bruhn & Jankowski, Nicholas W. (eds.) *A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research*, 149–162. London, New York: Routledge.
- O'Sullivan, Tim (2005) From television lifestyle to lifestyle television. Teoksessa Bell & Hollows (eds.) *Ordinary Lifestyles: Popular Media, Consumption and Taste*, 21–34. Maidenhead: Open University Press.
- Pajala, Outi (2007) ”Mielessä häämötti punainen mekko”: Vaate, sukupuoli ja laihduttaminen Painonvartijat-yrityksen ”menestystarinoissa”. Teoksessa Harjunen & Kyrölä (toim.) *Koolla on väliä – lihavuus, ruumisnormit ja sukupuoli*, 83–106. Helsinki: Like.
- Pietilä, Veikko (1997) *Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä: Tutkimusalan kehitystä jäljittämässä*. Tampere: Vastapaino.
- Rogge, Jan-Uwe & Jensen, Klaus (1988) Everyday Life and Television in West Germany: An Empathic-Interpretive Perspective on the Family as a System. Teoksessa Lull, James (ed.) *World Families Watch Television*, 80–115. Newbury Park, Beverly Hills, London, New Delhi: Sage Publications.
- Roscoe, Jane (2004) Big Brother Australia: Performing the 'real' twenty-four-seven. Teoksessa Allen, Robert C. & Hill, Annette (eds.) *The Television Studies Reader*, 311–321. London: Routledge.

Seiter, Ellen, Borchers, Hans, Kreutzner, Gabriele & Warth, Eva-Maria (1989) "Don't treat us like we're so stupid and naïve": Toward an ethnography of soap opera viewers. Teoksessa Seiter, Ellen, Borchers, Hans, Kreutzner, Gabriele & Warth, Eva-Maria (eds.) Remote Control: Television, Audiences & Cultural Power, 223–247. London, New York: Routledge.

Silverstone, Roger (1994) Television and Everyday Life. London, New York: Routledge.

Turkki, Teppo (1998) Minuus mediassa: Uusia identiteettejä metsästäjänä. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.

Sähköiset lähteet:

Katsotuimmat ohjelmat kanavittain:

<http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv.php> (luettu 22.1.2008)

Suurin pudottaja-sarjan kotisivut:

www.mtv3.fi/suurinpudottaja (luettu 20.12.2007)

Television katseluun käytetty aika lokakuussa 2007:

<http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/kk/katsaika/2007/10/10plus.html> (luettu 11.4.2008)

Television katseluun käytetty aika marraskuussa 2007:

<http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv/kk/katsaika/2007/11/10plus.html> (luettu 11.4.2008)

Lehtiartikkelit, joihin tekstissä viitataan:

Aamulehti Sunnuntai/Asiat -liite 28.10.2007 s. 6–13.

Aamulehti Valo-liite 41/2007 12.10.2007 s. 3

Hänninen, Stiina (2009) Hoikkuuden tavoittelua. Tampereen yliopiston tiede- ja kulttuurilehti Aikalainen 2/2009. s. 2

Liite 1/2

MTV3:n katsotuimmat ohjelmat viikoilla 41–50/2007

Viikko 41/2007

Ohjelma	Viikon- päivä	Kello	Katsojat yli 10 vuotiaat
1. Maajussille morsian	su	20:07	979 000
2. Salatut elämät	ti	19:29	912 000
3. Suurin pudottaja	pe	20:00	680 000
4. Ennätystehdas	su	19:28	653 000
5. Sydänjää	ma	20:00	643 000
6. Huuma	la	20:02	593 000
7. Yhdeksän Uutiset	ma	20:57	590 000
8. Päivän sää	ti	19:24	574 000
9. Pako	ti	20:59	574 000
10. Kymmenen Uutiset	ti	21:57	572 000
11. House	to	21:02	549 000
12. Tupla tai kuitti	la	19:32	536 000
13. C.S.I.	ke	21:03	534 000
14. Kauppalehden talousuutiset	ti	19:14	512 000
15. 45 minuuttia	ke	20:00	503 000

Viikko 42/2007

Ohjelma	Viikon- päivä	Kello	Katsojat yli 10 vuotiaat
1. Salatut elämät	ma	19:29	898 000
2. F1/Brasilia/GP	su	22:23	877 000
3. Maajussille morsian	su	20:00	851 000
4. Pako	ti	21:00	675 000
5. Ennätystehdas	su	19:27	644 000
6. Kymmenen Uutiset	su	21:57	642 000
7. Heroes	ke	20:56	614 000
8. House	to	21:02	609 000
9. Viikon sää	su	22:13	597 000
10. Sydänjää	ma	20:01	594 000
11. Päivän sää	ke	19:26	583 000
12. Huuma	la	19:50	576 000
13. Tuloruutu	su	19:09	556 000
14. Suurin pudottaja	pe	20:00	506 000
15. 45 minuuttia	ke	20:02	501 000

Viikko 43/2007

Ohjelma	Katsojat yli 10 Viikon- päivä Kello vuotiaat
1. Salatut elämät	ma 19:29 922 000
2. Maajussille morsian	su 20:00 891 000
3. Pako	ti 21:01 629 000
4. Päivän sää	ke 19:25 622 000
5. Sydänjää	ma 20:01 615 000
6. House	to 21:02 611 000
7. Elokuva: The Day After Tomorrow	ma 21:19 600 000
8. Ennätystehdas	su 19:26 577 000
9. Tulosruutu	ma 21:11 573 000
10. Yhdeksän Uutiset	ma 20:58 570 000
11. Kauppalehden talousuutiset	ma 19:15 566 000
12. Kymmenen Uutiset	ti 21:57 554 000
13. Huuma	la 20:00 553 000
14. Suurin pudottaja	pe 20:00 547 000
15. Seitsemän Uutiset	ma 18:56 524 000

Viikko 44/2007

Ohjelma	Katsojat yli 10 Viikon- päivä Kello vuotiaat
1. Maajussille morsian	su 20:01 984 000
2. Salatut elämät	ti 19:30 938 000
3. Päivän sää	ke 19:26 693 000
4. Ennätystehdas	su 19:29 690 000
5. Pako	ti 21:01 643 000
6. Tulosruutu	su 19:09 632 000
7. Seitsemän Uutiset	su 18:56 631 000
8. Huuma	la 20:01 622 000
9. House	to 21:01 622 000
10. Sydänjää	ma 20:01 618 000
11. Kymmenen Uutiset	to 21:57 564 000
12. Suurin pudottaja	pe 19:59 556 000
13. Yhdeksän Uutiset	ma 20:57 536 000
14. Kauppalehden talousuutiset	ma 19:14 510 000
15. Miss Baltic Sea & Scandinavia	su 18:00 464 000

Viikko 45/2007

Ohjelma	Viikon- päivä Kello	Katsojat yli 10 vuotiaat
1. Salatut elämät	ke 19:34	1 017 000
2. Kymmenen Uutiset	ke 21:58	896 000
3. Maajussille morsian	su 20:01	861 000
4. Päivän sää	ke 19:29	819 000
5. Seitsemän Uutiset	ke 18:58	793 000
6. Kauppalehden talousuutiset	ke 19:22	751 000
7. Sydänjää	ma 20:00	654 000
8. House	to 21:00	628 000
9. Pako	ti 21:01	616 000
10. 45 minuuttia	ke 20:04	579 000
11. Yhdeksän Uutiset	ma 20:57	577 000
12. Huuma	la 20:01	559 000
13. Suurin pudottaja	pe 20:00	548 000
14. Tuloruuu	ma 21:10	517 000
15. Emmerdale	ma 17:30	468 000

Viikko 46/2007

Ohjelma	Viikon- päivä Kello	Katsojat yli 10 vuotiaat
1. Maajussille morsian	su 20:02	968 000
2. Salatut elämät	ma 19:28	892 000
3. Sydänjää	ma 20:01	629 000
4. Huuma	la 20:02	603 000
5. Päivän sää	pe 19:24	580 000
6. Ennätystehdas	su 19:29	577 000
7. Kauppalehden talousuutiset	pe 19:15	572 000
8. Pako	ti 20:59	552 000
9. House	to 21:02	548 000
10. Yhdeksän Uutiset	ma 20:57	547 000
11. Seitsemän Uutiset	ti 18:57	537 000
12. Tuloruuu	su 19:09	537 000
13. Kymmenen Uutiset	to 21:57	536 000
14. Suurin pudottaja	pe 20:00	532 000
15. 45 minuuttia	ke 20:01	516 000

Viikko 47/2007

Ohjelma	Viikon- päivä	Kello	Katsojat yli 10 vuotiaat
1. Maajussille morsian	su	20:01	981 000
2. Salatut elämät	ti	19:28	933 000
3. Sydänjää	ma	20:01	662 000
4. Ennätystehdas	su	19:27	651 000
5. Päivän sää	ma	19:24	625 000
6. Kauppalehden talousuutiset	ma	19:15	608 000
7. Yhdeksän Uutiset	ma	20:58	594 000
8. Pako	ti	21:00	593 000
9. House	to	21:01	584 000
10. Tuloruutu	su	19:08	578 000
11. Huuma	la	20:01	566 000
12. Seitsemän Uutiset	ma	18:56	565 000
13. Tuloruutu	ma	21:15	543 000
14. Suurin pudottaja	pe	20:00	542 000
15. Kymmenen Uutiset	to	21:57	505 000

Viikko 48/2007

Ohjelma	Viikon- päivä	Kello	Katsojat yli 10 vuotiaat
1. Salatut elämät	ma	19:28	906 000
2. Maajussille morsian	su	20:00	849 000
3. Sydänjää	ma	20:02	648 000
4. House	to	21:01	636 000
5. Huuma	la	20:02	596 000
6. Päivän sää	ma	19:23	579 000
7. Ennätystehdas	su	19:27	576 000
8. Pako	ti	21:01	565 000
9. Elokuva: Onnen varjot	ma	21:18	540 000
10. Kymmenen Uutiset	ke	21:57	517 000
11. Kauppalehden talousuutiset	ma	19:14	505 000
12. Yhdeksän Uutiset	ma	20:56	503 000
13. 45 minuuttia	ke	19:59	491 000
14. Suurin pudottaja	pe	20:00	473 000
15. Leijonan kita	to	20:00	466 000

Viikko 49/2007

Ohjelma	Viikon- päivä Kello	Katsojat yli 10 vuotiaat
1. Maajussille morsian	su 20:00	1 047 000
2. Salatut elämät	ma 19:31	955 000
3. Sydänjää	ma 20:02	745 000
4. Päivän sää	pe 19:23	639 000
5. Linnan juhlat 2007	pe 17:59	612 000
6. Ennätystehdas	su 19:27	603 000
7. Huuma	la 20:02	602 000
8. Suurin pudottaja	pe 20:00	587 000
9. Seitsemän Uutiset	pe 18:55	586 000
10. Kauppalehden talousuutiset	pe 19:14	584 000
11. Pako	ti 21:01	538 000
12. Kymmenen Uutiset	ti 21:57	535 000
13. Yhdeksän Uutiset	ma 20:57	515 000
14. Amazing Race	su 21:00	489 000
15. Emmerdale	to 17:29	477 000

Viikko 50/2007

Ohjelma	Viikon- päivä Kello	Katsojat yli 10 vuotiaat
1. Salatut elämät	ma 19:30	969 000
2. Suurin pudottaja	pe 20:01	726 000
3. Elokuva: Uno Turhapuro muuttaa maalle	su 19:59	708 000
4. Sydänjää	ma 20:00	694 000
5. Kymmenen Uutiset	su 21:57	670 000
6. Pako	ti 21:01	610 000
7. Päivän sää	ma 19:24	605 000
8. House	to 21:02	587 000
9. Huuma	la 19:59	585 000
10. Viikon sää	su 22:15	554 000
11. Elokuva: Medusan isku	ma 21:18	531 000
12. Yhdeksän Uutiset	ma 20:58	521 000
13. Kauppalehden talousuutiset	ma 19:15	518 000
14. Nobel-juhlat	ti 20:00	484 000
15. 45 minuuttia	ke 20:00	483 000

Lähde: Finnpanel Oy / TV-mittaritutkimus

HAASTATTELURUNKO

1. Taustoittavat kysymykset:

Syntymävuosi

Asuinpaikka

Koulutus ja ammatti

Perhe

Harrastukset

2. Etnografiset kysymykset

Televisionkatselu:

Paljonko katsot televisiota?

Millaisia ohjelmia katsot?

Katsotko *Suurimman pudottajan* lisäksi muita tositelevisio-ohjelmia?

Suurimman pudottajan katselu:

Katsotko yksin vai jonkun kanssa?

Seuraatko keskittyneesti vai teetkö tai katsotko samalla jotain muuta?

→ Mitä?

Onko tapanasi syödä tai juoda jotain samalla, kun katsot ohjelmaa?

Miten sarja liittyy osaksi perjantai-iltaa?

Mikä osio tai elementti sarjassa kiinnostaa eniten?

→ Miksi?

Tallennatko sarjaa?

Seuraatko sarjan internet-sivuja?

Muu media:

Kiinnostaako laihdutus teemana muissa televisiosarjoissa tai muissa viestimissä?

→ Missä?

3. Käyttötarkoitustutkimus

Millaisia tunteita sarjan tapahtumat herättävät?

→ Tunnetko esimerkiksi sympatiaa kilpailijoita kohtaan?

→ Ärsyttääkö sarjassa jokin elementti tai esimerkiksi joku tai jotkut henkilöt?

Kannustatko jotakuta kilpailijaa tai jompaakumpaa joukkuetta?

→ Miksi?

Vertaatko itseäsi sarjan kilpailijoihin tai muihin sarjassa esiintyviin henkilöihin?

→ Miten?

Pystytkö samaistumaan sarja kilpailijoihin tai valmentajiin?

→ Miksi?

Keskusteletko ohjelmasta muiden kanssa?

→ Miten?

→ Missä tilanteessa?

Tunnetko saavasi sarjasta tietoa?

→ Millaista?

→ Kaipaisitko jotain lisää?

Motivoiko sarja sinua itseäsi jollain tavoin?

→ Miten?