

BIG BROTHER -KILPAILIJOIDEN AJATUKSIA JA  
KOKEMUKSIA ESIINTYMISESTÄ

Anna Kuitunen

Puheviestinnän pro gradu -tutkielma

Kevät 2009

Puheopin laitos

Tampereen yliopisto

**TAMPEREEN YLIOPISTO**

|   |  |
|---|--|
| Tiedekunta – Faculty<br>Humanistinen tiedekunta   | Laitos – Department<br>Puheopin laitos       |
| Tekijä – Author<br>Anna Kuitunen  |  |
| Työn nimi – Title<br>Big Brother -kilpailijoiden ajatuksia ja kokemuksia esiintymisestä   |  |
| Oppiaine – Subject<br>Puheoppi/puheviestintä  | Työn laji – Level<br>Pro gradu -tutkielma    |
| Aika – Month and year<br>Toukokuu 2009  | Sivumäärä – Number of pages<br>83 + liitteet |
| <p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Tosi-tv on tullut 2000-luvulla vahvasti ihmisten tietoisuuteen. Se herättää monenlaisia tunteita ja ajatuksia. Tosi-tv-ilmiötä kuvaa parhaiten tv-ohjelma Big Brother. Se on myös kaikkein tutkituin tosi-tv-ohjelma. Aikaisemmat tutkimukset ovat keskittyneet tarkastelemaan Big Brotherin yleisöjä ja tietoa kilpailijoiden kokemuksista tarvitaan. Big Brotheria ei ole tiettävästi tutkittu aikaisemmin puheviestinnän näkökulmasta.</p> <p>Tässä tutkielmassa tutkittiin Suomen Big Brotherin ensimmäisen ja toisen tuotantokauden kilpailijoiden ajatuksia esiintymisestä ja itsestään esiintyjänä. Tutkielmassa haluttiin selvittää, kokiivatko kilpailijat ohjelmassa kilpailemisen esiintymisenä, millaisia määritelmiä kilpailijat esiintymiselle antoivat ja oliko niillä yhtymäkohtia julkisuuteen. Tutkielmassa oltiin kiinnostuneita myös siitä, voisiko osa kilpailun osallistumishalukkuudesta viitata muutoksiin suomalaisessa puhekulttuurissa. Tutkimukseen osallistui kymmenen ensimmäisen ja toisen tuotantokauden kilpailijaa. Suurin osa tutkimukseen osallistuneista oli toisen tuotantokauden kilpailijoita. Tutkimus suoritettiin haastattelututkimuksena ja tuloksia analysoitiin sisällönanalyysin menetelmin.</p> <p>Tutkimustulokset osoittavat, että kilpailijat eivät kokeneet osallistumista Big Brotheriin suoranaiseksi esiintymiseksi. Big Brother oli koettu pääasiassa tavalliseksi elämäksi. Ohjelman kokemiseen esiintymisenä vaikuttivat kilpailijoiden määritelmät esiintymisestä. Esiintyminen nähtiin sellaisena toimintana tai tilana, jossa ihminen ei voi olla oma itsensä. Esiintymiseen liitettiin myös mahdollisuus kontaktiin yleisön kanssa ja itsestä syntyvien vaikutelmien hallinta. Tutkimuksessa ei havaittu, että kilpailijoiden ajatukset julkisuudesta olisivat vaikuttaneet suuresti heidän ajatuksiinsa esiintymisestä. Tutkimuksessa selvisi, että kilpailijat kokivat esiintymisen myönteisesti, mutta muuten he arvioivat itseään esiintyjänä samoin kuin suomalaisessa puhekulttuurissa on ollut tapana. Vaikka Big Brotheria ei nähtykään esiintymisenä, oli siihen osallistumisella ollut positiivisia vaikutuksia kilpailijoiden suhtautumisessa esiintymiseen ohjelman jälkeen.</p> |  |
| Asiasanat – Keywords<br>esiintyminen, tv-esiintyminen, puhekulttuuri, julkisuus, Big Brother, tosi-tv   |  |
| Säilytyspaikka – Depository<br>Tampereen yliopiston pääkirjasto   |  |
| Muita tietoja – Additional information  |  |

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

|  |    |
|--|----|
| SISÄLLYS .....   | 2  |
| 1 JOHDANTO .....   | 3  |
| 2 ILMIÖ NIMELTÄ TOSI-TV .....  | 5  |
| 2.1 Tosi-tv:n piirteet.....  | 5  |
| 2.2 Tosi-tv-ohjelmiin osallistumisen syitä .....                       | 10 |
| 2.2.1 Julkisuus itseisarvona ja välinearvona .....                     | 10 |
| 2.2.2 Huvia, kokemuksia ja helppoa rahaa .....                         | 11 |
| 2.2.3 Merkitysten etsiminen itselle ja arjelle .....                   | 12 |
| 2.3 Big Brother pähkinäkuoressa .....                                  | 14 |
| 3 ESIINTYMINEN .....   | 18 |
| 3.1 Yleisöpuheen ja tv-esiintymisen käsitteet ja ominaispiirteet ..... | 18 |
| 3.1.1 Yleisöpuhe .....   | 18 |
| 3.1.2 Tv-esiintyminen .....  | 20 |
| 3.2 Suomalaiset esiintyjinä .....                                      | 24 |
| 3.2.1 Kulttuurin vaikutus esiintymiseen .....                          | 24 |
| 3.2.2 Suomalainen kulttuuri ja esiintyminen .....                      | 25 |
| 4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN .....                                      | 29 |
| 4.1 Tutkimusongelma ja kysymyksenasettelu .....                        | 29 |
| 4.2 Tutkimusmenetelmä .....  | 31 |
| 4.3 Tutkimuksen kohdejoukko ja aineiston kerääminen.....               | 33 |
| 4.4 Tulosten analysointi .....   | 35 |

|   |    |
|---|----|
| 5 TUTKIMUSTULOKSET .....  | 38 |
| 5.1 Big Brother esiintymisen näkökulmasta .....                   | 38 |
| 5.1.1 Esiintymisen kokeminen .....                                | 38 |
| 5.1.2 Kameroiden ja yleisön tiedostaminen .....                   | 41 |
| 5.1.3 Itsestä syntyvien mielikuvien hallinta .....                | 45 |
| 5.1.4 Yhteenveto .....  | 47 |
| 5.2 Suhde julkisuuteen .....                                      | 49 |
| 5.2.1 Ohjelmaan hakeutumisen motiivit .....                       | 49 |
| 5.2.2 Suhtautuminen julkisuuteen ja julkisuuden henkilöihin ..... | 51 |
| 5.2.3 Yhteenveto .....  | 57 |
| 5.3 Suhtautuminen esiintymiseen ja itseen esiintyjänä .....       | 58 |
| 5.3.1 Suhtautuminen esiintymiseen .....                           | 58 |
| 5.3.2 Suhtautuminen itseen esiintyjänä .....                      | 59 |
| 5.3.3 Yhteenveto .....  | 63 |
| 6 POHDINTA .....  | 65 |
| 6.1 Tutkimustulosten pohdintaa .....                              | 65 |
| 6.1.1 Big Brother esiintymisenä .....                             | 65 |
| 6.1.2 Big Brother suomalaisessa puhekulttuurissa .....            | 72 |
| 6.2 Tutkimuksen arviointi .....                                   | 74 |
| KIRJALLISUUS .....  | 78 |

## LIITTEET

# 1 JOHDANTO

Tosi-tv on yksi 2000-luvun kuumimmista ilmiöistä. Lähes joka ilta jokaisella tv-kanavalla voi törmätä tosi-tv-ohjelmaan. Tosi-tv on tullut osaksi ihmisten arkea ja siitä ollaan kiinnostuneita monella tavalla. Tästä kiinnostuksesta ovat osoituksena lukuisat kahvipöytäkeskustelut, internetin keskustelupalstojen sananvaihdot, lehtijutut ja -kolumnit sekä tieteelliset tutkimukset.

Jotkut tosi-tv-formaatit elävät yhden tuotantokauden verran, toiset taas kasvattavat suosiotaan ja siirtyvät maasta ja maanosasta toiseen. Yksi tällaista maailmanlaajuistakin suosiota ja huomiota saanut tosi-tv-ohjelma on Big Brother. Alkujaan Hollannista lähtenyt formaatti on kiertänyt lähes koko maapallon, ja ohjelmaan kohdistettu huomio on ollut mittava jokaisessa maassa, jossa sitä on esitetty. Suomessa Big Brother alkoi syksyllä 2005 suuren suosion siivittämänä. Big Brotherin avausjaksoa seurasi 360 000 katsojaa ja ensimmäisen tuotantokauden finaali-jakso keräsi tv-vastaanottimien ääreen 425 000 ihmistä (Finnpanelin tutkimustulokset: Subtv:n katsotuimmat ohjelmat vuonna 2005). Nyt Suomen Big Brotheria on esitetty jo neljän tuotantokauden verran ja viides tuotantokausi käynnistyy syksyllä 2009.

Tosi-tv ja Big Brother eivät ole kuitenkaan saaneet nauttia täysin varauksettomasta suosiosta. Kitkerimpien mielipiteiden mukaan tosi-tv-ohjelmat ovat vain paikkoja hankkia julkisuutta. Julkisuushakuisuus liitetään etenkin Big Brother -ohjelmaan, sillä siihen osallistuminen ei edellytä laulu- tai tanssitaitoa, selviytymiskyvykkyyttä kaukomailla tai mitään muutaakaan erityisosaamista. Halukkuus ja valmius elää kolme kuukautta eristyksissä muusta yhteiskunnasta ympärivuorokautisessa valvonnassa riittävät.

Australian Big Brotheria tarkastellut Jane Roscoe (2001) on sanonut, että Big Brother on rakentunut esiintymisen ympärille. Perusteluiksi hän mainitsee sen, että kilpailijoiden asuminen, josta ei pääse pois noin vaan, on täynnä kameroita. Ne, jotka astuvat taloon, tietävät sen ja osallistuvat siis kilpailuun esiintyäkseen ja ollakseen katseiden kohteena. Esiintyminen Big Brotherissa on Roscoen (2001, 482) mukaan eri tasoista: kilpailijat esiintyvät niin yleisölle kuin toisilleen. Esiintyminen sisältää monenlaisia rooleja, sillä kilpailijoiden tulee hallita sekä tehtävissä vaadittavat roolit, asuinkumppanin rooli,

joukkuepelaajan rooli sekä ennen kaikkea yksilökilpailijan rooli. Päälähetys ja jokapäiväiset lähetykset muodostavat lisää tasoja. Tämän kaiken esiintymisen Big Brotherissa myös Roscoe (2001, 482) liittyy julkisuuden ja rahan himoon.

Esiintymisen käsitteen käyttäminen tosi-tv-ohjelmaan osallistumisena sai minut miettimään, voisiko Big Brotheria tarkastella puheviestinnän alalle ominaisten esiintymisen piirteiden kautta. Roscoen (2001) käyttämä sana 'performance' ei välttämättä tarkoita samaa esiintymistä kuin puheviestinnässä esiintymisellä tarkoitetaan. Big Brother -ohjelman ajattelemisen esiintymisenä herättää kysymyksiä myös suomalaisen puhekulttuurin näkökulmasta. Suomalaisessa kulttuurissa esiintymistilanteet on perinteisesti koettu vaativaksi tilanteeksi (ks. esim. Sallinen-Kuparinen 1986). Mikäli Big Brotheriin osallistuminen on esiintymistä, mitä ohjelman valtava suosio kertoo suomalaisten suhtautumisesta esiintymiseen ja itseensä esiintyjinä?

Tässä työssä tutkitaan Suomen Big Brotherin ensimmäisen ja toisen kauden kilpailijoiden ajatuksia esiintymisestä ja itsestään esiintyjinä. Haluan selvittää, kokevatko kilpailijat ohjelmaan osallistumisen esiintymisenä ja jos, niin mitä esiintyminen heille tarkoittaa. Koska julkisuudenkaipuun sanotaan olevan motiivi ohjelmaan osallistumiselle, tarkastelen sitä, ovatko kilpailijoiden ajatukset julkisuudesta jotenkin yhteydessä heidän ajatuksiinsa esiintymisestä. Tutkimuksessa selvitetään myös sitä, voiko Big Brotherin osallistumishalukkuudessa olla havaittavissa myös viitteitä muutoksesta suomalaisessa puhekulttuurissa.

Big Brotheria on tutkittu aiemmin etenkin mediakulttuurin (esim. Hautakangas 2006; Hill 2002; 2005) ja kulttuurintutkimuksen (esim. Tincknell & Raghuram 2002) tieteenaloilla, mutta puheviestinnän ja varsinkaan esiintymisen näkökulmista tehtyjä tutkimuksia ei tiettävästi ole. Tutkimuksia on tehty erittäin vähän myös kilpailijoiden näkökulmasta (Aslama 2006). Tutkimuksessani olen kiinnostunut juuri kilpailijoiden ajatuksista ja kokemuksista.

## 2 ILMIÖ NIMELTÄ TOSI-TV

### 2.1 Tosi-tv:n piirteet

Big Brother on osa isompaa kokonaisuutta, tosi-tv-ilmiötä. Se ilmentää samoja asioita kuin monet muut tosi-tv-ohjelmat, ja siksi tämän tutkimuksen kannalta aihetta on tarkasteltava ensin osana tätä laajempaa kehystä. Luvussa 2.3 käsittelen tarkemmin juuri Big Brotherin erityisiä ominaispiirteitä.

Tosi-tv on sanayhdistelmä, joka on tällä vuosituhanella juurtunut ihmisten sana- ja käsitevarastoon. Tosi-tv tai todellisuusteleviio (engl. reality television, real life television, reality tv, reality programming) herättää monenlaisia mielleyhtymiä; yhtäältä se voi tarkoittaa yksittäistä tv-ohjelmaa, toisaalta taas maailmanlaajuisia, moniulotteista ja vaikeasti määriteltävää ilmiötä, josta ovat kiinnostuneita sekä tavallinen kansa että tutkijat ympäri maailmaa.

Tosi-tv:n luonteesta kertoo jotain se, että sitä tuntuu olevan vaikea lokeroida. Monet tutkijat ovat päätyneet kuvaamaan tosi-tv:tä muuna kuin omana genrenään (ks. esim. Aslama 2002, 162; Wiiio 2004, 126). Tosi-tv:tä voidaankin pitää eräänlaisena sateenvarjokäsitteenä, jonka alle mahtuu sisällöltään ja muodoltaan erilaisia ohjelmia ja erilaisten ohjelmatyyppien yhdistelmiä eli genrehybridejä (Hautakangas 2006, 27).

Tarkkarajaista määrittelemistä hedelmällisempää lienee tarkastella niitä piirteitä, jotka ovat tosi-tv:lle ja erilaisille tosi-tv-ohjelmille luonteenomaisia. Olen tässä työssä jaotellut tosi-tv:lle ominaiset piirteet neljään ryhmään, joita ovat a) samaistuminen, b) viihde, c) yksityisyys – julkisuus ja d) monimediaalisuus. Näiden piirteiden tarkasteleminen on tämän tutkimuksen kannalta oleellista, sillä sen kautta voidaan ymmärtää syitä, jotka kenties liittyvät tutkimuksen pääkysymyksen, esiintymisen määrittelemiseen.

### *A) Samaistuminen*

Käsite tavallinen tarkoittaa tuttua, tunnistettavaa, toistuvaa ja useasti tavattavaa (Nikunen 2007, 3). Oleellinen osa tosi-tv-formaatteja ovatkin tavalliset ihmiset, ”tavikset”, ja heidän elämänsä. Tutkijat pitävät yhtenä tosi-tv:n keskeisenä tekijänä katsojien mahdollisuutta samaistua ohjelmassa esiintyviin. Katsoja kokee, että se mitä televisiossa tapahtuu, voisi tapahtua helposti hänelle itselleenkin, sillä tavalliseen ihmiseen on helpompaa samaistua kuin esimerkiksi ammattiesiintyjään (Hautakangas 2004, 7; Kilborn 1994, 424). Tavallisuuden tarjoaman samaistumisen viehätys on niin suuri, että se jaksaa kantaa sekin yli, että katsoja tiedostaa, ettei kaikki tosi-tv-ohjelmissä ole aivan todellista (Huff 2006, 167).

Samaistuminen ja vertaisuuden kokeminen tapahtuu pitkälti tunteiden kautta. Hautakangas (2004, 11-12) määrittelee tosi-tv:n tehtäväksi aitojen, helposti läheisiksi koettavien vahvojen tunne-elämysten välittämisen. Katsojalle tarjotaan näin mahdollisuus saada uusia kokemuksia osallistujien kokemien tunteiden kautta. Tunnekokemusten syntymistä ja välittymistä vahvistaa se, että monet tosi-tv-ohjelmat perustuvat parisuhteille, seksuaalisuudelle ja romantiikalle tai vähintään edellä mainittujen elementtien mahdolliselle läsnäololle. Useissa ohjelmissä on myös osuuksia, joissa osallistuja on yksin ja kertoo ajatuksistaan ja tunteistaan muita osallistujia kohtaan. Puhuja kuvataan tällöin lähikuvassa, jolloin mahdolliset tunteenpurkaukset näkyvät helposti. (Hautakangas 2004, 12.)

Tosi-tv:ssä liikutaan hyvän ja huonon maun rajoilla, jolloin katsojaa houkutellaan ja ”koukutetaan” myös pahoinvoinnin ja vastenmielisyyden tunteilla (Hautakangas 2006, 27; Nichols 2001, 9). Katsojan on varmasti melko helppo samaistua esimerkiksi käärmeiden seassa sukeltavan tai lampaan silmiä syövän osallistujan inhoon ja suoraan pelkoon.

### *B) Viihde*

Olipa kyseessä selviytymisseikkailu kaukaisella saarella, idolin tittelin tavoittelu, unelmien kumppanin etsintä tai kuukausia kestävä elo isoveljen valvovan silmän alla, lopputuloksen tulee olla viihdyttävä. Kilborn (1994, 423) on osuvasti todennut jo yli kymmenen vuotta sitten, että olennainen osa tosi-tv:tä on kuvatus materiaalin tarjoaminen sopivalla tavalla editoituna, viehättävästi ja mielenkiintoisesti paketoituna. Määrittelys-



sään Kilborn viittaa myös siihen, että tosi-tv-ohjelmien takana on tuotanto, jonka kässissä ohjelmien viihdyttävyyden loppujen lopuksi syntyy.

Tosi-tv-viihteen kivijalka muodostuu ohjelmissa esiintyvistä ihmisistä. Siksi ei ole yllättävää, että roolituksesta itsestään on tullut merkittävä osa tosi-tv-tuotantoa (Huff 2006, 32). Vaikka halukkaita eri tosi-tv-ohjelmiin löytyy tuhansia, ei kuka tahansa pääse tosi-tv-tähdeksi. Pelkkä valmius julkiseen näkyvyyteen ei riitä, vaan on oltava oikealla tavalla tavallinen (Hautakangas 2005, 158) ja esiintymiskykyinen (Kilborn 2003, 13).

Sekä Nikunen (2007, 6) että Biressi ja Nunn (2005, 151) ovat huomanneet, että tavallisuus tosi-tv:ssä liittyy vahvasti työväenluokkaisuuteen tai alempaan keskiluokkaan. Sosiaalisesta asemasta kertovat niin vaatteet, banaali kielenkäyttö kuin vuorovaikutus muiden osallistujien kanssa. Osallistujat eivät saisi mielellään olla liian varakkaita eikä heillä tulisi olla liian hyvä maku. Kantava ajatus on osallistujien matka kohti seuraavaa, parempaa tasoa. Ajatusta paremmalle tasolle siirtymisestä korostetaan myös läpi ohjelman ja vielä myöhemminkin. Hyvänä esimerkkinä tästä on Suomen ensimmäisen Idols-kilpailun voittaja Hanna Pakarinen, jonka yhä edelleen muistutetaan olevan ”entinen trukkikuski Imatralta”.

Pääasiassa amerikkalaisia ja englantilaisia tosi-tv-ohjelmia tutkineet Andrejevic (2004) ja Huff (2006) ovat huomioineet tarkemmin osallistujien taustoja. Tosi-tv-osallistujien menneisyydestä löytyy esimerkiksi alastonkuvia ja jopa rikosrekistereitä (Huff 2006, 32-35). Joukossa on myös niin uralleen uutta nostetta hakevia, tuntemattomia näyttelijöitä ja julkisuuden valokeilasta pudonneita henkilöitä (Andrejevic 2004, 3) kuin näyttelijäksi ja vasta parrasvaloihin pyrkiviäkin (Huff 2006, 32-35.) Eri kulttuureissa on kuitenkin eroja tv-ohjelmien kohdalla, joten Andrejevicin (2004) ja Huffin (2006) tutkimustuloksia ei voi välttämättä verrata suoraan suomalaiseen kulttuuriin.

Oikeanlainen, viihdyttävä tavallisuus näyttäisi syntyvän siis alemmalle keskiluokalle määritellyistä ominaispiirteistä ja pikkutuhmuudesta yhdistettynä julkisuudenkipeyteen. Se, millaisia piirteitä työväenluokkaisuus sisältää, vaihtelee varmasti eri kulttuureissa. Oli kulttuurinen tausta kuitenkin mikä hyvänsä, oikealla lailla tavallisella ihmisellä täytyy olla tarjota jotain kiinnostavaa nähtävää ja potentiaalia luoda dramatiikkaa. (Hauta-

kangas 2005, 158). Osallistujiksi valitaan siis ihmisiä, joiden välille voi syntyä erilaisia konfliktitilanteita (Bignell 2005, 95). Esiintymiskyky voisi puolestaan tarkoittaa jo edellä mainitun draaman luomista heittäytymällä niin fyysisesti kuin emotionaalisestikin omien viettien ja mielihalujen vietäväksi ja olemalla valmis leikkiin (Kilborn 2003, 75).

Viihde ei ole vain tuotantoyhtiöiden keksintöä ja ylläpitämää, vaan yleisö haluaa tulla viihdytetyksi, kuten Suomen Big Brotherin virallisella internet-keskustelupalstalla käytyä keskustelua tutkinut Hautakangas (2006, 32) toteaa. Myös tosi-tv-ohjelmien osallistajat näyttäisivät ymmärtävän tekevänsä tv-viihdettä ja tietävät, mitä heiltä odotetaan (Kilborn 2003, 76). Kuten Aslaman, Lehtisen ja Toivasen (2006, 15) tutkimukseen osallistuneet Suomen ensimmäisen Big Brotherin kilpailijat sanovat: kyse on ”pelin hengestä”.

### *C) Yksityisyys - julkisuus*

Tosi-tv:lle on ominaista olla kiinnostunut kilpailijoidensa arjesta ja yksityisyydestä (Hietala 2003, 3). Tämä näkyy muun muassa siinä, että monet tosi-tv-ohjelmat tekevät julkisia niistä asioista, jotka ovat osa ihmisen jokapäiväistä yksityistä elämää. Tällaisia asioita ovat esimerkiksi nukkuminen, syöminen ja peseytyminen (Bignell 2005, 117). Myös jo aiemmin mainitut mahdolliset romanttiset tai seksuaaliset kanssakäymiset osallistujien kesken sekä voimakkaat tunnekuohut, kuten vaikka riidat, ovat ainakin suomalaisessa kulttuurissa helppo mieltää enemmän yksityisyyteen kuuluviksi.

Toisenlaisen näkökulman tosi-tv:n yksityisyyden ja julkisuuden -käsiteparille antavat erilaiset muuttumisleikit ja elämäntapaohjelmat, joissa ihmiset pyrkivät muuttumaan niin fyysisesti kuin henkisesti, joskus jopa kirurgien ja psykologien avulla. Kyseisistä ohjelmista on tullut tavallaan myös foorumeita tehdä paljastuksia ja tunnustuksia, joita niihin osallistujat eivät olisi koskaan muuten tehneet yksityisesti omassa lähipiirissään. (Bignell 2005, 40-41.) Näissä ohjelmissa yksityisyyden käsitteleminen viedään oikeastaan jo sellaiselle tasolle, jolloin voidaan miettiä, onko se enää moraalisesti oikein ja kuinka monen muun kuin ohjelmaan osallistuvan yksityisyyteen niissä puututaan.

Vaikka tosi-tv:n kiinnostus ihmisen yksityisyyteen saa joskus arveluttavia piirteitä, ei se näyttäisi haittaavan niihin osallistuvia. Päinvastoin monet ovat halukkaita vaihtamaan yksityisyytensä julkisuuteen, ainakin sen Andy Warholin mainitseman viidentoista mi-

nuutin ajaksi. Kuuluisuudesta ja julkisuudesta kirjoittanut Rojek (2001, 17-23) näkee kolmenlaista erilaista julkisuutta: perimän kautta tulleen julkisuuden (esimerkiksi kuninkaalliset), työn kautta tulleen julkisuuden (näyttelijät, muusikot, urheilijat) ja julkisuuden, joka syntyy siitä, että joku on kuuluisia siitä, että on kuuluisa. Tosi-tv:n kautta saavutettu julkisuus on viimeksi mainitun kaltaista julkisuutta. Koska tämän kaltainen julkisuus on kiinni yleisön mielenkiinnosta, se yleensä katoaa yhtä nopeasti kuin on syntynytkin (Rojek 2001, 21).

#### *D) Monimediaalisuus*

Kaiken kaikkiaan tosi-tv on enemmän kuin tv-ohjelma tai joukko tv-ohjelmia. Se on ”Event TV”, jonkinlainen monimediaalinen tapahtuma, jossa noin tunnin lähetys jostain tietystä ohjelmasta kerran viikossa toimii vain tapauksen päänäyttämönä (Biressi & Nunn 2005, 11). Varsinaisen päälähetysten kyljessä on usein pienempi lähetys (esimerkiksi Idols-extra ja BB-extra) ja ohjelmalle luodaan oma internet-sivusto, josta löytyy esimerkiksi tietoa ohjelmasta, osallistujien esittelyjä ja erilaisia yleisöä aktivoivia osuuksia.

Iltapäivälehdet ja puhtaasti viihteeseen erikoistuneet lehdet osallistuvat omalta osaltaan tapahtuman rakentamiseen lööpeillään ja kommentoimalla tarkasti niin osallistujien menneisyyttä kuin elämää ohjelman jälkeenkin. Erityisen läheinen suhde tosi-tv:llä on nimenomaan tabloidjournalismin kanssa. Hautakangas (2005, 154-155) puhuu mallista, jonka mukaan mediatuotteet voidaan sijoittaa eri osajulkisuuksiin muun muassa sen perusteella, millä tavoin ne puhuttelevat yleisöä. Mallissa reality-viihde on populaarissa ja viihdevetoisessa julkisuusareenassa yhdessä ”sensaatiolehtien” kanssa. Aslama (2002, 164-165) on todennut tosi-tv:n ja ”sensaatiolehtien” yhdistäväksi tekijäksi sen, että molemmat ovat kiinnostuneita rikoksista, seksistä, skandaaleista ja eriskummallisuuksista, ja että molemmat kelpuuttavat uutisaiheikseen tavalliset ihmiset.

Näiden lisäksi ”Event TV:tä” tekevät todeksi erilaiset kulttuuriohjelmat ja toimittajat kolumneissaan sekä kansalaiset monilla internetfoorumeilla, lehtien yleisönosasto- ja mielipidekirjoituksissa sekä lukuisissa kahvipöytäkeskusteluissa (Aslama 2002, 166). ”Event TV” on jotain, joka viehättää suurta yleisöä, ja josta tulee osa jokapäiväistä yleistä keskustelua (Biressi & Nunn 2005, 11).

Tosi-tv on myös bisnestä. Tosi-tv-ohjelmilla on lukuisia yhteistyökumppaneita, jolloin monimediaalisuus mahdollistaa taloudellisen hyödyn ja aidon rahan tekemisen monellekin eri taholle (Bignell 2005, 22-23). Big Brother ja monet muut tosi-tv-ohjelmat perustuvat esimerkiksi puhelimitse tapahtuvaan yleisöäänestykseen. Yleisölle äänestäminen merkitsee vuorovaikutusta ohjelman ja sen tekijöiden kanssa, mutta ohjelmalle ja sen yhteistyökumppaneille puhelinäänestys merkitsee myös tuloja. Monimediaalisuus on tosi-tv:n taloudellinen todellisuus.

## **2.2 Tosi-tv-ohjelmiin osallistumisen syitä**

### **2.2.1 Julkisuus itseisarvona ja välinearvona**

Tosi-tv:stä ei voi puhua viittaamatta julkisuuteen. Tosi-tv:tä tarkastellaan hyvin pitkälti julkisuuden kautta tai julkisuuden kaipuun synnyttämänä ja ruokkimana. Erityisesti nuorten sanotaan olevan tosi-tv:n ja julkisuuden perään, ja tosi-tv:tä väitetään pääasiassa julkisuudenkipeiden nuorten foorumiksi. Väite ei varmastikaan ole täysin tuulesta temmattu, sillä vuonna 2004 julkaistu Risk Monitor arvo- ja asennetutkimus kertoo, että joka toinen suomalaisnuori haaveilee julkisuudesta.

Hautakangas (2005, 158) toteaa, että julkisuudella on jonkinlainen myyttinen positiivinen aura. Kenties julkisuudessa viehättää ajatus helposta ja miellyttävästä elämästä. Nuorille julkisuus tuntuu olevan myös varsin luonteva asia. Jatkuva seuraamisen ja tarkkailun kohteena oleminen ei ahdistaa, päinvastoin. ”Paljon enemmän ahistaa se, että kukaan ei tiedä minusta mitään”, sanoo 19-vuotias Jani julkisuuden himoa ja hintaa käsittelevässä kirjassa Ken leikkiin ryhtyy... (Blåfield & Sharma 2007, 32).

Suhtautuminen julkisuuteen voi juontua esimerkiksi siitä, että esiintyminen televisiossa on muuttanut merkitystään. Ennen pääsy televisioon kertoi asiantuntijuudesta ja tietynlaisesta arvovallasta, mutta erilaisten viihdeohjelmien myötä ovet televisioon ovat avautuneet kenelle tahansa (Ellis 2000, 113). Esiintyjä ei siis enää välttämättä ole suuri auktoriteetti ja ylimmän luotettavuuden symboli, sillä tavallisen kansan äänestä on tullut

ychtä luotettavaa ja arvostettavaa kuin tv:n ammattilaistenkin (Montgomery 2001, 404). Asiaohjelmien ulkopuolisten ohjelmien esiintymisen halutaan usein olevan juuri kuin tavallisen ihmisen esiintymistä, jossa on tärkeää välittää spontaanisuutta, läheisyyttä ja harjoittelemattomuuden tuntua (Lorenzo-Dus 2005). Kyse on jonkinasteisesta tasa-arvoistumisesta ja siitä, että julkisuus ei ole enää mahdottomuus ”tavalliselle” ihmisel- lekään. Hautakangas (2005, 158) muistuttaa kuitenkin, että todellisuudessa tavallisten ihmisten ja julkisuuden välinen kynnyks ei ole poistunut, vaikka se onkin madaltunut. Niinpä jo tuon kynnyksen ylittäminen on yhä jonkin arvoista.

Julkisuuteen ei kuitenkaan hakeuduta välttämättä pelkän julkisuuden vuoksi, vaan edel- lä mainittu tutkimustulos voi ilmentää myös uutta suhtautumistapaa työhön ja työn te- kemiseen. Nykypäivän nuoret tuntuvat sisäistäneen hyvin Jari Sarasvuon lanseeraaman huomiotalous-käsitteen, jossa menestyksen avaimet ovat suhdeverkko, maine ja näky- vyys (Hautakangas 2005, 157-158). Huomiotaloudessa itsestä tehdään tuote, ja tuotteis- tamisprosessissa julkisuus toimii väline-, ei itseisarvona. Saavutetun julkisuuden laadul- la sen sijaan ei välttämättä ole väliä.

Tosi-tv-ohjelmaan osallistumista pidetään siis varteenotettavana väylänä uusiin työ- mahdollisuuksiin, kuten esimerkiksi Kaunotar ja Nörtti -ohjelmaan osallistunut Terhi Heikkinen sanoo Kauppalehden Presso-liitteen haastattelussa (Savaspuro & Bhose 2005, 16). Tuolloin esiintyminen tv-ohjelmassa ei vielä ollut hyödyttänyt häntä miten- kään, mutta hän toivoi vielä saavansa ”jotain mediaa tai promootiokeikkoja”.

### **2.2.2 Huvia, kokemuksia ja helppoa rahaa**

Osallistuminen tosi-tv-ohjelmaan ei välttämättä merkitse halua päästä julkisuuteen tai toivetta saada uusia työtarjouksia. Tosi-tv saattaa yksinkertaisesti olla keino kokeilla jotain uutta ja jännittävää, mahdollisuus hankkia kokemuksia. Monet voivat nähdä tosi- tv-ohjelmat myös ikään kuin hyvinä juhlina, jotka nyt vaan sattuvat näkymään televisi- ossa. (Hautakangas 2005, 159.) Edellä mainitun kaltaista ajatusmaailmaa kuvastavat esimerkiksi kahden Suomen ensimmäiseen Big Brotheriin osallistuneen nuoren perus- teet, joilla he kuvailevat ohjelmaan hakeutumista: ”kyl mä aika seikkailunhaluinen oon” ja ”tää vois olla siistiä” (Aslama et al. 2006, 10). Aslama on todennut myös jo aiemmin

(2002), että vahva vaikutin tosi-tv-ohjelmiin osallistumisessa saattaa olla lisäksi ajatus isosta rahapalkinnosta.

Uusien kokemusten hakeminen ei sinällään ole mikään tämän päivän ilmiö. Tilanne on vain nykyään sellainen, että siinä missä ennen vanhaan joku hurjapää laski kosken tynnyrissä muutaman ihmisen seuratessa vieressä, niin nyt sama hoituu tv-kameroiden talentaessa koko tapahtuman. Ja vaikka kyseessä ei olisikaan mikään Pelkokerroin-tyyppinen formaatti, niin jotain hyvin alkukantaista itsensä kanssa mittelöintiä tosi-tv-ohjelmiin osallistumisessa on. Tosi-tv voi muodostaa nykyaikaisen tulikokeen, itsensä testaamisen ja kasvun paikan (Aslama et al. 2006, 10).

### **2.2.3 Merkitysten etsiminen itselle ja arjelle**

Tosi-tv-ohjelmiin osallistumisen, itsensä testaamisen ja kokemusten hamuamisen pohjalla saattaa kuitenkin piillä isojakin kysymyksiä. Kuten esimerkiksi kysymys siitä mikä on normaalia ja minkälainen minun pitäisi olla, tai vieläkin isompi kysymys siitä, kuka minä olen. Tosi-tv-ohjelmat saattavat siis muodostua paikoiksi, joissa etsitään itseään (Biressi & Nunn 2005, 29). Jatkuva näkyvillä olo on paitsi kokemus mutta sen ajattelun kasvattavan myös itsetuntemusta (Andrejevic 2004, 145). Tämän toteavat myös Suomen Big Brother -ohjelman juontaja Vappu Pimiä Me-lehden haastattelussa (Kanto 2008), ja saman ohjelman ensimmäisen tuotantokauden naisosallistuja Aslaman, Lehtisen ja Toivasen (2006, 11) tutkimuksessa.

Nuorisotutkimusverkoston tutkimusjohtaja Tommi Hoikkala sanoo Kauppalehden Presso-liitteessä (Savaspuro & Bhose 2005), että nykyajan lapsissa ja nuorissa arvostetaan kykyä ilmaista itseään ja kykyä olla esillä. Samaisessa jutussa kirjailija Arto Salminen toteaa, että tässä mediayhteiskunnassa ihminen ajattelee olevansa jotenkin epäonnistunut, mikäli ei näy televisiossa tai lehtien palstoilla. Johonkin mediayhteisöön kuuluminen takaa sen, että on yhteiskuntakelpoinen ja normaali. Eli vaikei julkisuus tai näkyvyys itsessään olisikaan motiivina tosi-tv-ohjelmaan osallistumiselle, voi osallistumisen taustalla olla ajatus jonkinlaisen oikeutuksen hankkimisesta itselleen ja elämälleen.

Vaatimukset ilmaisu- ja esilläolokyvykkyydestä voivat johtaa myös siihen, että tavallinen arki nähdään entistä vahvemmin esittämisen alueena. Omasta arjesta tehdään performanssia, jota välitetään esimerkiksi reaaliaikaisesti internetin kautta. Tietoisuus jatkuvasta tarkkailun alla olemisesta saattaa muokata tekemisen tapoja, ja arjen askareissa on aina mukana ripaus esittämistä. (Nikunen 2007, 5.) Toisaalta emme tarvitse ehkä edes sen kummempaa oletettua yleisöä, vaan kuten Zizek (2002, 226) epäilee, esitämme itseämme ja vedämme roolia jopa itsellemme ollessamme yksin.

Arkemme on muutenkin muuttanut muotoaan. Ensiksikin arki tasaisuudellaan ei enää vastaa sitä mielikuvaa, minkälainen elämän haluttaisiin olevan. Se, ettei juuri nyt ole mitään erityistä kerrottavaa, on jopa jotenkin noloa, ja arjesta pitää yrittää tehdä ”extremeä” ja yllättävää. Ehkä webbikamerat ja tosi-tv-ohjelmat ruokkivat sitä ajatusta, että muiden huomion kautta omasta tavallisesta arjesta voi saada jotain irti (Nikunen 2007, 5). Samalla kun tekee itsensä näkyväksi, tekee itsestään ja omasta arjestaan myös jollain tavalla merkityksellisen.

Toisekseen tavallinen arkemme on melkoisen kolkkoa. Elämme aikaa, jossa yksilöllisyyttä korostetaan ja yhteisöllisyyttä on vain nimeksi. Monet entiset ajatukset ja arvot tuntuvat kuluneilta ja tehottomilta. Nichols (2001, 18) ja Hietala (2000, 38) nostavat elämän pirstaloitumisen ja yhteisöllisyyden puutteen yhdeksi tekijäksi tosi-tv:n suosioon. Kun kyseiset elementit puuttuvat omasta arkielämästä, saattaa ohjelmassa muodostuva ryhmä ja siihen kuuluminen tuntua turvalliselta. Katsojat voivat niin ikään tuntea empatian ja sitoutumisen tunteita tosi-tv-ohjelmiin ja niissä esiintyviin. Emme tiedä, kuka naapurimme on tai mitä hän päivisin puuhailee, mutta monista tosi-tv-ohjelmien esiintyjistä tiedämme yhtä paljon kuin joistakin ystävistämme. Toisaalta, samalla voimme tuntea myös lievää ylemmyyden tunnetta seurattessamme tosi-tv-esiintyjien toilailuja (Hietala 2000, 38). Samassa ylemmydentunnossamme voimme myös ehkä jopa salaa verrata ja punnita omaa arvomaailmaamme tv:ssä näkemäämme.

Bignell (2005, 172) muotoilee tosi-tv:n eräänlaiseksi asenteeksi, suhtautumistavaksi television toimintaan, yleisöön, tv-ohjelmien tuotantoon ja niissä mukana oleviin (sekä tuotantoryhmään että esiintyjiin). Hietala (2000, 32) puolestaan näkee tosi-tv:n ”mentaalihistoriallisena suuntauksena, jossa niin sanotun tavallisen ihmisen arjesta ja yksityisyydestä tehdään tv-viihdettä”. Molemmissa määritelmissä tosi-tv:tä lähestytään televi-

sion ja tv-kulttuurin kautta, mutta niiden takana on paljon muutakin. Asenteet televisiota, tv-ohjelmia ja niiden sisältöjä kohtaan eivät synny tyhjiössä, vaan vuorovaikutuksessa yhteiskunnassa laajemmin vallitsevien arvojen, normien ja asenteiden kanssa. Tämän tutkimuksen kannalta on mielenkiintoista, vaikuttavatko nämä asenteet myös ajatuksiin esiintymisestä.

### **2.3 Big Brother pähkinäkuoressa**

Big Brother on hollantilaisen John de Molin ja hänen tuotantoyhtiönsä kehittänyt tosi-tv-formaatti, jota esitettiin ensimmäisen kerran kotimaassaan vuonna 1999. Sitten Big Brother on levinnyt yli seitsemäänkymmeneen maahan. Paikallisten ohjelmien lisäksi Big Brotherista on ainakin kuusi ylikansallista versiota, esimerkiksi Afrikan, Lähi-idän ja Yhdistyneen kuningaskunnan alueilla. Skandinavian Big Brotheria esitettiin vuosina 2005 ja 2006, ja siihen osallistuivat Ruotsi ja Norja. Big Brotherin alkuperäinen versio on saanut muitakin erilaisia mukaelmia: kilpailijat on muun muassa jaettu tasokkaiden ja vaatimattomien leireihin, kilpailijat ovat kilpailleet pareittain ja eräässä versiossa kilpailijat ottivat mukaan ohjelmaan oman äitinsä. (Wikipedia.)

Perusformaattissa tietty määrä ihmisiä (Suomessa 12 henkilöä) asettuu asumaan muusta maailmasta eristettyyn taloon joksikin määrätyn ajaksi (Suomessa kolme kuukautta). Talossa on paljon kameroita, jotka kuvaavat asukkaita 24 tuntia vuorokaudessa. Kilpailijat saavat joka viikko tehtävän joka heidän tulee viikon aikana suorittaa. Sen lisäksi heille saatetaan antaa myös pienempiä päivätehtäviä.

Elämä talossa perustuu pitkälti Big Brotherin (tuotantoyhtiön) laatimiin sääntöihin ja käskyihin. Kiellettyä talossa ovat esimerkiksi mikrofonien tai kameroiden peittäminen, kuiskiminen ja piiloutuminen sekä yritykset kommunikoida ulkomaailman kanssa. Talossa on päiväkirjahuone, jossa kilpailijat muun muassa antavat nimeämispisteitä toisilleen häätöäänestyksiä varten. Päiväkirjahuoneessa käydyistä keskusteluista kilpailijat eivät saa puhua keskenään. ([www.subtv.fi/bigbrother2006/saannot](http://www.subtv.fi/bigbrother2006/saannot).) Joka viikko talosta äänestetään yksi kilpailija pois ja viimeiseksi taloon jäänyt voittaa. Suomen Big Brotherin pääpalkinto on viisikymmentätuhatta euroa.



Suomessa Big Brotheria on esitetty neljän tuotantokauden verran. Ohjelmaa esittää televisiokanava Subtv. Ohjelmasta lähetetään joka päivä tunnin mittainen kooste edellisen päivän tapahtumista. Joka arkipäivä lähetetään BB-Extra -niminen puolen tunnin mittainen katsaus talon tapahtumista, ja ohjelmassa vierailee usein joku BB-faniksi itsensä määrittelemä julkisuuden henkilö. Sunnuntaisin esitetään ohjelman päälähetys, jossa yksi kilpailija tv-katsojien toimesta äänestetään ulos talosta. Tv-lähetysten lisäksi Subtv ylläpitää ohjelman internetsivuja, joissa on esimerkiksi tietoa kilpailijoista. Ohjelma tekee myös yhteistyötä Katso-nimisen sensaatiolehden kanssa.

Big Brotheria, kuten monia muitakaan tosi-tv-ohjelmia, ei voi asettaa minkään tietyn genren alle. Se on yhdistelmä esimerkiksi dokumenttielokuvaa ja saippuaoopperaa. Hill ja Palmer (2002, 252) käyttävät siitä nimitystä game-doc, mikä tarkoittaa eräänlaista pelin ja dokumentin yhdistelmää. Heidän mielestään Big Brother on kuitenkin ensisijaisesti kilpailu, koska se perustuu kilpailulle.

Yhtenä Big Brotherin keskeisimpänä elementtinä voi pitää yleisön osallistumista ohjelman ja koko Big Brother -ilmiön luomiseen. Esimerkiksi Hautakangas (2006), Hill (2002), Hill ja Palmer (2002) sekä Roscoe (2001) puhuvat yleisön merkityksestä tämän ohjelman kohdalla. Ohjelman koetaan antavan yleisölle mahdollisuus tietynlaisen samaistumisen kokemiseen ja aktiiviseen kansalaisuuteen. Big Brother on vahvasti interaktiivinen ohjelma, jonka tekemiseen katsoja voi merkittävästi vaikuttaa esimerkiksi äänestämällä.

Internetin käyttö on vaikuttanut paljon yleisön mahdollisuuteen aktivoitua. Esimerkiksi Suomessa ohjelman virallisilla sivuilla on keskustelualue, jonne yhteisöön kirjautuneet katsojat päivittävät talon tapahtumia lähes minuutin tarkkuudella. Aktiivisten yhteisön jäsenten välille on jaettu ”päivystysvuorot”, sillä töiden tai opiskelujen takia kaikki eivät pysty seuraamaan talon tapahtumia reaaliajassa. Tyypillisimpiä Big Brotherin katsoja ovat 17 - 34 -vuotiaat koulutetut henkilöt. Heillä on välineet, kyvyt ja mahdollisuudet kaikenlaisen teknologian käyttämiseen (Hill, 2002). Big Brother on ollut myös monen pienen tv-kanavan pelastus juuri yleisömenestyksensä takia (Hill & Palmer 2002, 253.) Näin on käynyt myös Suomessa.

Yleisön lisäksi keskeisessä asemassa ovat myös kilpailijat ja heidän roolinsa. Kuten tosi-tv:n ominaisuudeksikin jo yleisemmin mainittiin, varsinkin Big Brotherissa on olennaista valita ohjelmaan mukaan henkilöitä, joiden välillä kaikki on mahdollista (Hill & Palmer 2002, 252). Roscoe (2001) painottaa, että kilpailijat tietävät minkälaiseen ohjelmaan he ovat menossa ja mitä se heiltä vaatii. Esimerkiksi ajatus siitä, että ohjelmaan osallistuminen on jossain määrin myös esiintymistä, on kilpailijoilla tiedossa. Kilpailijoiden täytyy myös olla valmiita päästämään katsoja yksityiselle alueelleen, sillä Big Brother painottuu vahvasti ihmisen yksityisen elämän esittämiseen, etenkin alastomuuden ja seksuaalisuuden ympärille (Bignell 2005, 49-53). Kaikkein lähimmäs kilpailijan aitoa elämää katsojat pääsivät varmasti Hollannissa vuonna 2005, kun eräs kilpailija synnytti talossa.

Big Brother on paras esimerkki siitä, että tosi-tv on jotain muuta kuin tv-ohjelma. Se on ehdottomasti ”event”. Big Brother tuottaa ohjelman lisäksi myös kirjoja, CD:tä, DVD:tä, videoita ja teepaitoja (Bignell 2005, 158). Big Brotherista on syntynyt jopa sitä parodioivia tv-sarjoja (Hill & Palmer 2002, 254). Aslama (2006, 5-6) kiteyttää Big Brotherin voiman hyvin: ” Big Brotheria on kuitenkin vaikea sivuuttaa, koska se havainnollistaa mediamarkkinoiden ja -bisneksen uutta logiikkaa sekä osaltaan kyseenalaistaa käsityksiämme televisiokulttuurin ja yksityisyyden rajoista, viihdeohjelman muodosta, yleisöjen osallistumisesta, julkisesta keskustelusta ja julkisuuden henkilöistä, jopa journalismista”.

Big Brotheria voi siis hyvin kutsua tosi-tv:n ytimeksi tai sydämeiksi. Se todentaa kaikkia tosi-tv-ohjelmille ja koko ilmiölle ominaisia piirteitä. Big Brother on myös suosituin ja laajimmalle levinnyt tosi-tv-formaatti maailmassa. Ohjelmaan liittyvä kilpailijoiden äänestäminen esimerkiksi on monessa Euroopan maassa ylittänyt reilusti europarlamenttivaalien äänestysprosentin (Hill & Palmer 2002, 252). Toisaalta sitä on kritisoitu myös kaikkein typerimmäksi reality-viihteen edustajaksi (Hill & Palmer 2002, 251), ja se on herättänyt keskustelua television oikeuksista ja velvollisuuksista katsojiaan kohtaan (Palmer 2002, 295).

Suosiesta kertoo jotain se, että tosi-tv:stä tehtyihin tutkimuksiin tutustuminen osoittaa Big Brotherin olevan tosi-tv-ohjelmista tutkituin. Big Brotheria on tutkittu esimerkiksi mediakulttuurin (esim. Aslama 2002; 2006, Hautakangas 2006, Hill 2002; 2005) ja kult-

tuurintutkimuksen näkökulmista (esim. Tincknell & Raghuram 2002). Ainakin kaksi tieteellistä lehteä on myös omistanut sille teemanumeron: *Television & New Media* vuonna 2002 ja suomalainen *Tiedotustutkimus* vuonna 2006.

Eniten Big Brotherista on tehty yleisötutkimusta (esim. Hautakangas 2006, Hill 2002; 2005). Aslaman (2006) mukaan aineistolähtöistä analyysia on Big Brotherin kohdalla tehty vähän. Esimerkiksi kilpailijoista ja heidän kokemuksistaan tai muusta tuotannosta ei ole juurikaan olemassa tutkimusta. Aslaman (2006) oma tutkimus Suomen Big Brotherin ensimmäisen tuotantokauden kilpailijoiden kokemuksista on lähes ainut laatuaan. Kyseisessä tutkimuksessa kuvattiin kilpailijoiden puhetta julkisuuden, autenttisuuden ja kokemuksellisuuden kautta. Tässä tutkimuksessa käsitellään myös kokemuksellisuutta ja julkisuutta, mutta niitä tutkitaan suhteessa puheviestinnälliseen esiintymiseen. Siitä aihepiiristä ei aikaisempaa tutkimusta tietävästi ole.

## 3 ESIINTYMINEN

### 3.1 Yleisöpuheen ja tv-esiintymisen käsitteet ja ominaispiirteet

#### 3.1.1 Yleisöpuhe

Kun pyytää jotakuta kertomaan esiintymiskokemuksistaan, saa usein kuulla esitelmistä, joita koulussa pidettiin sekä koulun juhlista, joissa näyteltiin, laulettiin ja lausuttiin. Esiintymisen laaja-alaisuudesta kertoo se, että edellä mainittujen lisäksi esiintymistä ovat myös muun muassa erilaisten tilaisuuksien sekä radio- ja televisio-ohjelmien juontaminen, puheiden pitäminen, tanssiminen, soittaminen, mallina toiminen tai vaikka stand up -komiikka. Stern ja Henderson (1993, 3) ovat sanoneet, että esiintymiseksi voidaan laajimmassa tapauksessa katsoa kaikki jokapäiväisen elämän puhetilanteetkin.

Esiintyminen voidaan nähdä siis hyvin moniulotteisesti, ja raja sen välillä, millaista esiintyminen missäkin tilanteessa on, on häilyvä. Rajaa ei aina ole edes tarkoituksenmukaista vetää. Esimerkiksi esiintymistä puheitaiteen, yleisöpuheen ja mediaesiintymisen näkökulmista tarkastellut Isotalus (1995) on todennut, että kaikissa edellä mainituissa tilanteissa tarvittava esiintymistaito on hyvin samanlaista. Tässä tutkielmassa tarkastelen esiintymistä kuitenkin puheviestinnällisenä esiintymisenä ja nimenomaan yleisöpuheen ja tv-esiintymisen merkityksessä, jolloin esiintymiseksi ei katsota taiteellista esiintymistä. Tässä luvussa määrittelen esiintymistä yleisöpuheen merkityksessä ja seuraavassa luvussa tarkastelen tv-esiintymisen ominaispiirteitä.

Puheviestinnän tieteenalalla esiintymisestä käytetään usein englanninkielistä termiä 'public speaking'. Termin kääntäminen on ongelmallista, koska sen voidaan tulkita tarkoittavan sekä yleisöpuhetta että julkista puhetta. Tämä taas voi vaikuttaa erilaisiin tulkintoihin esiintymisen luonteesta. Tutkielmassani käytän esiintymistä, yleisöpuhetta ja julkista puhetta rinnakkaisina käsitteinä.

Esiintyminen on yksi puheviestinnän osa-alue, mutta etenkin suomalaisilla on tapana mieltää viestintätilanteet juuri esiintymistilanteiksi. Esiintyminen arvotetaan siis jollain

tavalla muita vuorovaikutustilanteita vaativammaksi ja tärkeämmäksi, ja nimenomaan yksilöesiintyminen koetaan erittäin jännittäväksi. (Sallinen-Kuparinen 1986.) Esiintymisen tutkimus onkin pitkälti niin Suomessa kuin maailmalla keskittynyt tarkastelemaan esiintymisen ja esiintymisjännityksen välistä suhdetta. (esim. McCroskey, 1978, McCroskey & Richmond 1987, 1991; Sallinen-Kuparinen, 1986; Pörhölä, 1995; Almonkari 2000; 2007.) Sen sijaan esimerkiksi erillisen esiintymistaidon tutkimus on puheviestinnässä ollut vähäistä (Isotalus 1995, 87).

Esiintyminen on vuorovaikutusta siinä missä muukin viestintä, mutta sillä on omat ominaispiirteensä. Yksi ominaispiirre on viestinnän muodollisuus. Trenholmin ja Jensenin (1992, 29) mukaan esiintymiselle on tyypillistä useiden ihmisten läsnäolo ja se, etteivät ihmiset välttämättä tunne toisiaan kovin hyvin. Tästä seuraa se, että viestin kohdentaminen oletetuille kuulijoille voi muodostua vaikeaksi ja roolit vuorovaikutustilanteessa tulevat muodollisiksi eivätkä siis vaihtele kesken vuorovaikutustilanteen. Tässä mielessä esiintyminen on lähellä joukkoviestintää, ja Wiio (1994, 153) lisääkin vielä yhdeksi yleisöpuheen ja joukkoviestinnän yhteiseksi piirteeksi viestin pääsuunnan yhdeltä lähettäjältä monelle vastaanottajalle.

Stern ja Henderson (1993, 16-17) ja Lederman (1992, 245) ovat määritelleet yleisöpuheelle neljä ominaispiirrettä: esiintyjä (puhuja), teksti (puhe), yleisö ja konteksti. Teksti voi olla sekä suullista että miimistä. Yleisöpuheen kontekstissa esiintyjän verbaalinen viestintä ei ole niin kiinni kirjoitetussa tekstissä kuin vaikka puhetaiteessa. Konteksti puolestaan tarkoittaa kaikkia niitä yhteiskunnallisia, poliittisia, historiallisia, psykologisia ja esteettisiä tekijöitä, jotka vaikuttavat tekstin tulkintaan (Isotalus 1995, 84-86).

Yksi esiintymisen piirre on sen ominaisuus julkisena toimintana. Sallinen-Kuparinen, Lehtonen ja Dufva (1982, 13) nimeävät esiintymisen julkiseksi puheviestintätilanteeksi. Samovar ja Mills (1989, 14) pitävät myös esiintymistä julkisena ja erottavat sen esimerkiksi jokapäiväisestä keskustelusta, jonka he näkevät yksityisenä. Valo (1995, 74) näkee esiintymisen kuitenkin sekä yksityisenä että julkisena toimintana. Hänen mielestään esiintymistä kuvaavan englanninkielisen termin sana 'public' tarkoittaa enemminkin 'yleisöä' kuin 'julkista', ja esiintyminen voi tapahtua sekä yksityisessä että julkisessa tilaisuudessa. Näin ollen sen, onko esiintyminen julkista vai yksityistä, määrittäisi kulloinkin käsillä oleva tilanne tai tilaisuus.

Esiintymisessä on aina kyse erilaisten mielikuvien synnyttämisestä ja hallitsemisesta. Tähän viittaavat myös Sallinen-Kuparinen, Lehtonen ja Dufva (1982, 13) määritellesään hyväksi esiintymistaidoksi puhujan taidon antaa itsestään myönteinen ja vakuuttava kommunikoijakuva. Esiintyjän tulisi siis pyrkiä vaikuttamaan ja hallitsemaan niitä mielikuvia, joita hän yleisössä synnyttää. Itsestä syntyviä mielikuvia ei kuitenkaan aina pysty täysin kontrolloimaan, sillä mielikuvat syntyvät yleisön mielissä (Isotalus 1995, 93). Yleisökään ei aina tiedä kuinka vaikutelmansa muodostaa, mutta niihin vaikuttavat ainakin esiintyjän äänenkäyttö, kielenkäyttö, sanaton ilmaisu, käyttäytyminen ja ulkonäkö (Sallinen-Kuparinen 1987, 124-125).

Myös valmistautuminen kuuluu oleellisesti esiintymiseen. Huolellisen valmistautumisen ja siihen liittyvän monipuolisen harjoittelun on todettu parantavan esiintymistä (Menzel & Carrell 1994). Toisaalta esiintymisessä tarvitaan myös spontaaniutta ja kykyä elää tilanteiden vaatimalla tavalla. Paras tulos saavutetaan varmasti valmistautumisen ja spontaanin toiminnan ollessa tasapainossa. Tällöin hyvä valmistautuminen tehostaa vaan ei kahlitse esiintymistä (Isotalus 1995, 90).

### **3.1.2 Tv-esiintyminen**

Televisio on tekninen väline, jonka ominaisuudet vaikuttavat televisioesiintymiseen. Televisio on audiovisuaalinen kanava, jossa kameran kautta tuleva kuva ja mikrofonin välittämä ääni muodostavat toisiaan tukevan kokonaisuuden. Kuvan ja äänen keskinäistä suhdetta televisiossa voidaan verrata nonverbaalisen ja verbaalisen viestinnän suhteeseen televisioesiintymisessä (Isotalus 1996, 20-21). Kuvauksella, kuten kuvauskohteen valinnalla, rajaamisella, korostamisella, kameran liikkeillä ja kuvakulmilla vaikutetaan siihen mitä nähdään (Sallinen-Kuparinen 1987, 129; Isotalus 1990, 41; Isotalus 2000, 160).

Televisio on myös joukkoviestintäväline. Sen viestintä on epäsuoraa, yksisuuntaista, julkista ja suurille joukoille suunnattua (Isotalus 1996, 21). Nykyiselle televisiotoiminnalle on tyypillistä nähdä katsojat aktiivisina valintojen tekijöinä (esim. Bryant & Street 1988, Lewis 1990, Roscoe, Marshall & Gleeson 1995), joten televisio pyrkii miellyttä-

mään katsojia (Isotalus 1996, 21). Miellyttävyyttä rakennetaan paitsi mielenkiintoisilla ohjelmilla (Isotalus 1996, 22) myös muun muassa tavallisuushakuisella (Kytömäki & Savinen 1993, 32) ja ymmärrettävällä ilmaiskielellä (Altheide & Snow 1988, 208).

Televisiolle ominaisia piirteitä ovat myös viihteellisyys, dramaattisuus, pyrkimys autenttisuuteen ja intiimiys (Isotalus 1996, 23). Näitä elementtejä pyritään saamaan aikaan muun muassa henkilöhahmojen ja vastakkaisasettelun korostamisella (Leiwo 1995). Esiintyjä kuvataan intiimeissä tilanteissa tai puhumassa henkilökohtaisista asioista, mikä tekee tasavertaisuuden kokemisen mahdolliseksi ja helpottaa katsojan samaistumista esiintyjään (esim. Aslama 1994; Ellis 1982; Fiske 1987; Hellweg, Pfau & Brydon 1992).

Esiintyminen televisiossa on riippuvainen jonkin verran ohjelmatyypeistä eli genreistä. Televisiolle ominaisia ohjelmatyyppejä ovat esimerkiksi tilannekomediat ja uutiset. Ohjelmatyypit ovat sekä tuotannon struktuureja että auttavat vastaanottajaa tulkitsemaan näkemäänsä ja kokemaansa. (Isotalus 1996, 25). Isotalus (1996, 145) on todennut ohjelmatyypin toimivan kuitenkin vain suuntaa antavina tulkinnan ohjeina. Yksistään ne eivät muokkaa ohjelmatyypille ominaista esiintymistä, vaan ohjelmatyypin enemmän esiintymiseen vaikuttaa television konteksti itsessään.

Edellä mainittujen tekijöiden lisäksi tv-esiintyminen ja -ilmaisuus ovat sidoksissa myös esiintyjän rooliin. Tutkituin esiintyjän rooli televisiossa on toimittajan rooli (ks. esim. Isotalus 1996). Toimittajilla on televisiossa selkeä funktio, ja se on ammattiroolin lisäksi myös tiettyihin odotuksiin sidottu sosiaalinen rooli (Isotalus 1996, 29-30). Tämän tutkielman kannalta esiintyjän roolin vaikutus esiintymiseen nostaa tarkasteluun mielenkiintoisia seikkoja. Mikäli Big Brother -kilpailijat kokivat esiintyneensä ohjelmassa, tunsivatko he itseensä kohdistuvia odotuksia esiintyjänä ja juuri Big Brother -esiintyjänä, ja halusivatko he täyttää näitä odotuksia.

Televisiossa puhuminen on esiintymistä, koska puhuja on tietoinen siitä, että hän puhuu yleisölle (Isotalus 1995, 88). Tv-esiintyjä on myös tietoinen ympäristöstään, eli esiintymiseen vaikuttavasta tekniikasta ja esiintymistilasta (Samovar & Mills 1989, 322). Televisiossa esiintyminen on siis erityinen mutta ei ainutlaatuinen esiintymisen muoto. Siinä on paljon yhteisiä piirteitä muille esiintymistilanteille. (Isotalus 1996, 139.) Tele-

visioesiintymisen voidaan rinnastaa esimerkiksi yleisöpuheeseen, sillä molemmat käyttävät sekä visuaalista että auditiivista kanavaa ja molemmat ovat julkisia esiintymislanteita (Isotalus 1996, 36). Rinnastus yleisöpuheeseen on saanut osakseen myös kritiikkiä. Esimerkiksi Scannell (1991, 3) on sitä mieltä, että televisioesiintymisen tyylin tulisi olla enemmänkin kuin epämuodollista juttelua ystävälle tai tuttavalle. Vaikka televisiossa puhutaan todellisuudessa suurelle joukolle, niin puhettavan pitää olla kuin puhuttaisiin yksilöille.

Televisioesiintymisessä onkin havaittu olevan samanlaisia piirteitä kuin interpersonaalissa viestinnässä. Pfau (1990, 208) sanoo, että sekä interpersonaaliselle viestinnälle että televisioesiintymiselle on ominaista pyrkimys intiimiin ja visuaaliseen yhteyteen viestijöiden kesken. Interpersonaalisen viestinnän ja televisioesiintymisen yhdistäväksi tekijäksi nousee myös se, että suhde televisioesiintyjiin näyttäisi rakentuvan samankaltaisesti kuin interpersonaaliset suhteet (Isotalus 1996). Kummassakin suhteen synty miseen ja muotoutumiseen vaikuttaa vahvasti nonverbaalinen viestintä (Pfau 1990, 208). Myös Meyrowitz (1985, 93-97) painottaa tv-esiintymisen nonverbaalisia puolia.

Televisioesiintymistä ei voi kuitenkaan pitää kaikilta osin identtisenä interpersonaalisen viestinnän kanssa. Toisin kuin interpersonaalinen viestintä, televisioesiintymisen on yksisuuntaista viestintää (Isotalus 1996). Televisioesiintyjä ei näe viestintäkumppaniin, ja hän on koko ajan tietoinen ympäristöstään, tekniikasta ja siitä, että häntä kuvataan (Samovar & Mills 1989, 322). Televisioesiintymisen tapahtuu myös tilanteessa, jossa ei ole mahdollisuutta suoraan palautteeseen (Isotalus 1995, 88). Esiintyjä ei todellisuudessa tiedä, mitä yleisö ajattelee tai tekee (Mancini 1988, 156-158). Esiintymisen onkin pitkälti simuloitua vuorovaikutusta.

Simuloidun vuorovaikutuksen voidaan ajatella tarkoittavan sekä kasvokkaisuviestinnän ja todellisen vuorovaikutuksen jäljittelyä (Isotalus 1996) että keinoja, joilla esiintyjä pyrkii ennakoimaan katsojien tulkintaa (Mancini 1988). Keinot, joilla vuorovaikutusta simuloidaan muistuttavat paljon interpersonaaliselle vuorovaikutukselle tyypillisiä keinoja, ja ne ovat niin verbaalisia kuin nonverbaalisiakin (Isotalus 1995, 88-89). Isotalus (1996, 155) nimeää vuorovaikutusta simuloiviksi esiintymisen piirteiksi muun muassa kameraan katsomisen, katsojien puhuttelun persoonapronomineilla, katsojien nimeämisen, katsojien tervehtimisen, katsojille suunnatut eleet, interaktiota kuvaavat puheen-



vuorot ja toistuvuuteen viittaamisen. Näistä piirteistä hän käyttää nimitystä televisio-esiintymisen interaktiiviset piirteet. Simuloinnin tarkoituksena on luoda tunnetta sosiaalisesta läsnäolosta, mikä puolestaan edistää katsojia muodostamaan jonkinlainen suhde esiintyjiin (Isotalus 1996, 155). Catchcart ja Gumpert (1983, 273) pitävät simuloidun vuorovaikutuksen kautta rakennettua suhdetta kuitenkin loppujen lopuksi vain illuusiona intiimiydestä, sillä esiintyjän ja yleisön roolit ovat selvästi erilaiset eivätkö koskaan vaihdu.

Esiintyminen yleisöpuheen ja tv-esiintymisen merkityksissä on siis hyvin pitkälle samanlaista. Kummassakin keskeistä on yleisön olemassaolon tiedostaminen sekä esiintyjän ja yleisön toisistaan poikkeavat, vaihtumattomat roolit. Roolien muuttumattomuus tekee esiintymisestä myös jossain määrin yksisuuntaista. Esiintyminen on yleisöpuheen ja tv-esiintymisen muodoissa molemmissa kuitenkin myös vuorovaikutustilanne, joskin tv-esiintyjän ja hänen yleisönsä välinen vuorovaikutus on enemmänkin simuloitua. Yleisöpuheen ja tv-esiintymisen yhteisenä piirteenä voi pitää myös vuorovaikutuksen julkisuutta, huolimatta siitä, että esiintyminen voi tapahtua myös yksityisessä tilaisuudessa. Yleisöpuhetta ja tv-esiintymistä yhdistää lisäksi se, että niissä tarvittava esiintymistaito on Isotaluksen (1995) mukaan samanlaista.

Tämän tutkielman kohdalla esiintymiselle annetut piirteet suhteessa Big Brother -ohjelmaan ovat mielenkiintoisia, koska olen kiinnostunut siitä, kokevatko kilpailijat kilpailuun osallistumisen esiintymisenä ja jos, niin minkälaisena. Esimerkiksi vuorovaikutusnäkökulman osalta Big Brother -kilpailijoiden rooli esiintyjänä ei ainakaan lähtökohtaisesti täysin toteudu, sillä kilpailun säännöt kieltävät kommunikoinnin ulkomaailman kanssa. Ainoat sallitut yhteydenotot käydään Big Brotherin kanssa päiväkirjahuoneessa sekä ohjelman juontajan kanssa kerran viikossa lähetettävässä päälähetyksessä.

## 3.2 Suomalaiset esiintyjinä

### 3.2.1 Kulttuurin vaikutus esiintymiseen

Kulttuuri voidaan määritellä merkitysjärjestelmäksi, jonka yhteisön enemmistö jakaa (Ting-Toomey & Chung 1996, 237.) Merkitysjärjestelmän arvot, normit, tavoitteet ja odotukset ohjaavat siis sitä, kuinka havainnoimme, tulkitsemme ja hahmotamme maailmaa. Näin ollen kulttuuri vaikuttaa merkittävästi myös ihmisten väliseen vuorovaikutukseen ja siihen, millä tavalla yksilöt viestivät ja viestejä tulkitsevat. (Pörhölä 2000, 17; Sallinen-Kuparinen 1986, 17.)

Kulttuurin vaikutusta ihmisen vuorovaikutukseen tulisi tarkastella tietynlaisella varauksella. Kansallisen kulttuurin lisäksi ihmiset kuuluvat aina erilaisiin ala- ja rinnakkaiskulttuureihin, joiden vaikutus yksilön käyttäytymiseen voi olla voimakkaampi kuin valtakulttuurin. Valtion rajat eivät myöskään toimi kulttuurien rajoina. Yksilöiden on niin ikään mahdollista toimia tai olla toimimatta kulttuurinsa odotusten mukaisesti. Vaikka kulttuuria ei pitäisikään nähdä yksilön toiminnan ehdottomana ja aukottomana selittäjänä, voidaan kulttuurin käsitettä ja kulttuurieroja kuvaavia teorioita käyttää hyväksi tarkasteltaessa ja analysoitaessa erilaisten yhteisöjen viestintää. Niiden avulla voidaan havaita ja todeta esimerkiksi yleisön edessä puhumiseen liittyviä, kulttuureittain vaihtelevia odotuksia. (Pörhölä 2000, 17-18.) Tässä tutkielmassa kulttuurin käsitettä tarkastellaan kansallisen kulttuurin näkökulmasta.

Yksilön viestintäkäyttäytymiseen vaikuttavat hänen minäkäsityksensä ja arvomaailmansa, joita muokkaavat esimerkiksi kunkin kulttuurin käsitykset yhteisöllisyydestä ja yksilöllisyydestä. Viestinnän kentällä kulttuurisia eroja erilaisten käsitysten välillä on selitetty käyttämällä etenkin individualismi – kollektivismi -dimensiota. Dimension individualistisessa päässä arvostetaan yksilön vapautta, oikeuksia, tarpeita sekä omia etuja ja kykyjä. Individualististen kulttuurien ihmiset haluavat usein myös erottua muista omilla mielipiteillään. Kollektivistisessä päässä kunnioitetaan taas yhteisöllisyyttä ja yhteisten tavoitteiden saavuttamisen merkitystä, ja yksilö on vahvasti riippuvainen ryhmänsä jäsenistä. (Hofstede 1986, Markus & Kitayama 1991; 1994.)

Individualistista kulttuuria kuvaa puhujakeskeisyys ja kollektivistista kulttuuria kuulijakeskeisyys. Siinä missä individualistisessa kulttuurissa kasvaneelle omien toiveiden ja tarpeiden ilmaisemien on luontevaa, kokee kollektivistisen kulttuurin kasvatti tärkeäksi yhteisön harmonian luomiseen ja säilyttämiseen tähtäävän vuorovaikutuksen. (Gudykunst & Ting-Toomey 1988, Okabe 1983.). Vahvasti individualistisiksi kulttuureiksi on luokiteltu esimerkiksi Yhdysvallat, Australia, Saksa, Iso-Britannia sekä Skandinavian maat. Kiinan, Japanin, Vietnamin, Thaimaan, Kreikan, Italian, Brasilian, Meksikon ja useimpien afrikkalaisten maiden taas sanotaan olevan vahvasti kollektivistisia kulttuureita. Mikään kulttuuri ei kuitenkaan ole yksiselitteisesti vain jompaakumpaa, vaan kaikissa kulttuureissa on sekä individualistisia että kollektivistisia piirteitä. (Pörhölä 2000, 21.)

Edellä kuvatun dimension ajatusta mukailten voisi todeta, että vuorovaikutukselle annetaan erilainen asema ja merkitys individualistisissa ja kollektivistisissa kulttuureissa. Individualistisissa kulttuureissa vuorovaikutus toimii suuressa määrin yksilön itseilmäyksen välineenä, kun kollektivistisissa kulttuureissa se on ennen kaikkea yhteisöllisyyden synnyttäjä ja ylläpitäjä. Tämä kaikki vaikuttaa myös siihen, kuinka kussakin kulttuurissa suhtaudutaan julkisiin puhetilanteisiin ja minkälaisia odotuksia esiintyjään kohdistetaan. Eri kulttuurien puhujan viestintäkäyttäytymiseen kohdistuvia eroja tarkastellut Pörhölä (2000, 23-29) sanoo, että julkinen puhuminen, joka edellyttää usein individualistisille kulttuureille ominaisia piirteitä kuten omien mielipiteiden ilmaisua, itsestä kertomista ja yleisön mielipiteisiin vaikuttamista, on siksi jo lähtökohtaisesti vaikeaa monissa kollektivistisissa kulttuureissa. Yksilölle on luontevaa tunnistaa oman kulttuurinsa puhumiselle asettamat odotukset ja vaatimukset ja pyrkiä täyttämään niitä.

### **3.2.2 Suomalainen kulttuuri ja esiintyminen**

Vaikka Suomi lasketaan individualistiseksi kulttuuriksi, kertovat tutkimukset suomalaisesta viestintäkulttuurista sekä suomalaisten suhtautumisesta puhumiseen ja esiintymiseen myös toisenlaista tarinaa. Sallinen-Kuparinen (1986) on todennut, että suomalaista puhe-kulttuuria voi luonnehtia kuulijakeskeiseksi. Suomalaiset kokevat puhujan aseman

epämiellyttäväksi puhujan puhetilanteessa saaman statuksen vuoksi. Suomalaiset eivät myöskään halua esittää vastakkaisia mielipiteitä tai mielellään pyri vaikuttamaan toisten mielipiteisiin, ja siksi suomalaisessa kulttuurissa puhumisen tarkoitus on ennemminkin säilyttää ryhmän harmoniaa.

Suomalaista kulttuuria on kutsuttu myös hiljaisuuden kulttuuriksi, sillä suomalaiset sievät hyvin hiljaisuutta. Hiljaisuus nähdään Suomessa kohteliaisuutena, harkitsevuutena ja luottamuksellisuutena, ja hiljainen ihminen mielletään viisaaksi ja miellyttäväksi (Sallinen-Kuparinen 1986, 185.) Hiljaisuus kaikkien mielletään Suomessa miellyttäväksi ja myönteiseksi asiaksi, ja hiljaa oleminen on suomalaisille luonteva tapa olla. Se voi merkitä esimerkiksi rauhoittumista, mietiskelyä tai oman ajan ottamista ja itsensä hemmottelua. (Carbaugh 2009.) Puheella on suomalaisessa kulttuurissa lähinnä informatiivinen merkitys (Sallinen-Kuparinen 1986), kun taas esimerkiksi Amerikassa puheen merkitys ei ole niinkään tiedon ja sanoman välittäminen vaan hiljaisuuden välttäminen (Lehtonen & Sajavaara 1987, 199).

Suomalaisten hiljaisuuden on katsottu lähtevän suhteesta esiintymiseen, itseen esiintyjänä ja esiintymistilanteeseen sekä jossain määrin arkuudesta ja pelosta viestintää kohtaan (Sallinen-Kuparinen 1986, 26). Tietoa suomalaisten suhtautumisesta julkisia puhetilanteita kohtaan on saatu tutkimalla esimerkiksi suomalaisten viestintähalukkuutta ja -arkuutta (ks. esim. Sallinen-Kuparinen 1986, Sallinen-Kuparinen, McCroskey & Richmond 1991, Pörhölä 1995; 1997, Almonkari 2000; 2007). Verrattaessa muihin kulttuureihin suomalaisten on havaittu olevan vähemmän viestintähalukkaita, mutta ei kuitenkaan viestintäarempia. Perinteisesti suomalaiset ovat suhtautuneet itseensä viestijänä melko negatiivisesti, mutta kansainvälisessä vertailussa eivät ole arvioineet vuorovaikutustaitojaan negatiivisemmin kuin muutkaan. Poikkeuksena ovat esiintymistaidot, jotka suomalaiset ovat arvioineet kohdallaan kielteisemmin kuin esimerkiksi amerikkalaiset ja ruotsalaiset. (Sallinen-Kuparinen et al. 1991, Pörhölä 1997.)

Suhtautuminen omiin esiintymistaitoihin heijastuu varmasti siitä, miten esiintymiseen suomalaisessa kulttuurissa suhtaudutaan: yksilöesiintyminen koetaan Suomessa kaikkein vaativimpana vuorovaikutustilanteena (Sallinen-Kuparinen 1986). Esimerkiksi Almonkarin (2007) tutkimus korkeakouluopiskelijoiden opintojensa eri puheviestintäti-

lanteissa kokemastaan jännityksestä osoittaa, että jännitystä aiheuttivat nimenomaan yksilöesiintymistä vaativat tilanteet kuten omien töiden seminaariesittelyt.

Koska esiintyminen koetaan niin vaativana tilanteena, ovat myös esiintyjään kohdistetut odotukset suomalaisessa kulttuurissa korkeat (Sallinen-Kuparinen 1986, Pörhölä 1997, Almonkari 2000). Suomalaiset ovat huolissaan puheprosessista, puheen sujuvuudesta ja oikeakielisyydestä, eli huoli esiintymistilanteissa on kiteytynyt pääasiassa puheen sujuvuuteen ja ilmaisutapaan liittyviin ominaisuuksiin (Sallinen-Kuparinen 1986). Kaiken taustalla on ajatus siitä, minkälaisen kuvan puhuja itsestään esiintyjänä antaa. Hyvänä esiintyjänä on pidetty sellaista henkilöä, joka pystyy esiintymään virheettömästi (Sallinen-Kuparinen 1986). Koska puheella on meillä informatiivinen merkitys ja puhetilanteet nähdään pitkälti asiakeskeisinä, odotetaan esiintyjältä myös asiallista käyttäytymistä. Tämä näkyy hyvin myös tv-esiintymisen tutkimuksessa. Isotaluksen (1996) tutkimuksen mukaan hyvä tv-esiintyjä on paitsi ammattitaitoinen ja asiantunteva myös informatiivinen.

Uusinta tutkimusta suomalaisten käsityksistä hyvästä esiintyjästä löytyy Valkosen (2003) tutkimuksesta, jossa lukiolaiset arvioivat omia esiintymis- ja ryhmätyöaitojaan. Esiintyjässä lukiolaiset arvostivat etenkin asiakeskeisyyttä ja kuuntelijakeskeisyyttä, puhujan asiantuntemusta sekä kykyä saada kuuntelijat mukaan. Tuloksista on havaittavissa myös vahva ilmaisutavan ja sujuvuuden arvostus. Nuoret pitivät tärkeänä myös esiintyjän hauskaa ja humoristista esiintymistä. Näiden lisäksi lukiolaiset mainitsivat hyvän esiintyjän tuntomerkitseksi persoonallisuuden.

Omat esiintymistaitonsa lukiolaiset arvioivat varsin hyväksi. Parhaiten he kokivat hallitsevansa sanoman sisältöön ja ilmaisutapaan sekä kohdentamiseen ja kontaktiin liittyvät taidot. Huolimatta tästä lukiolaiset kommentoivat esiintymistään negatiivisesti ja vastauksissa näkyi vaatimus saavuttaa virheetön ja sujuva ilmaisu. Esiintymisjännitys mainittiin lukiolaisten vastauksissa usein, ja etenkin huoli sen välittymisestä yleisölle. Edellä mainitun lisäksi lukiolaiset arvelivat ryhmätyöaitonsa esiintymistaitojaan vahvemmiksi. (Valkonen 2003.) Vaikka suomalaisen uuden sukupolven voidaan sanoa kokevan itsensä vähintäänkin kohtalaiseksi esiintyjäksi, näyttää esiintymistilanne suomalaisessa puhekulttuurissa edelleen vaativana viestintätilanteena, jossa tulisi pystyä

esiintymään virheettömästi ja mahdollisimman sujuvasti. Huoli siitä, että muut näkevät oman epävarmuuden ja jännittämisen elää yhä.

Pörhölä (1997) on pohtinut syitä sille, miksi suomalaiset kokevat esiintymisen niin kuin kokevat, ja yhdeksi syyksi hän mainitsee viestinnän opetuksen rooliin kouluissa ja etenkin suullisen viestinnän osuuden viestintäopetuksen sisällä. Pörhölä (1997, 370- 380) toteaa, että suomalaisessa koulusysteemissä kirjoittamisella on vahvemmat perinteet kuin suullisella viestinnällä. Hän sanoo, että jopa korkeakoulutasolla on vaikea löytää riittävästi mahdollisuuksia oman suullisen viestinnän ja esiintymisen kehittämiseen.

Suomalainen suullinen viestintä on painottunut myös kaunopuheisuuteen (elokuutio) ja esittävään taiteeseen, näyttämötaiteeseen (performance arts) enemmän kuin esiintymiseen (Pörhölä 1997, 370). Syy tälle löytyy 1800-luvun lopulla heränneestä kansanvaalistuksesta ja suomalaisuusliikkeestä, joiden pyrkimyksiä lausunta ja kaunopuheisuus mainiosti edustivat. Tuon ajan puhetaidon opettajat ja aiheesta kirjoittaneet eivät myös juurikaan tunteneet retoriikkaa. (Keskinen 1995, 8-9.) Suomalaisen suullisen viestinnän perintö on siis nojannut vahvasti puheen esteettisiin piirteisiin, mikä näkyy edelleen ainakin jonkin verran esiintymiseen ja esiintyjään kohdistetuissa odotuksissa.

Suomalainen kulttuuri asettaa esiintymiselle melkoisen haasteen. Kulttuurissamme puheella on informatiivinen merkitys ja turhan puhujaa pidetään hieman arveluttavana henkilönä. Esiintyminen nähdään vaativana tilanteena ja odotukset esiintyjää kohtaan ovat korkeat. Samaan aikaan, kuten luvussa 2.2.3. todettiin, kykyä esiintyä ja olla esillä arvostetaan ja jopa edellytetään. Voisi ajatella, että tällainen pohja loisi esiintymistä kohtaan valtavia paineita ja nostaisi kynnystä hakeutua esiintymistilanteisiin.

Siksi tosi-tv:n ja etenkin Big Brotherin suosio on mielenkiintoinen asia. Kertooko se jotain suomalaisten muuttuneesta suhtautumisesta esiintymistä kohtaan, että asettuminen television ja internetin välityksellä tapahtuvaan ympärivuorokautiseen tarkkailuun houkuttaa?

## 4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

### 4.1 Tutkimusongelma ja kysymyksenasettelu

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, minkälaisia ajatuksia Suomen Big Brotheriin osallistuneilla kilpailijoilla on esiintymisestä ja itsestään esiintyjinä. Tutkimuksessa selvitetään sitä, onko Big Brother -ohjelmassa kilpaileminen ohjelmaan osallistuneiden mielestä esiintymistä, kokivatko he ohjelman aikana olevansa esiintyjä ja mitä he ajattelevat itsestään esiintyjinä. Koska julkisuutta pidetään yhtenä keskeisenä motiivina Big Brotheriin osallistumiselle, halutaan tutkimuksessa tarkastella sitä, ovatko kilpailijoiden ajatukset esiintymisestä ja julkisuudesta yhteydessä toisiinsa.

Tutkimuksessa tarkastellaan myös sitä, poikkeavatko Big Brother -kilpailijoiden ajatukset ja käsitykset esiintymisestä ja itsestään esiintyjinä siitä, miten suomalaiset aikaisemmissa tutkimuksissa esiintymisestä ja itsestään esiintyjinä ovat ajatelleet. Tällä halutaan selvittää, voisiko halusta osallistua Big Brotheriin löytyä viitteitä esimerkiksi muutoksesta suomalaisessa puhekuulttuurissa. Tutkimuksessa halutaan selvittää myös sitä, voiko Big Brotherissa esiintymistä ylipäättään tarkastella puheviestinnällisenä esiintymisenä.

Tutkimusongelmaksi muodostui seuraavaa: mitä Big Brother -ohjelman kilpailijat ajattelevat esiintymisestä? Tutkimusongelmaa selvitetään kolmen tutkimuskysymyksen avulla, jotka olen jaotellut alemmas perusteluineen.

*K1 Minkälaisena esiintymisenä kilpailijat pitävät Big Brother -ohjelmassa kilpailemista?*

Ensimmäinen tutkimuskysymys etsii vastausta siihen, mitä esiintyminen kilpailijoille tarkoittaa ja minkälaisia määritelmiä he esiintymiselle antavat. Kysymyksellä halutaan selvittää, onko Big Brotherissa kilpaileminen kilpailijoiden mielestään esiintymistä, ja jos, niin mikä siitä tekee esiintymistä. Ovatko kilpailijoiden ajatukset esiintymisestä samansuuntaisia kuin ajatukset julkisuudesta ja näkyvyydestä eli onko esiintyminen heidän mielestään esimerkiksi Roscoen (2001) mainitsemaa katseiden kohteena olemis-

ta ja näkyvyyttä. Kysymyksellä halutaan etsiä vastausta myös siihen, onko kilpailijoiden motiivina ohjelmaan osallistumisessa ollut pääsy julkisuuteen

*K2 Ovatko kilpailijat tietoisesti pyrkineet vaikuttamaan esiintymiseensä ja itsestään syntyviin mielikuviin?*

Yleisön tiedostaminen liittyy olennaisesti esiintymiseen. Tv-esiintyjä on esiintyessään tietoinen paitsi yleisöstä myös ohjelman tekemiseen liittyvästä tekniikasta. K2 tarkastelee sitä, ovatko kilpailijat tiedostaneet talossa olevat kamerat ja oman roolinsa esiintyjänä. Ohjelmassa kilpailijat keskustelevat usein siitä, miten nopeasti ja helposti kameroiden olemassaolon unohtaa. Tähän viittaisi myös se, että kerran viikossa lähetettävään suoraan lähetykseen kilpailijat valmistautuvat esimerkiksi meikkaamalla ja pukeutumalla huolellisemmin kuin tavallisina päivinä.

Toisaalta kilpailijat saattavat miettiä, miltä jokin asia on näyttänyt katsojista. Kysymyksen tarkoituksena on selvittää myös sitä, ovatko kilpailijat tietoisesti yrittäneet vaikuttaa itsestään syntyviin mielikuviin. Kysymys tarkastelee myös sitä, ovatko kilpailija tietoisesti tehneet joitakin sellaisia asioita tai puhuneet sellaisista asioista joiden he uskovat katsojia kiinnostavan tai heidän jopa odottavan.

*K3 Miten kilpailijat suhtautuvat esiintymiseen ja minkälaisina esiintyjinä he pitävät itseään?*

Suomalaiset ovat perinteisesti kokeneet esiintymistilanteet haastavina ja erityisinä vuorovaikutustilanteina (Sallinen-Kuparinen 1986, Sallinen-Kuparinen et al. 1991, Pörhölä 1997, Almonkari 2000). Kuten suhde esiintymiseen, suomalaisten suhde itseensä esiintyjänä on myös ollut melko kielteinen. Esiintyjälle asetetut vaatimukset ja odotukset ovat olleet korkeat. Valkosen (2003) tutkimuksessa nuoret arvioivat itsensä kuitenkin varsin hyväksi esiintyjiksi.

Kolmannella tutkimuskysymyksellä halutaan selvittää Big Brother -kilpailijoiden suhtautumista esiintymiseen ja itseensä esiintyjinä. Kysymyksellä halutaan verrata Big Brother -kilpailijoiden ajatuksia esiintymisestä sekä hyvästä esiintyjästä ja itsestään esiintyjänä aikaisempiin tutkimuksiin suomalaisten vastaavista ajatuksista. Tällä halutaan selvittää, voisiko olla nähtävissä, että suomalaiset ovat alkaneet suhtautua esiintymiseen ja itseensä esiintyjänä myönteisemmin kuin muutama vuosikymmen sitten. Toi-



saalta halutaan selvittää sitä, näkevätkö Big Brother -kilpailijat itsensä esimerkiksi erityisen myönteisesti esiintyjinä ja voiko myönteinen suhtautuminen esiintymiseen ja itseesi esiintyjänä olla yksi syy hakeutua Big Brotheriin.

## 4.2 Tutkimusmenetelmä

Puheviestinnän tutkimuksessa käytetään sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista tutkimusta. Tutkimuksen luonne ohjaa sitä, kumpi tarkastelutapa sopii siihen paremmin. Karkeasti sanottuna ero kvantitatiivisen ja kvalitatiivisen tutkimuksen välillä on siinä, että kvantitatiivinen tutkimus pyrkii selittämään, kvalitatiivinen ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä. Tässä tutkielmassa on tarkoitus yrittää ymmärtää tutkittavien ajatuksia ja heidän niille antamia merkityksiä, joten tutkimus on luonteeltaan kvalitatiivinen.

Tutkimuksen kannalta on tarkoituksenmukaista löytää sellainen tutkimusmenetelmä, jonka avulla saadaan parhaat vastaukset kysymyksiin. Tämän tutkielman tutkimuskysymykset perustuvat miten ja millainen -kysymyksiin, joihin on vaikea antaa valmiita vastausvaihtoehtoja. Kysymyksiin olisi vaikea etsiä vastauksia myös esimerkiksi havainnoimalla. Mielestäni parhaat vastaukset näihin kysymyksiin saadaan, kun tutkittavat itse voivat vapaasti kertoa tuntemuksistaan, ajatuksistaan ja kokemuksistaan. Siksi olen valinnut tutkimusmenetelmäksi haastattelun.

Haastattelu on käsitteisiin, merkitykseen ja kieleen perustuva sosiaalinen vuorovaikutustilanne (Hirsjärvi & Hurme 2000, 41). Kenties juuri edellä mainituista syistä sitä käytetään paljon viestinnän tutkimuksessa (Frey, Botan & Kreps 2000, 99-100). Haastattelun käsite on lähellä jutteleminen tai keskustelun käsitteitä, ja haastattelua kutsutaankin keskusteluksi, jolla on ennalta päätetty tarkoitus. Haastattelu eroaa keskustelusta kuitenkin juuri informaation keräämiseen tähtäävän ominaisuutensa sekä päämäärähäkkisyytensä vuoksi. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 42.) Haastattelussa tutkijalla ja haastateltavalla on arkikeskusteluun nähden myös omat erityiset ja eriävät roolinsa: tutkija on tietämätön osapuoli ja tieto tulee haastateltavalta. Tutkijan vastuulla on keskustelun aloittaminen sekä sen ohjaaminen. (Ruusuvuori & Tiittula 2005, 22.)

Haastattelun etu on siinä, että siinä pystytään säätämään aineiston keruuta joustavasti tilanteen edellyttämällä tavalla, vastaajat huomioon ottaen. Aiheiden järjestystä on mahdollista vaihdella ja vastausten tulkinassa on enemmän mahdollisuuksia kuin esimerkiksi postikyselyssä. Haastattelu näkee ihmisen tutkimustilanteen subjektina, aktiivisena ja merkityksiä luovana osapuolena. Haastattelu on paikallaan silloin, kun on tarkoitus tutkia aihealuetta, jota on tutkittu toistaiseksi vähän. Haastattelun aikana on mahdollista esittää syventäviä kysymyksiä, mikä lisää ymmärtämystä haastattelijan ja haastateltavan välillä. (Frey et al. 2000, 103; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 194-195.)

Näen kysymysten syventämismahdollisuuden hyvin tärkeänä tutkimukseni kannalta, sillä on tärkeää, että tutkittavat ymmärtävät mitä kysymyksilläni tarkoitan ja toisaalta minun on tarpeen vaatiessa mahdollista kysyä, mitä tutkittava on vastauksellaan tarkoittanut. Vastaukset voivat siis synnyttää uusia kysymyksiä, jotka syventävät edellä esitettyjä kysymyksiä ja virhetulkintojen määrä vähenee. Kuten johdannossa jo sanoin, käsiini ei ole myöskään sattunut yhtään tutkimusta, jossa tätä samaa aihetta olisi tutkittu tästä näkökulmasta. Siinäkin mielessä haastattelu sopii tutkimusmenetelmäksi.

Haastattelun haittapuolia on muun muassa sen aikaa vievyys. Haastattelu voi sisältää myös monia virhelähteitä, jotka johtuvat haastattelijasta, haastateltavasta tai itse tilanteesta. Haastattelun luotettavuutta heikentää se, että ihmisillä on taipumus antaa vastauksia, jotka ovat sosiaalisesti suotavia. (Hirsjärvi et al. 2000 196.) Yksi haastattelun huonoista puolista on lisäksi se, että siinä ei haastateltaville voida taata samanlaista anonyymiutta kuin esimerkiksi lomakekyselyssä (Hirsjärvi & Hurme 2000, 36). Tutkimuksen osuessa henkilökohtaiselle alueelle tutkittavat ovat tavallista tarkempia anonyymiydestään, mikä on tutkimuksessani otettava erityisen hyvin huomioon.

Se, kuinka pystyn takaamaan tutkittavien anonymiteetin huolestutti minua etukäteen jonkin verran. Haastatteluni rajoittuu melko marginaaliseen joukkoon. Suomessa on esitetty Big Brotheria vasta neljän tuotantokauden verran, joten kilpailijoiden, toisin sanoen tutkittavien, määrä on hyvin rajallinen. Tietoisuus tästä saattaa vaikuttaa halukkuuteen osallistua tutkimukseen. Epäilin myös ohjelman saaman negatiivisen julkisuuden ja osallistujien leimaamisen pelkästään julkisuuden tavoittelijoiksi vaikuttavan halukkuuteen. Suomalainen kulttuuri kannustaa myös vaatimattomuuteen, joten kovin harva ihminen aivan suoraan, kasvotusten esimerkiksi myöntää tahtovansa julkisuuteen.

Vaikka haastattelu joiltain osin epäilyttää aiheeni tutkimusmenetelmänä, on se avulla kuitenkin mahdollisuus saada parhaat vastaukset tutkimuskysymyksiin. Vastaukset saavat enemmän syvyyttä, kun tutkittavilla on mahdollisuus vapaasti kuvailla tuntemuksiaan. Ihmisten erilaiset merkitykset eri asioille ja niiden merkitysten selvittäminen on mielenkiintoista aiheeni kannalta. Valmiiksi annetut vastausvaihtoehdot esimerkiksi lomakekyselyssä voisivat rajata tutkittavien mielikuvia ja mielipiteitä vaikkapa esiintymisestä. Haastattelussa ollaan myös kokonaisvaltaisessa vuorovaikutustilanteessa, jolloin tutkimusaineistoa eivät ole vain sanat, vaan myös se, miten jokin sanotaan ja millaisin nonverbaalisin keinoin (Tuomi & Sarajärvi 2002, 76).

Haastattelumenetelmäksi valitsin teemahaastattelun. Sen etuna on se, että kysymyksiä ei tarvitse laatia sanasta sanaan, eivätkä kysymykset ole tietyssä järjestyksessä, vaan haastattelutilanteessa keskustellaan etukäteen valituista teemoista (Hirsjärvi & Hurme 2000, 48). Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelu, joka on lähellä syvähaastattelua. Teemahaastattelussa edetään tiettyjen keskeisten etukäteen valittujen teemojen ja niihin liittyvien tarkentavien kysymysten mukaan. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 77.) Haastattelussani käytin teemahaastattelurunkoa (liite 1).

Teemoja tutkimuksessani ovat tutkimuskysymysten esille nostamat asiat, joista muodostui kolme teema-aluetta: esiintyminen ja sen käsitteet, tietoisuus omasta toiminnasta ja vaikutelmien hallinta sekä julkisuus. Teemahaastattelu on mielestäni siksikin sopiva vaihtoehto, että se antaa Hirsjärven ja Hurmeen (2000, 48) sanoin tilaa tutkittavalle ja hänen antamilleen merkityksille asiasta, ja sitä pidän tässä tutkimuksessa tärkeänä. Haastattelumuodoksi valitsin yksilöhaastattelun aiheen henkilökohtaisuuden vuoksi.

### **4.3 Tutkimuksen kohdejoukko ja aineiston kerääminen**

Tutkimuksen kohdejoukkoa olivat Suomen Big Brother -ohjelman kahden ensimmäisen tuotantokauden kilpailijat. Ensimmäisellä tuotantokaudella kilpailijoita oli 12 ja toisella kaudella 18. Mahdollisia haastateltavia oli yhteensä siis kolmekymmentä. Heistä kymmenen osallistui tutkimukseen. Mahdollisten haastateltavien pienen lukumäärän sekä

heidän vaikean tavoitettavuutensa takia ennen varsinaista tutkimusta ei suoritettu esihaastatteluja. Haastattelukysymyksiä testattiin kuitenkin sellaisilla henkilöillä, jotka eivät liittyneet tutkimukseen millään tavalla. Kysymyksiä paranneltiin heiltä saadun palautteen perusteella.

Haastateltavia lähestyttiin pääasiassa sähköpostitse (liite 2). Suomen Big Brother kuuluu televisiokanava Subtv:n ohjelmistoon, joten pyysin apua kanavalta kilpailijoiden tavoittamiseen. Subtv:n tiedottaja välitti haastattelupyyntöni kaikille ensimmäisellä ja toisella kaudella kilpailleille henkilöille. Näin kilpailijoilla oli mahdollisuus ottaa minuun halutessaan yhteyttä. Tämän lisäksi kilpailijoiden yhteystietojen etsimiseen käytettiin internetin Google-hakuohjelmaa. Otin itse yhteyttä sähköpostilla ja puhelimella vielä sitä kautta löytyneisiin kilpailijoihin.

Haastateltavista suurin osa asui eteläisessä Suomessa. Iältään he olivat 20 - 40 -vuotiaita. Haastateltavista puolet oli miehiä ja puolet naisia. Sosioekonomiselta taustaltaan haastatellut kuuluivat niin sanottuun keskiluokkaan. Monet haastatelluista työskentelivät asiakaspalvelutehtävissä. Suurin osa haastatelluista oli toisen kauden kilpailijoita. Tässä tutkimuksessa ei toisaalta oltu ensisijaisesti kiinnostuneita haastateltavien sukupuolten välisistä eroista tai yhtäläisyyksistä eikä ensimmäisen ja toisen kauden kilpailijoiden välisistä eroista.

Tutkimusaineisto kerättiin haastattelemalla teemahaastattelurungon mukaisesti. Haastattelut tehtiin helmikuusta toukokuuhun ulottuneella jaksolla vuonna 2007. Haastatteluja tehtiin kahvilassa, haastateltavien kotona sekä työpaikalla. Haastattelut nauhoitettiin kokonaisuudessaan. Lähettämissäni sähköpostiviesteissä ja käymissäni puhelinkeskusteluissa selvitin haastateltaville tutkielman tarkoituksen ja sen, mihin tuloksia tullaan käyttämään. Haastattelujen alussa kertosin vielä kyseiset asiat.

Kerroin haastateltaville myös tutkimuksen tekemiseen liittyvistä eettisistä periaatteista, kuten siitä, että kukaan muu kuin minä ei pääse kuulemaan nauhoitettuja haastatteluja tai lukemaan litterointeja ja että nauhat tullaan säilyttämään huolellisesti tutkimuksen jälkeenkin. Niin ikään kerroin, että missään vaiheessa tutkimusta heistä ei tulla käyttämään heidän omia nimiään. Aineisto on tutkimuksen tekemisen jälkeen säilytetty huolellisesti.

Kutsun tässä tutkimuksessa haastateltavia kilpailijoiksi, koska Big Brother -ohjelma on rakentunut kilpailun ympärille. Tulososiossa kilpailijoista käyttämäni koodi muodostuu kirjaimesta K (niin kuin kilpailija) ja sen perässä numeroista 1-10 (haastateltujen lukumäärän mukaan). Numerot haastatelluille on annettu sattumanvaraisessa järjestyksessä.

#### **4.4 Tulosten analysointi**

Eskola ja Suoranta (1998, 137) sanovat, että laadullisen tutkimuksen aineiston analyysin tarkoitus on luoda aineistoon selkeyttä ja siten tuottaa uutta tietoa tutkittavasta asiasta. Analyysin avulla on siis tarkoitus saattaa hajanainen aineisto selkeään ja ymmärrettävään muotoon. Tulosten analysointiin ei ole mitään yleispätevää sääntöä, vaan valinta analyysimenetelmien välillä tapahtuu sen mukaan, mikä tapa tuo parhaan vastauksen tutkimusongelmaan. Laadullisessa tutkimuksessa on lisäksi tavallista, että aineiston keräämistä ja analyysiä tehdään osittain samanaikaisesti. Jonkinlaisena ohjeena analyysin tekemiseen voi kuitenkin pitää sitä, että se on aloitettava mahdollisimman pian aineiston keräämisen tai kenttävaiheen jälkeen. (Hirsjärvi et al. 2000, 211-213.)

Tämän tutkimuksen kohdalla aineiston analysointi ja kerääminen tapahtuivat lomittain. Jo haastatteluvaiheessa kirjattiin ylös tärkeitä asioita myöhempää analyysia varten. Haastattelumateriaaliin pyrittiin palaamaan mahdollisimman pian haastattelun tekemisen jälkeen, mutta jossain vaiheessa haastatteluja tehtiin niin tiiviisti, että niiden purkamisenkin hieman kasautui.

Aineiston analyysi on mahdollisuus aloittaa purkamalla se muun muassa litteroimalla tai jakamalla teema-alueittain. Jako teema-alueisiin on erityisesti teemahaastattelulle sopiva menetelmä, varsinkin jos huomataan, ettei aineiston tarkalle purkamiselle ole tarvetta. (Hirsjärvi & Hurme 141-142.) Tässä tutkimuksessa aineiston analysointi aloitettiin litteroimalla koko haastattelumateriaali. Materiaali litteroitiin tarkasti ja huomiota kiinnitettiin myös siihen, miten haastateltava oli jonkin asian ilmaissut. Litteroitu materiaali jaettiin myöhemmin teema-alueisiin.

Analyysivaihe voi olla laadullisen tutkimuksen vaikein kohta. Vaikeinta analyysissa on etenkin tulkintojen tekeminen, koska siihen ei ole olemassa minkäänlaisia muodollisia ohjeita. Paljon on kiinni tutkijasta ja hänen ajatus- ja kokemusmaailmastaan miten hän tuloksia analysoi. (Eskola & Suoranta 1998, 145) Hämmennystä saattaa aiheuttaa myös se, että laadullisessa aineistossa on paljon sellaisia mielenkiintoisia asioita, joita tutkija ei ole osannut edes ajatella. Kaikista asioista ei kuitenkaan voi raportoida vaan aineistoa täytyy rajata. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 94.)

Edellä mainitun mielenkiintoisen aineiston runsaus ja sen rajaaminen osoittautuivat haasteeksi tämän tutkimuksen kohdalla. Se johtui osittain siitä, että haastateltavat puhuivat runsaasti. Osallistuminen Big Brotheriin sekä muihin kilpailijoihin liittyvät ajatukset herättivät joissakin haastateltavissa voimakkaita tunteita. Tästä johtuen haastattelumateriaalissa oli paljon sellaistaakin aineistoa, joka ei suoranaisesti liittynyt tutkimukseen. Kyseinen aineisto oli kuitenkin käytävä läpi huolellisesti, sillä sieltäkin löytyi tutkimuskysymyksiin liittyviä vastauksia.

Tutkimuksen analyysimenetelmänä käytettiin laadullista sisällönanalyysia. Sisällönanalyysi valittiin siksi, että sen avulla saatiin parhaiten tuloksia siitä, mistä haluttiin tietää; haastateltujen ajatuksista ja kokemuksista esiintymisestä. Tuomi ja Sarajärvi (2002, 93) kommentoivat sisällönanalyysin luonnetta sanomalla, että sitä voi pitää paitsi yksittäisenä metodina myös väljänä teoreettisena kehyksenä, joka taas voidaan liittää erilaisiin analyysikokonaisuuksiin. Tässä tutkimuksessa sisällönanalyysia käytettiin yksittäisenä metodina.

Sisällönanalyysi voi olla luonteeltaan joko aineistolähtöistä, teoriasidonnaista tai teorialähtöistä. Aineistolähtöisessä sisällönanalyysissa tutkimusaineistosta pyritään rakentamaan teoreettinen kokonaisuus, jolloin aineisto ohjaa analyysia. Teoriasidonnaisessa analyysissa on tietynlaisia teoreettisia kytkentöjä, ja teoria toimii apuna analyysin tekemisessä mutta aikaisemmalla tiedolla ei ole kuitenkaan teoriaa testaavaa merkitystä. Teorialähtöinen sisällönanalyysi on esitellyistä analyysivaihtoehtoista eniten kiinni teoriassa. Se nojaa johonkin tiettyyn malliin tai teoriaan, joka ohjaa aineiston analyysia vahvasti. Teorialähtöistä analyysia käytetään paljon etenkin luonnontieteellisessä tutkimuksessa. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 99.) Tässä tutkimuksessa käytettiin teoriasidonnaista analyysia, koska se perustui aikaisemmalle tutkimukselle aiheesta, mutta sen tar-

koituksena ei ollut testata mitään yksittäistä teoriaa tai mallia. Tällöin tutkimus oli myös yksittäisestä yleiseen liikkuvaa eli induktiivista.

Tämän tutkimuksen analysointi aloitettiin aineiston kokonaiskuvaan tutustumisen jälkeen jakamalla se haastattelussa käytettyjen teemojen alle. Sen jälkeen aineistoa pilkottiin ja analysoitiin luokittelun, teemoittelun ja tyypittelyn avulla. Ne ovat Tuomen & Sarajärven (2002, 95) mukaan tyypillisiä keinoja selkeyttää laadullisen tutkimuksen aineistoa. Luokittelu on yksinkertaisin keino, jossa alkeellisimmillaan lasketaan, monta kertaa jokin asia esiintyy aineistossa. Teemoittelussa painottuu se, mitä kustakin aiheesta on sanottu. Tyypittelyssä aineisto taas ryhmitellään tietyiksi tyypeiksi. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 95.)

Aineistosta pyrittiin etsimään yhteneväisyyksiä ja eroja, mutta varsinaisena päämääränä oli alakategorioiden tai ryhmien löytäminen ja niiden muodostuminen yhä suuremmiksi kategorioiksi tai teemoiksi. Lopuksi alakategorioista löytyneistä yläkategorioista tehtiin lopullinen käsitteiden muodostaminen. Analyysin apuna käytettiin Tuomen ja Sarajärven (2002, 111) aineistolähtöisen sisällönanalyysin etenemisen mallia.

## 5 TUTKIMUSTULOKSET

### 5.1 Big Brother esiintymisen näkökulmasta

#### 5.1.1 Esiintymisen kokeminen

Esiintyminen miellettiin sellaiseksi toiminnaksi tai tilaksi, jossa ihminen ei voi olla täysin oma itsensä. Keskeinen tekijä esiintymisen määrittelyssä oli roolin käsite. Esiintymisestä puhuttiin puhtaasti näyttelijän tai laulajan ammattina, jota tietynlaiset ennalta annetut tekijät ohjaavat. Tällöin esiintymiseen liitettiin näyttämötaiteelle ominaisia piirteitä kuten iso lava, ”estradi”, valmiit vuorosanat ja käsikirjoituksen mukaan toimiminen.

”Oikea käsikirjoitus, oot oikeasti lavalla näyttelemässä tai laulamassa, opettelet vuorosanat ja teet kaiken tietyllä tapaa”. K4

”Esiintyminen on sitä et vedetään päälle tietyt vaatteet ja tietynlaiset meikit miellyttääkseen jotain yleisöä joka nähdään siellä edessä. Käyttäydytään niin ettet sä välttämättä esiintyessä pysty olemaan oma ittes”. K2

Rooli tai jonkin asteinen näytteleminen olivat kilpailijoiden mielestä mukana myös arkielämän erilaisissa sosiaalisissa tilanteissa. Tällöin rooli nähtiin itsensä esittämisenä. Kolme kilpailijaa totesi monen sosiaalisen tilanteen olevan loppujen lopuksi esiintymistä, sillä erilaisissa sosiaalisissa tilanteissa ihmisen tulee yrittää esittää itseään ja pareminkin kuin todellisuudessa on. Tällaisia tilanteita olivat esimerkiksi työhaastattelut. Muiksi arjen esiintymistilanteiksi mainittiin esimerkiksi opettaminen ja työhön kuuluviin esitelmien pitäminen. Muutaman kilpailijan mukaan esiintyminen alkoi jo siitä, että ihminen astuu kotiovesta kadulle.

”Et kyllähän tää elämä on mun mielestä ollu yhtä näyttelemistä. Jos mä kotona oon, niin emmä nyt varmaan siellä koko ajan äänessä oo, kekkuloi siellä, tee kärrynpyöriä ja voltteja, mut sit kun mä lähen ovesta ulos ja kadulle ni mä säädän, et kyllä jos mä vaikka kompastun, niin kyllä mä sen hoidan sillä tavalla et se on kaikin puolin hauska. Et mä voi vaikka jäädä siihe punnerteleen ja naureskeleen asialle”. K6

Koti ja läheisten kanssa oleminen rajattiin vahvasti esiintymistilanteiden ulkopuolelle. Erona muihin sosiaalisiin tilanteisiin pidettiin sitä, että läheisten kanssa voi olla aidosti sitä mitä on.



”[---] Ehkä ne tosiystävyydet juontuu siihen, et niille sä voit olla oma ittes”. K3

Esiintymiselle ominaisina asioina pidettiin yleisön olemassaoloa ja tietoisuutta omasta toiminnasta. Tietoisuus omasta toiminnasta ilmeni kilpailijoiden mukaan esimerkiksi harkintana sanoissa ja teoissa. Edellisten lisäksi esiintymiseen liitettiin pyrkimys vuorovaikutukseen. Tällä kilpailijat tarkoittivat sekä esiintyjien, esimerkiksi näyttämöllä olevien näyttelijöiden välillä tapahtuvaa vuorovaikutusta että vuorovaikutusta esiintyjän ja yleisön välillä.

Mielipiteet siitä, oliko Big Brother -ohjelmassa kilpaileminen ollut esiintymistä, olivat moninaisia. Osa haastatelluista oli pitänyt ohjelmaan osallistumista selvästi esiintymisenä mutta valtaosa oli kokenut sen joksikin muuksi kuin esiintymiseksi.

Haastateltavat, joiden mielestä ohjelmaan osallistuminen oli ollut esiintymistä, perustelivat kantaansa roolin tai eräänlaisen itsensä esittämisen kautta.

”BB on esiintymistä. Siinä on kaikki näytelmän ainekset, esirippu vaan ei koskaan laske. Sä voit esittää joko ittees tai sit kuka sä haluisit olla”. K9

Eräs haastatelluista kertoi olevansa jo perusluonteeltaan show-henkinen, joten hänelle oli ollut luonteenomaista omaksua ohjelmassakin tietynlainen viihdyttäjän rooli. Hän kertoi ”heittäneensä hyvää läppää” ja ”lisänneensä vähän vettä myllyyn” arvellessaan katsojienkin nauttivan sellaisen seuraamisesta.

Jonkinlaista roolia perusteltiin myös ympäriryöiden asioiden puhumisella ja itsensä kontrolloimisella, joiden taas puolestaan epäiltiin olleen sidoksissa siihen, että osa kilpailijoista oli lähtenyt ohjelmaan mukaan kilpailuhenkisellä asenteella.

”Hirveen harva anto itsestään oikeesti mitään. Et sieltä puuttu mun mielestä täysin sellaiset syvälliset keskustelut. Ja ethän sä pysty koko ajan roolia pitämään päällä, mut et sä pidät periaatteessa sen sun sisimmän kiinni, tai avaat sitä ihan pikkasen just sen takia et saisit vähän lisää ääniä. Et kyllä se mun mielestä on esiintymistä”. K3

Hieman toisenlainen näkökulma rooliin oli niillä haastatelluilla, jotka totesivat ohjelman olleen esiintymistä niiltä osin, jolloin viikkotehtävänä oli ollut joku esiintymistehtävä ja jokaiselle kilpailijalle oli annettu tietty rooli. Kyseiset haastatellut eivät puhuneet roolis-

ta missään vaiheessa itsensä esittämisenä vaan selkeästi jonain toisena ihmisenä tai olentona olemisena, leikkinä.

Yksi haastatelluista sanoi ohjelmassa kilpailemisen olleen esiintymistä, mikäli kilpailija oli tiedostanut ohjelman idean ja sen muodostamat puitteet.

”On se esiintymistä. Kun sä kävelet vapaaehtoisesti isoon laatikkoon jossa on monta sataa kameraa, kun tietää formaatin ja homman idean, se on esiintymistä”. K10

Suurin osa haastatelluista sanoi kokeneensa Big Brother -ohjelmassa kilpailemisen jonain muuna kuin esiintymisenä. Heidän kohdallaan kyse oli siitä, että he eivät olleet tulkinneet ohjelmaa esiintymistilanteeksi, ja heidän motiivinsa ohjelmaan osallistumiseen olivat olleet muualla kuin esiintymisessä.

”Mä tunsin formaatin ja periaatteessa tiesin että esiintyy siellä. Mut ku mä en hakenu sinne siks et pääsisin esiintymään. Kun sä olit siellä talossa niin et sä siellä esiintyny, sä menit sinne”. K7

Useat haastatellut puhuivatkin ohjelmasta ja siellä olemisesta tavallisena elämänä. Eräs haastateltu sanoi, että hänen mielestään ohjelman idea ei edes ollut siinä, että ihmiset yrittivät esiintyä, vaan siinä, että kaikki yrittivät sopeutua kyseiseen yhteisöön ja yhteisiin toimintatapoihin. Hän totesi tosin, että jotkut muut kilpailijat olivat ajatelleet ohjelman luonteesta eri tavalla, mikä oli saattanut vaikuttaa heidän suosionsa katsojien keskuudessa.

”Mä en niinku koe sitä esiintymisenä mut kyllähän se jälkikäteen ajateltuna on niin, et yleisö on tykänny eniten sellasista tyypeistä jotka siellä niinku esiintyy”. K1

Myös yleisökontaktin puute koettiin tekijäksi, joka oli erottanut ohjelmassa kilpailemisen esiintymisestä. Kolme kilpailijaa sanoi ohjelman olleen esiintymistä vain sunnuntaisin suorissa lähetyksissä, jolloin juontaja oli esittänyt heille kysymyksiä ja yleisön reaktiot vastauksiin oli saattanut kuulla. Samoin he olivat kokeneet esiintyneensä silloin, kun he tulivat talosta pois ja yleisön eteen haastateltaviksi.

Big Brother -ohjelmassa kilpailemista ei pidetty esiintymisenä myöskään siksi, että haastatellut eivät olleet kokeneet pystyneensä itse vaikuttamaan siihen, minkälaisen kuvan katsojat heistä saivat. Kaksi haastateltua totesi tuotantoyhtiön suunnittelevan jo

etukäteen tarkkaan, minkälainen rooli kullekin kilpailijalle annetaan, ja leikkaavan päivittäisen, tunnin mittaisen koosteen sitten tuon suunnitelman pohjalta.

”[---]Et ehkä me oltiin siellä enemmän tavallaan nukkeja, marionetteja”. K4

### 5.1.2 Kameroiden ja yleisön tiedostaminen

Big Brother -kilpailuun liittyvät puitteet ja kilpailun erikoispiirteet olivat olleet kaikille haastateltaville selvä asia ennen Big Brother -taloon menoa ja siellä ollessa. Haastateltavat olivat tiedonneet, että kyseessä oli televisio-ohjelma, jonka tekemiseen kuului tietynlaista tekniikkaa, kuten kameroita. Ohjelmaan liittyvä ympärivuorokautinen seurattavuus oli ollut haastateltaville myös selvää. Kaikki haastatellut sanoivat olleensa tietoisia siitä, että heidän elämästään lähetetään suoraa kuvaa internetin välityksellä yötä päivää koko kilpailun ajan. Moni haastateltava oli myös itse seurannut Big Brotheria, joten he olivat arvelleet, että heidänkin ohjelmallaan olisi todennäköisesti katsojia.

Kameroiden ja yleisön selkeä tiedostaminen rajoittui kuitenkin aikaan ennen ohjelman alkamista. Kuvaillessaan Big Brother -talossa viettämäänsä aikaa haastatellut erottelivat tietämisen ja tiedostamisen käsitteet. Haastatellut sanoivat *tienneensä*, että talossa oli kameroita, mutta eivät olleet *tiedostaneet niitä jatkuvasti*. Samoin oli käynyt yleisön tiedostamisen kanssa; olin tiedetty, että jossain oli yleisö, jota varten ohjelmaa tehtiin, mutta yleisöä ei oltu ajateltu kaiken aikaa aktiivisesti.

Kameroiden tiedostaminen oli ollut helpompaa kuin yleisön. Kameroiden tiedostamiseen oli vaikuttanut se, että monet niistä olivat näkyvällä paikalla talossa. Eräs haastateltava totesi, että ”eihän sitä möhkälettä katossa voi olla huomaamatta”. Useampikin haastateltava sanoi kameroiden pitäneen myös ääntä liikkeessaan. Monella haastatellulla tietoisuus ”pelin hengestä” eli siitä, että kamerat olivat osa formaattia, oli auttanut niiden tiedostamista.

Kamerat oli tiedostettu etenkin yksin ollessa, jolloin kaikki kyseisessä tilassa olevat kamerat olivat kohdistuneet yhteen ihmiseen. Kamerat oli tiedostettu myös etenkin intiimeissä tai herkissä tilanteissa, kuten vaatteita vaihtaessa, vessassa ja suihkussa käy-

dessä sekä silloin kun itsellä oli paha mieli. Yksi haastateltava sanoi tiedostaneensa kamerat myös sellaisissa tilanteissa, kun joku oli sekoillut humalassa tai oli tapahtunut jotain erikoista. Hän sanoi itselleen tulleen sellaisen olon, että kyseinen tilanne näytti ulospäin varmasti typerältä mutta mielenkiintoiselta.

Suurimmaksi syyksi kameroiden tiedostamattomuuteen haastatellut sanoivat tottumuksen. Kameroiden ääniin ja liikkeisiin tottui. Kameroihin tottuminen taas oli ollut suhteessa talossa vietettyyn aikaan; viikkojen kuluessa kameroihin tottui yhä enemmän. Muutamat haastatellut sanoivat myös yrittäneensä tietoisesti olla ajattelematta kameroita. Kameroiden sulkemista ajatuksista oli pidetty edellytyksenä sille, että talossa pystyi elämään normaalia elämää.

”Että se talossa eläminen ois, no eihän se koskaan oo normaalia, sehän on ihan täysin absurdi tilanne, sehän on sohvalta kauheen helppo sanoa kun sitä kattoo, et miks toi sano noin tai miks tolla oli tollanne ilme, mut jotta sä suht hyvin pystyisit elämään suht normaalia elämää, onhan se sekominenkin lähellä jos sä oikein niitä (kameroita) mietit” K3

Yleisön tiedostaminen ei ollut ollut yhtä selvää kuin kameroiden. Haastatelluista neljä sanoi tiedostaneensa yleisön olemassaolon ja loput sanoivat enemmänkin tienneensä kuin tiedostaneensa. Muutama haastateltu sanoi toisaalta myös, ettei ollut eräällä tavalla ollenkaan tiedostanut yleisöä tai sen olemassaoloa ja yhteyttä kilpailuun. Huolimatta siitä, että moni oli itse seurannut Big Brotheria, eivät he osanneet ajatella nyt itseään televisiintyjänä tai katseiden kohteena.

Yleisön tiedostaminen oli riippunut eniten mahdollisuudesta olla jonkinlaisessa kontaktissa yleisön kanssa. Yleisön tiedostamisen oli tehnyt hankalaksi se, ettei se ollut ollut kilpailijoiden kanssa konkreettisesti samassa tilassa. Eräs haastateltu tuumasi, että ”ei semmosta jota ei näe tai kuule voi tommosessa paikassa ees tiedostaa”. Yleisön tiedostaminen oli taas ollut vahvinta juuri silloin, kun yleisön tiedettiin olevan paikalla ja se voitiin esimerkiksi kuulla. Tällaisia tilanteita oli ollut oikeastaan vain yksi: sunnuntaiset päälähetykset.

Yleisön olemassaolon tiedostamiseen sunnuntailähetyksissä viittasi muun muassa se, että lähetysiä varten oli valmistauduttu aina huolella esimerkiksi meikkaamalla ja laittamalla päälle jotain parempaa. Yleisön tiedostamista oli helpottanut se, että pitkin sun-

nuntaipäivää saattoi seinän takaa kuulua erilaisia ääniä, etenkin iltaa kohti mentäessä. Lähetyksen ollessa käynnissä haastatellut sanoivat yleisön naurun ja aplodien kuuluneen myös hyvin. Mahdollisuus yleisökontaktiin sunnuntaisin oli erään haastatellun mukaan ollut mukavaa vaihtelua talossa suljettuna olemiseen:

”[...] suoria lähetyksiä oikein odotti, et pääsis heittämään läppää, että kuulee kun jengi repeilee”. K6

Yleisö oli konkretisoitunut päälähetyksissä myös silloin, kun ohjelman juontaja otti yhteyttä taloon ja esitti kysymyksiä kilpailijoille. Niinä hetkinä he olivat tunteneet olevansa esiintyjiä.

Toinen keskeinen tiedostamisen tasojen säätelijä oli se, että Big Brother -talossa olemista oli alettu pian kilpailun käynnistyttyä ajatella ihan tavallisena elämänä. Silloin kilpailu oli muuttunut eräänlaiseksi arjeksi, eikä sitä enää oltu osattu pitää tv-ohjelmana. Kilpailijat olivat muodostaneet yhteisön, jossa oli alkanut syntyä erilaisia ihmissuhteita, toimintatapoja ja merkityksiä ja johon jokainen kilpailija oli yrittänyt sopeutua parhaalla mahdollisella tavalla. Yksi haastateltu sanoi, että sopeutuminen tilanteeseen ja muihin kilpailijoihin oli vienyt niin paljon energiaa, että jonkun ulkopuolisen (yleisön) ajatteleminen sellaisessa tilanteessa oli ollut lähes mahdotonta. Moni haastateltu sanoi myös vain heittäytyneensä mukaan yhteiseen arkeen. Kuten eräs haastateltu totesi: ”Mä vaan lähin siihen enkä alkanu kelata mitään turhaa”. Myös omat tunteet ja vaihtuvat tilanteet olivat ohjanneet haastateltujen huomiota ja menneet yleisön tiedostamisen edelle.

Poikkeamat tällaisesta tavallisesta elämästä olivat saaneet haastateltavat tiedostamaan yleisön olemassaolon. Esimerkiksi päiväkirjahuonetta pidettiin poikkeuksena normaalista elämästä. Eräs haastateltava sanoi tajunneensa, että erilaisia asioita kysyttiin siksi, että oli olemassa joku joka katsoi ja kuunteli, oli kiinnostunut siitä mitä kilpailijat puhuivat.

Vaikka elämä Big Brother -talossa oli koettu tavallisena arkena, oli elämä siellä kuitenkin jollain tavalla epätodellista elämää. Oma todellinen elämä talon ulkopuolella oli ollut jokaisella mielessä ja muistissa, ja vain se, kuinka vahvasti se kulloinkin oli ollut mielessä, vaihteli. Silloin, kun oma elämä talon ulkopuolella oli ollut vahvemmin mielessä, oli ollut helpompi tiedostaa myös yleisö. Yleisön tiedostaminen oli niinä hetkinä

ollut sidoksissa oikeastaan siihen, että ikävän myötä oivalsi olevansa muualla kuin kotona, muisti missä oli ja tajusi tilanteen ja sen realiteetit. Yleisö oli tiedostettu etenkin sellaisina hetkinä, jolloin oli ollut erityisen väsynyt, kaivannut rauhaa ja hiljaisuutta, oli ollut paha mieli tai muuten surullinen. Eräs haastateltu sanoi, että sellaisina hetkinä oli tullut ikävä läheisiä ja omaa kotia.

Melkein kaikki haastatellut sanoivat, että kilpailun aikana oli ollut paljon hetkiä, jolloin ei ollut mitään tekemistä. Silloin oma ”normaali” elämä oli tullut helpommin mieleen, ja oli havahtunut ajattelemaan sitä, missä oikeastaan oli. Kuitenkin sellaisissa tilanteissa tai hetkissä, jolloin oli ollut paljon tekemistä tai oli ollut erityisen hauskaa, ei ympäristöä tai siihen liittyviä tekijöitä muistanut.

”Et semmonen et sulla on ihan äärettömän hauskaa jonkun kanssa, istut ja juttelet, et se ei liity siihen paikkaan millään tavalla, et niillä ympäristötekijöillä ei oo mitään merkitystä siinä vaiheessa, sulla on van hauskaa sen ihmisen, niitten ihmisten kanssa, niin silloin sen yleisön unohtaa helposti”. K10

Muutama haastateltu sanoi tiedostaneensa yleisön myös silloin, kun keskustelunaiheet talossa olivat sivunneet omia henkilökohtaisia tai muuten arkoja asioita. Yksi haastateltu totesi, että sellaisina hetkinä oli tullut lähes välittömästi mieleen, että joku ”ulkopuolinenkin” kuuli kaiken. Myös ne talossa käydyt kahdenkeskiset keskustelut, jotka olivat sivunneet omien henkilökohtaisia asioita, oli ajateltu julkisiksi.

”Mä en ainakaan halunnu puhuu mitään sellasta mun juttua, et ku oishan se ollu jo naiivia ajatella et tässä me vaan kahestaan, ku mikkejä ja kameroita törötti joka puolella”. K8

Vaikka haastatellut eivät omasta mielestään olleet tiedostaneet kameroita ja yleisöä mitenkään erityisesti, epäili lähes jokainen haastateltava kanssakilpailijoidensa tiedostaneen ne paremmin. Osa epäilyksistä oli herännyt jo kilpailun aikana muiden käyttäytymistä tarkkaillessa, mutta moni oli muodostanut mielipiteensä ohjelman jälkeen näkemiansä jaksojen perusteella.

”Mulle se ei ollu itseisarvo, et ihmiset kattoo mua, muille se saatto olla tärkeempikin asia”. K4

”Niin kun mä jälkikäteen huomasin, että osa oli ottanut sen vähän eri lailla. Et mä en niinku, mä en niinku ikinä tehny mitään sellasta et heilutellu kameroille, tai, tai, vitsaillu niille tai mitään, et mä pidin sitä sellasena kokemuksena että siellä yritetään elää niinku

siinä yhteisössä, esiintymättä, sillai mahdollisimman luonnollisesti. Et mulle se ei ois ollut mitenkään luontevaa jutella niille kameroille tai jutella siihen mikkiin tai tehdä mitään sellasta” K1

Haastateltavat olivat tiedostaneet kameran ulkopuolisen yleisön aika ajoin, mutta silti monen haastatellun toiminnan suunta oli ollut kilpailijoiden muodostamassa yhteisössä. Ulkopuolisen yleisön reaktioita enemmän oli ajateltu yhteisön reaktioita ja suhtautumista moneen asiaan. Haastateltavat pohtivat paljon sitä, kuinka jotkut sanomiset ja tekemiset olivat vaikuttaneet talossa olleiden välisiin suhteisiin, yleiseen ilmapiiriin ja muiden kilpailijoiden mielipiteisiin itsestä. Mikäli kahdenkeskisiä keskusteluja oli käyty maa-kuuhuoneessa, oli ovea vedetty pienemmälle. Myös esimerkiksi humalassa tehtyjä asioita saatettiin katua ja pohtia suhteessa omaan asemaan yhteisössä. Humalassa tehtyjä tempauksia oli pohdittu myös omien läheisten näkökulmasta. Oli toivottu, ettei niistä koituisi hankaluuksia läheisille. Sen sijaan joku kasvoton yleisö oli ollut vaikea hahmottaa.

Eräs haastateltava sanoi olleensa ylpeä siitä, että oli uskaltanut sanoa suoraan joitakin asioita välittämättä siitä, joutuisiko muiden kilpailijoiden epäsuosioon.

”Sehän siinä oli, et mietti ettei nyt ihan hirveesti niitä nimeämispisteitä tulis. Et ei muut niinku ihan kusipäänä pitäis. Mut et kyl mä luulen et mä sanoin sen mitä monet muutki ajatteli, mut mä sanoin sen vaan ääneen”. K3

### **5.1.3 Itsestä syntyvien mielikuvien hallinta**

Itsestä syntyviä mielikuvia ja vaikutelmia oli mietitty lähinnä ennen ohjelman alkamista. Sen sijaan ohjelman aikana kyseinen asia ei ollut ollut enää haastateltujen mielessä. Kuusi haastateltua sanoi miettineensä ennen ohjelman alkamista sitä, minkälaisen kuvan haluaisi itsestään antaa. Yleinen toivomus oli, että voisi antaa itsestään mukavan ja fiksun kuvan. Eräs haastateltu oli toivonut, ettei vaan tulisi leimatuksi blondiksi. Kaksi haastateltua oli päättänyt olla pari ensimmäistä viikkoa rauhallisesti ja tarkkailla kuinka asiat alkavat sujua.

Huomiota oli kiinnitetty myös omiin tapoihin ja keinoihin selvittää ristiriitatilanteissa. Yksi haastatelluista sanoi toivoneensa, että pystyisi kohtaamaan konfliktitilanteet mikäli

sellaisia tulisi. Yksi haastatelluista oli taas päättänyt välttää konflikteja ja erilaisten vähemmistöryhmien ala-arvoista kommentointia. Hän sanoi myös, että oli päättänyt yrittää olla ”kettuilematta” kanssakilpailijoilleen liikaa. Yksi haastatelluista sanoi tiedostaneensa sen, että oli ristiriitainen ihminen, ja oli siksi miettinyt etukäteen kuinka voisi hillitä ristiriitaisten mielikuvien syntymistä. Yksi haastateltu sanoi miettineensä oikeastaan enemmän sitä, että onko hänellä mitään järkevää sanottavaa.

Harva haastateltu sanoi miettineensä itsestä annettavaa kuvaa enää kilpailun aikana. Yksi haastateltu sanoi yrittäneensä hillitä vihanpurkauksia, ja toinen haastateltu sanoi vältelleensä omista henkilökohtaisista asioista puhumista. Eräs haastateltu totesi, että pieni varoituskolmio oli ollut pään päällä koko ajan, mutta tunnusti samalla, että joitakin asioita oli tehnyt ihan provosointimielessä.

”[---] et sais keskustelua talon sisällä, ja varmasti herätti mielenkiintoa talon ulkopuolellakin”. K6

Itsestä syntyvien mielikuvien hallinnan sanottiin olleen ohjelman aikana hankalaa siksi, että elämä talossa vei mukanaan. Esimerkiksi omien vahvuuksien korostamista tai heikkouksien välttämistä olisi ollut vaikea tietoisesti toteuttaa, kun yritti elää tavallista elämää. Eräs haastateltu sanoi, että ensimmäisen kilpailuviikon aikana oli ollut selvästi havaittavissa tietynlaista vieraskoreutta, kuten yleensäkin toisilleen vieraiden ihmisten kesken oli. Viikkojen kuluessa vieraskoreus oli kuitenkin haihtunut, ja sekä toisten että itsen hyvät ja huonot puolet olivat varmasti tulleet esille. Yksi haastateltu sanoi, ettei ollut miettinyt itsestä syntyvää kuvaa, koska ei ollut mennyt taloon esiintyäkseen.

Kolme haastateltua totesi, että yritys hallita itsestä syntyviä vaikutelmia olisi ollut mahdotonta, koska tuotantoyhtiöllä oli ollut omat suunnitelmansa jokaisen kilpailijan varalle. Tämä ajatus oli tosin syntynyt jokaisen mielessä vasta ohjelman jälkeen, mutta kukaan heistä ei ainakaan myöntänyt yrittäneensä vaikuttaa siihen, millaisen kuvan itsestään antoi.

Mietittäessä itsestä syntyvien mielikuvien hallintaa, oli mietitty ennen kaikkea kanssakilpailijoita. Vain kaksi haastatelluista sanoi suoraan, että oli miettinyt itsestä annettavaa kuvaa yleisön takia. Muut olivat ajatelleet muita kilpailijoita ja heidän suhtautumis-



taan itseensä. Eräs haastatelluista sanoi, ettei ollut halunnut muiden pitävän häntä hankalana ihmisenä. Sellaisena, josta olisi ”päästävä eroon”.

Kuten kameroiden ja yleisön tiedostamisen kanssa, muiden kilpailijoiden oli ajateltu koettavan myös vaikuttaa tietoisemmin omaan kuvaansa kuin mitä itse oli tehnyt. Kaikki haastatellut olivat olleet aika ajoin sitä mieltä, että ainakin osalla muista kilpailijoista oli jonkinlainen ennalta mietitty rooli. Suunnitelmallisuuden sanottiin tulleen ilmi esimerkiksi huomion keskipisteeksi pyrkimisenä, tekonaaurulla sekä kameroille vilkuttelulla ja ilmeilynä. Eräs haastatelluista sanoi, että jotkut kilpailijat olivat selvästi halunneet tehdä itsestään tuotteen esittämällä ja esiintymällä muille. Hän sanoi ajatelleensa, että kyseiset ihmiset olivat lähteneet ohjelmaan mukaan vain julkisuuden vuoksi.

Haastatelluista kolme oli toisaalta ollut myös sitä mieltä, että kukaan ei voinut toimia tietoisesti koko ajan, monta viikkoa. Eräs heistä ei ollut uskonut kenenkään olevan niin hyvä näyttelijä, että olisi pystynyt teeskentelemään yötä päivää. Toinen heistä sanoi taas, että vaikka jotkut kilpailijoista olivatkin esiintyneet, hän ei ollut ajatellut heidän yrittävän silti olla mitään muuta kuin omia itseään. Esiintyminen oli ollut ehkä vain joidenkin omien ominaisuuksien ylikorostamista.

#### **5.1.4 Yhteenveto**

Esiintyminen hahmotettiin tilanteeksi ja tilaksi, jossa ihminen ei pysty olemaan oma itsensä. Esiintyminen nähtiin vahvasti jonkinlaisen roolin kautta, johon liittyi tietoisuus kyseiseen rooliin liittyvästä toiminnasta. Esiintyminen miellettiin myös toiminnaksi, joka tapahtuu jossain muualla kuin esimerkiksi läheisissä ihmissuhteissa.

Elämä Big Brother -talossa oli ollut kilpailijoiden mielestä ennen kaikkea tavallista elämää. Big Brother oli haastateltujen mielestä ollut esiintymistä, mikäli kilpailija oli tiedostanut luodut puitteet ja mieltänyt tilanteen esiintymistilanteeksi. Kilpailu oli ollut esiintymistä myös siltä osin, kun siihen liittyvät tehtävät olivat niin edellyttäneet tai mikäli kilpailija oli esittänyt itseään. Pelkkä tulkinta tilanteesta ei kuitenkaan ollut riittänyt pitämään tilannetta esiintymistilanteena, vaan esiintymistilanteen kokemiseen olivat vaikuttaneet myös omat motiivit osallistumiseen. Esiintymiseen katsottiin kuuluvan

myös mahdollisuus säädellä itsestä syntyviä vaikutelmia ja vuorovaikutus yleisön kanssa. Näiden puuttumisen vuoksi kilpailua ei oltu pidetty itsestään selvästi esiintymisenä.

Kokemusta Big Brotherista esiintymisenä sääteli vahvasti tiedostamisen käsite. Tiedostaminen jakautui kahdenlaiseen tiedostamiseen: aktiiviseen tiedostamiseen ja passiiviseen tiedostamiseen eli tietämiseen. Aktiivinen tiedostaminen oli ollut vahvempaa ennen ohjelman alkua kuin ohjelman aikana; esimerkiksi ohjelmaan liittyvät kamerat ja yleisö oli tiedostettu ennen ohjelmaa. Ohjelman aikaista elämää kuvasi pikemminkin passiivinen tietäminen kummastakin. Yleisön ja kameroiden tiedostamisen ja tietämisen välillä oli myös eroja. Yleisön tiedostaminen oli ollut huomattavasti hankalampaa. Suurin ero kameroiden tiedostamiseen verrattuna oli ollut siinä, että kamerat olivat kaiken aikaa nähtävillä, mutta yleisö ei.

Tiedostamisen siirtymistä passiiviselta tasolta aktiiviselle olivat säädelleet muun muassa mahdollisuus yleisökontaktiin kuten sunnuntailähetykset, poikkeamat talon normaalielämästä, vierailut päiväkirjahuoneessa, keskustelujen liikkuminen omien henkilökohtaisten asioiden ympärillä ja koti-ikävä. Vaikka haastateltavat ilmaisivat oman tiedostamisensa olleen pääosin passiivista tietämistä, ajateltiin kanssakilpailijoiden tiedostaneen ohjelmaan liittyvät asiat aktiivisemmin.

Myös itsestä syntyviä mielikuvia oli mietitty etupäässä ennen ohjelmaan menoa. Pohdinnat olivat toiveita ja päätöksiä käyttäytyä asiallisesti muita kilpailijoita kohtaan. Vaikutelmien hallintaa oli mietitty lähinnä muita kilpailijoita silmällä pitäen. Itsestä syntyvien mielikuvien hallinta oli ollut vaikeaa, koska kilpailu oli tuntunut tavalliselta elämältä. Toisaalta itsestä syntyviin mielikuviiin ei ajateltu olleen paljon mahdollisuuksia vaikuttaa, sillä tuotantoyhtiön ajateltiin valinneen materiaalin päivittäiseen lähetykseen omien mielihalujensa ja suunnitelmiansa mukaan. Kanssakilpailijoiden oli taas ajateltu yrittäneen vaikuttaa itsestään syntyviin mielikuviiin itseä enemmän.

## 5.2 Suhde julkisuuteen

### 5.2.1 Ohjelmaan hakeutumisen motiivit

Big Brother oli ollut jollakin tavalla tuttu kaikille haastatelluille ennen oman tuotantokauden alkua. Monet olivat seuranneet etenkin Suomessa näytettyjä Britannian Big Brother -kausia. Kun oma osallistuminen ohjelmaan oli varmistunut, oli moni myös etsinyt lisää tietoa ohjelmasta.

Sen lisäksi, että ohjelman peruserävaatteet olivat olleet tuttuja, sanoivat haastatellut tienneensä, että kyse on viihdeohjelmasta. Silti eräs haastatelluista totesi, että tuotantoyhtiön kilpailijoille etukäteen luomat roolit olivat kuitenkin järkyttäneet. Hän kertoi, ettei ollut ajatellut ohjelman olevan niin vahvasti käsikirjoitettu.

Syyt ohjelmaan hakemisesta olivat moninaisia. Monen haastatellun vastauksessa oli kuitenkin havaittavissa toive jonkinlaisesta muutoksesta. Oma elämä koettiin tapahtumaköyhänä ja värittömänä, ja arjessa eli epätietoisuus siitä, mihin suuntaan seuraavana pitäisi lähteä.

Kolme haastateltua mainitsi olleensa iässä, jolloin omaa elämää alkoi ajatella tarkemmin. Eräs heistä oli huomannut havahtuneensa siihen, että oli elänyt aivan erilaista elämää kuin itse tosiasiaa halusi. Kaksi heistä käytti silloisesta elämäntilanteestaan sanaa 'kriisi'. He olivat toivoneet ajan Big Brother -talossa antavan uusia ajatuksia ja uskallusta muuttaa elämäänsä. Osallistumisen ohjelmaan oli ajateltu olevan myös riittävä oikeutus "aikalisän" ottamiseen ja oman elämän miettimiseen.

"Kyl mä lähin sen takia, että mulla ois kerrankin, hyvällä omallatunnolla mahdollisuus miettiä että mitä mä mun elämältä haluan, kun mä tiesin et tuotantoyhtiöltä tulee koko ajan rahaa et mä en oo silleen vaan potslojoo kotona kattelen. Et periaatteessa mulla oli hyvä omatunto et mä voin tehdä tän. Et mä teen jotain mut et ehkä ne ajatukset selviäis. Että mä kävisin kaukana nähdäkseni lähelle". K3

Selkeän elämänmuutoksen lisäksi ohjelmaan oli hakeuduttu seikkailunhalusta. Kaksi haastatelluista sanoi olleensa sen hetkiseen elämäänsä tyytyväinen, mutta kaivanneensa

silti vähän piristystä ja seikkailua. Toinen heistä sanoi halunneensa tehdä yksinkertaisesti jotain ihan uutta ja hullua. Toinen kertoi suunnitelleensa jo pidempään johonkin tosi-tv-ohjelmaan hakemista, mutta epäilleensä, että esimerkiksi Selviytyjät-tyyppinen ohjelma olisi ollut ”vähän too much”.

Big Brother -ohjelmassa saatu näkyvyys oli ajateltu väyläksi uusiin työmahdollisuuksiin. Haastatelluista kaksi sanoi hakeneensa ohjelmaan töiden vuoksi. Molemmat heistä olivat halunneet päästä ohjelmassa saadun julkisuuden avulla toimittajaksi tai juontajaksi televisioon tai radioon, tai ”edes taustatoimittajaksi johonkin tv-ohjelmaan”, kuten toinen haastatelluista sanoi. Toinen heistä sanoi, ettei ollut sen kummemmin kiinnostunut julkisuudesta, hän olisi vain halunnut päästä viihdyttämään muita ihmisiä. Toinen taas myönsi toivoneensa hieman muutakin julkisuutta. Toive oli ollut hänen mielessään kuitenkin hieman ristiriitainen, sillä hän oli epäillyt, ettei Big Brotherin kautta saatu julkisuus olisi kovin arvokasta julkisuutta. Hän oli ajatellut, että olisi mukava antaa haastatteluja joihinkin naistenlehtiin, mutta ei ollut uskonut sen kuitenkaan toteutuvan.

” [---] et me tullaan olemaan niin Seiska-Katso -tavaraa”. K4

Kaikesta huolimatta haastateltu oli arvellut ohjelmaan osallistumisen ja sitä kautta saadun julkisuuden auttavan pääsemään helpommin johonkin mukavaan työpaikkaan.

Myös taloudellinen hyöty oli toiminut yllykkeenä ohjelmaan hakeutumiselle. Kaksi haastateltua sanoi hakeneensa ohjelmaan rahapalkinnon houkuttelemana. Voittajan saama viisikymmentä tuhatta euroa kiinnosti, varsinkin kun sen eteen tehtävä työ ei vaikuttanut raskaalta.

”Jätkät sano, et mä en tienny et se on semmonen et siitä viiskytonnia voittaa. Alun perin menin Subin sivuille, jätkät sano et oot mukana tossa talossa ja voitat viiskytonnia. Mä aattelin et joo, ei oo chillimpää keksitty, et ne sano et se on vähä kun intissä ois ja mä olin et intissä oli ihan sikahelmee. En mä kyselly sit enempää, klikkasin itteni subin sivuille Big Brotheriin, katoin ne kysymykset ja rupesin vastaamaan niihin ja lähetin sen jutun”. K9

Huolimatta erilaisista motiiveista hakeutua ohjelmaan suurin osa hakemuksista oli tehty pelkästä päänäpistä, ja ne oli lähetetty melkein viime minuuteilla. Usean haastattelun kohdalla alkoholilla oli ollut osuutta asiaan. Eräs haastateltu sanoi haun tapahtuneen

niin nopeasti ja ajattelematta, että vasta kuultuaan tulleeensa valituksi hän oli ensimmäisen kerran alkanut miettiä, mihin oli menossa. Hän oli päättänyt tehdä ohjelmasta itselleen foorumin, jonka kautta voisi tuoda esille asioita, joista oli itse kiinnostunut ja joita piti tärkeänä.

”Kun mä pääsin mä mietin et mitä mä haluisin sanoo, et onks mulla asioita joita mä haluaisin ajaa”. K2

Eräs haastateltu ei ollut itse alun perin hakenut ohjelmaan, vaan hänen ystävänsä oli ilmoittanut hänet sinne. Kun ystävä oli paljastanut lähettäneensä hakemuksen haastatellun puolesta, oli haastateltu kuitenkin hyväksynyt asian. Ohjelmaa edeltävissä haastatteluissa hän kertoi käyneensä hieman hämmentyneenä ja huvittuneena. Tultuaan valituksi hän oli päättänyt mennä ohjelmaan uteliaisuuttaan.

### **5.2.2 Suhtautuminen julkisuuteen ja julkisuuden henkilöihin**

Kaikki haastatellut olivat olleet jollain tavalla tietoisia siitä, että ohjelma tullaan huomioidaan julkisuudessa jotenkin, mutta julkisuuden määrä ja ohjelman saama valtava suosio olivat silti yllättäneet muutaman. Haastatelluista kuusi sanoi olleensa tietoinen siitä, miten paljon ohjelma sai julkisuudessa huomiota. Samoin he sanoivat tienneensä, että tulisivat itse mahdollisesti olemaan ohjelman jälkeen ainakin jollain tavalla seurattuja. Neljä haastateltua taas sanoi, ettei ollut osannut lainkaan kuvitella ohjelman keräävän niin runsaasti julkisuutta kun se oli kerännyt. Poikkeuksena tutkimushaastattelussa tehtyihin muihin kysymyksiin, tässä kohtaa ensimmäisellä ja toisella tuotantokaudella kilpailleiden haastateltujen vastaukset erosivat selvästi toisistaan. Kaikki tutkimukseen osallistuneet ensimmäisen tuotantokauden kilpailijat olivat niiden haastateltujen joukossa, jotka kertoivat julkisuuden määrän yllättäneen.

Vaikka julkisuuden määrä ei ollut ollut kaikille selvä asia, oli kaikilla ollut ohjelmaan liittyvän julkisuudesta laadusta samansuuntaisia ajatuksia: se oli tuntunut epäilyttävältä. Eräs haastateltu sanoi julkisuuden olleen se ainut asia, joka häntä oli ohjelmaan osallistumisessa mietityttänyt. Yksi haastatelluista vertasi Big Brotherin saamaa julkisuutta Idolsin saamaan julkisuuteen, ja totesi viimeksi mainitun saavan paljon enemmän

myönteistä julkisuutta. Toinen haastateltu sanoi halunneensa yrittää muuttaa ainakin sitä julkisuutta, jota itse mahdollisesti saisi.

”Kyllä mä tiesin et kaikki juorulehdet, se mua otti päähän et kun mä tiesin et miks kaikki mun ystävät ja tuttavat tuomitsee mut on se et mä meen tommosteen perseohjelmaan näytteleen keltaselle lehdistölle jotain tissejäni, oli se mun eka reaktio. Sitä mä mietinkin, että voiko saada jotain fiksua julkisuutta aikaseks, et onks sen pakko olla...” K2

Tietoisuus ohjelman saamasta julkisuudesta ja sen laadusta näkyi siinä, että yli puolet haastatelluista oli pohtinut julkisuutta jollain tavalla ja yrittänyt varautuakin mahdollisesti seuraavaan julkisuuteen. Kaksi haastateltua oli ajatellut julkisuutta ja siinä pärjäämistä sekä omaa sijoittumistaan julkisuuden henkilöiden joukkoon. Kummallekaan näistä haastatellusta nousu julkisuuden henkilöksi ei olisi tuntunut vastenmieliseltä. Oikeastaan ajatus itsestä julkisuuden henkilönä oli otettu vastaan eräänlaisena itsestäänselvyytenä.

[---]”Et ok, kun mä tuun ulos talosta niin kyllä mä tuun hetken olemaan aivan julkkis riippuen siitä kuinka kauan mä talossa oon. Joko mä oon sen viikon verran Seiskan ja Katson julkkis, ja jos mä pärjää, niin tavallaan oon julkkis”. K6

Yksi haastatelluista oli vetänyt mielessään jo rajoja siihen, millaiseen julkisuuteen olisi ohjelman jälkeisessä elämässä valmis. Hän totesi tiedostaneensa, että tietyt lehtijutut oli pakko antaa, mutta niiden jälkeen hän haluaisi puhua julkisuudessa vain ohjelmaan liittyvistä asioista. Oman vaatekaappinsa esittelyyn hän ei sanojensa mukaan olisi ollut valmis. Tällä tavalla hän halusi välttää ”turhan julkkiksen” leiman. Samalla hän kuitenkin paljasti, että vähintään yhtä suuri syy julkisuuden rajoittamiselle oli se, että Suomessa yksityisyyden myyminen ei ollut rahallisesti sen menettämisen arvoista.

”Et mä Suomessa myisin mun yksityisyyden, että kuka se oikee X on, että ei Suomen mediamaailmassa pyöri sellasia rahoja. Että jossain Briteissä se on eri asia, sä voit tehdä miljoonia sillä” K3

Toinenkin haastateltu oli pohtinut julkisuutta taloudellisesta näkökulmasta. Hän sanoi päättäneensä, ettei suostuisi yhteenkään lehtijuttuun tai esiintymiseen ilman rahallista korvausta.

Julkisuutta oli pohdittu myös omien läheisten vuoksi. Kaksi haastateltua oli varautunut julkisuuteen miettimällä omaa menneisyyttään ja sieltä mahdollisesti esiin nostettavia

asioita. Toinen heistä oli miettinyt, olisiko sellaisia asioita, joista olisi keskusteltava läheisten kanssa ennen ohjelman alkamista.

Ohjelman myötä seuraavaan julkisuuteen oli suhtauduttu myös hyvin neutraalisti. Muutama haastateltu sanoi olleensa tietoinen ohjelman saaman julkisuuden laadusta, mutta ei ollut ajatelleet asiaa etukäteen sen kummemmin. Ajatus julkisuudesta ylipäättään oli tuntunut jotenkin kaukaiselta. Eräs heistä sanoi, ettei ollut osannut ajatella itseään julkisuuden henkilönä. Kolme haastateltua sanoi, ettei ollut osannut varautua julkisuuteen, koska ei ollut ollut aikaisemmin vastaavanlaisessa tilanteessa.

Haastateltavien kokemukset ohjelmaa edeltävästä julkisuudesta vaihtelivat sen mukaan, mitä kukin julkisuutena piti. Eräs haastateltava esimerkiksi sanoi, että oli kyllä ollut joskus paikallislehdessä, muttei pitänyt sitä julkisuutena. Eräs toinen haastateltava taas mainitsi esiintymisen paikallislehden sivuilla esimerkkinä omasta aikaisemmasta julkisuudestaan.

Kokemukset julkisuudesta oli hankittu pääasiassa harrastusten kautta. Eräs haastatelluista oli harrastanut laulua monta vuotta, ja kaksi haastateltua kertoi urheiluosaavutuksistaan. Kaksi haastatelluista oli ollut myös televisiossa; toinen oli ollut mukana tv-voimistelussa ja toinen juontanut paikallistelevisiossa.

Kaksi haastatelluista oli aikaisemmin päinvastoin vältellyt julkisuutta. Molemmat haastateltavat olivat vältelleen julkisuutta työn vuoksi. Toinen heistä oli työskennellyt sellaisissa tehtävissä, joissa julkisuus ei olisi ollut suotavaa. Toinen taas kertoi liikkuneensa paljon julkisuuden henkilöiden seurassa, mutta oli toivonut olevansa joskus vielä vakavasti otettava henkilö mediamaailmassa eikä siksi ollut halunnut nousta julkisuuteen kenenkään toisen ”siivellä”.

Kysyttäessä sitä, olivatko haastateltujen ajatukset julkisuudesta ja julkisuudessa elävistä ihmisistä jotenkin muuttuneet ohjelman aikana, vastasi moni haastatelluista, että ei oikeastaan. Moni haastateltu piti julkisuuden henkilöitä aivan tavallisina ihmisinä, eikä ollut heitä edes ajatellut mitenkään erityisesti. Yksi haastateltu kertoi asuneensa koko ikänsä sellaisella alueella, jossa saattoi joka päivä törmätä julkisuuden henkilöihin. Toinen haastateltu sanoi, ettei ollut kiinnostunut keltaisen lehdistön julkaisuista ja halusi

yleensä luoda mielipiteet muista ihmisistä vasta tapaamalla heidät itse. Eräs haastateltu oli sitä mieltä, että oli aina osannut ajatella julkisuudesta jotenkin realistisesti eikä hän ollut koskaan toivonut itse pääsevänsä julkisuuteen. Siksi hän oli halunnut palata heti ohjelman jälkeen normaaliin arkeen.

Vaikka ajatukset julkisuudesta ja julkisuuden henkilöistä eivät olleet radikaalisti muuttuneet, oli puolet haastatelluista pohtinut julkisuuden erilaisia tasoja jo ennen osallistumistaan Big Brotheriin. Jako arvostettuun ja vähemmän arvostettuun julkisuuteen oli selvä. Käsitteet ”ansaittu julkisuus” ja ”turha julkisuus” esiintyivät haastateltujen vastauksissa. Heidän mielestään julkisuus oli arvostettua ja oikeaa, mikäli se oli ansaittu esimerkiksi oman työn kautta.

”Oon ennen taloa ja sen jälkeen nauranu noille muutamille ns. turhille julkkiksille. Arvostan niitä julkisuuden henkilöitä, jotka ovat ansainnet työllä sen julkisuuden, niinku joku urheilija tai pitkän linjan poliitikko, näyttelijä, joku Vesa-Matti Loiri, ne on julkkiksii. Pistän sit alempaan kastiin ne tyrkkyjulkkikset” K6

Ansaitulle julkisuudelle oli monen haastatellun mielestä ominaista julkisuuteen *joutuminen* osana työtä. Haastatellut mainitsivat, että esimerkiksi näyttelijät joutuvat mainostamaan elokuviaan ja muusikot levyjään. Samoin poliitikko joutuu antamaan haastatteluja medialle. Ansaittu julkisuus koettiin eräänlaisena työkaluna, työn välttämättömänä pahana, jota oli pakko sietää.

Turhan julkisuuden haastatellut nimesivät julkisuudeksi, jota joku sai ilman omaa ansiotaan. Erona ”oikeisiin julkkiksiin” pidettiin sitä, että ”turhat julkkikset” halusivat julkisuuteen nimenomaan julkisuuden vuoksi. Tosi-tv-julkisuuden haastatellut määrittivät yksimielisesti ”turhaksi” julkisuudeksi. Sitä sai ”vähä häröilemällä jossain telkkarissa”.

Tosi-tv-ohjelmasta saatava julkisuus oli ollut myös omalla kohdalla kaikille selvä. Haastatellut pitivät itseään ”turhina julkkiksina”, eivätkä he kokeneet nauttivansa arvostusta. Yksi haastatelluista ilmaisi halunneensa hieman suurempaan julkisuuteen, mutta sanoi tiedostaneensa olevansa ihmisten mielestä ”turha julkkis” ja siksi oli pitänyt ainakin toistaiseksi matalaa profiilia. Häntä lukuun ottamatta kukaan muista haastatelluista ei kuitenkaan tunnustanut halunneensa julkisuuteen julkisuuden vuoksi, ja oma asema



”turhana julkkiksena” todettiin lähinnä huumorilla. Oman julkisuuden arveltiin olevan nopeasti ohi, ja se tuntui monesta haastattelusta hyvältä.

Big Brother -kokemuksen kerrottiin avanneen näkymiä julkisuuden henkilöiden elämään. Varsinkin julkisuuden varjopuolet olivat saaneet ymmärtämään julkisuuden henkilöitä uudella tavalla. Moni totesi, että julkisuudessa eläminen voi olla vaikeakin, ja sympatiaa saivat etenkin ”oikeat julkkikset”. Jatkuvan seuraamisen ja huomion keskipesteenä olemisen epäiltiin olevan rankkaa ja rajoittavan normaalia elämää. Eräs haastateltu totesi tajunneensa, että julkisuuden kääntöpuolena on usein yksinäisyys, sillä koskaan ei voinut olla varma, halusiko toinen ihminen olla oikeasti ystävä vai pelkästään näyttäytyä hänen kanssaan. Haastateltu arveli, että ”oikeiden julkkisten” kohdalla tilanne oli vielä monimutkaisempi.

Vaikka ”turhille julkkiksille” edelleen naureskeltiinkin, myös heitä kohtaan oltiin nyt armollisempia. Omat kokemukset olivat saaneet muutamaan näkökantoja.

”[---] Et itekki on ollu harva se viikko jossain siellä Katson sivuilla, ja multa ei oo ikinä kysytty yhtään mitään. Kattoo et aha, hirveen kiva. Sit on ihan potaskaa jauhettu. Ni sit vähän kattelee niitä lehtii et ei nää ihmiset varmaan itekään tiä et ne on siel”. K5

Julkisuuden oli nähty antaneen myös jonkinlaisia vapauksia. Eräs haastateltu piti vapautena muilta ihmisiltä karissutta ujoutta tulla ottamaan kontaktia. Haastateltu totesi, että kaikkien ihmisten kanssa ei tietenkään ollut aina mukava keskustella, mutta ylipäätään piti sitä mukavana, että nyt julkisuuden henkilönä pääsi tutustumaan erilasiin ihmisiin helpommin.

Kaksi haastateltua kertoi ajatustensa muuttuneen lähinnä suhteessa mediaan. Kummatkin haastatellut olivat pettyneet median mielivaltaiseen tapaan nostaa asioita esille kysymättä asianosaisen mielipidettä mihinkään.

Big Brother -ohjelman myötä tullut kokemus ja julkisuus olivat vaikuttaneet jollain tavalla lähes kaikkien haastateltujen elämään. Neljälle haastatellulle se oli tuonut uusia töitä. Työt olivat luonteeltaan kuitenkin sivutoimisia, ja jokainen teki päätyönään edelleen entisiä töitään. Eräs haastateltu sanoi ja tunnettuuden omalla kohdallaan päinvas-toin estäneen töiden saamista. Hän täsmensi puhuvansa ”oikeista töistä” eli töistä, joissa

tosi-tv-julkisuuden ajateltiin vähentävän ihmisen uskottavuutta. Yksi haastatelluista oli kieltäytynyt systemaattisesti kaikista julkisuuteen liittyvistä töistä, kuten juontotehtävistä. Syyksi hän sanoi sen, ettei hänen motiivinsa ohjelmaan hakiessa ollut päästä esille tai esiintymään.

”Ku mua ei kiinnosta pätääkään, et en kirveelläkään menis minnekään lavalle, et sit se ois sitä esiintymistä”. K5

Tunnettuus oli muuttanut ihmisten suhtautumista, kuten viisi haastateltua oli huomannut itseään kohtaan käyneen. Haastatellut sanoivat huomaavansa kun heidät tunnistettiin. Huomio oli otettu vastaan osittain positiivisesti. Haastatellut sanoivat, että oli mukavaa, jos ihmiset tulivat juttelemaan pelkän tuijottamisen tai kuiskuttelun sijaan, sillä ketään ei oltu lähestytty tappelunhaluisesti. Huomio tuntui kuitenkin tympeältä silloin, mikäli ihmisten asenteet Big Brotheria ja sen kilpailijoita kohtaan olivat lähtökohtaisesti kielteiset. Etenkin asiakaspalvelutyössä toimivat haastatellut olivat kokeneet joutuneensa kohtuuttoman aliarvioinnoin kohteeksi.

”Et ku ei ihmiset tunne mua yhtään, ja kun ne luulee tietävänsä musta kaiken, ni sit ku semmonen joka ei nii hyvällä silmällä oo katonu BB:tä, ni niillä on hirvee ennakkosenne siihe, et vitsi tää on tää BB-pöljä” K5

Kaksi haastatelluista kertoi saaneensa ohjelman jälkeen runsaasti huomiota vastakkaiselta sukupuolelta. Sen lisäksi he olivat havainneet useiden ihmisten hakeutuvan lähelle näyttäytyäkseen heidän seurassaan. Yksi haastatelluista puolestaan epäili julkisuuden vaikuttavan siihen, etteivät ihmiset uskaltaneet enää lähestyä häntä.

Muutamalla haastatellulla tyytyväisyys omaan elämään oli kasvanut ohjelman aikana ja sen jälkeen. Eräs haastateltu sanoi tajunneensa, miten hyvin hänen asiansa loppujen lopuksi olivat. Toinen sanoi oivaltaneensa, että elämässä ei aina voi saavuttaa kaikkea, mutta kovalla työllä voi kuitenkin päästä pitkälle. Haastatellut iloitivat myös uusista ystäväistä, joita he olivat kanssakilpailijoistaan saaneet. He totesivat ohjelman vaikuttaneen monella tapaa positiivisesti heidän elämäänsä.

Yksi haastateltu totesi ohjelman vaikuttaneen elämäänsä kokonaisvaltaisesti siinä mielessä, että hän uskoi olevansa ikuisesti ”BB:n korvamerkkaama”. Hän oli kuitenkin sitä mieltä, että pystyi itse vaikuttamaan siihen, minkälaiseksi hänen elämänsä muodostuisi.

”[---] Et totta kai se on itestä paljon kiinni, et jos rupee sohlaan ja hölmöileen, niin siitä tulee sitä negatiivista juttua. Et mä olen yrittäny ainakin tietosesti niin etten lähde juurikaan kommentoimaan mitään mihinkään suuntaan, niinkun lehtien palstoille varsinkaan, tai lähe antamaan haastattelua niinkun minkään asian suhteen”. K10

### 5.2.3 Yhteenveto

Osallistuessaan Big Brotheriin jokainen kilpailija oli tiennyt mitä tekee. Ohjelman luonne oli ollut kaikille selvä. Kukaan haastateltavista ei sanonut osallistuneensa ohjelmaan puhtaasti julkisuuden takia. Motiiveina osallistumiselle olivat olleet toive muutoksesta, raha, keino saada työtä ja silkka halu pitää hauskaa.

Tietoisuus ohjelmasta ja siihen liittyvistä asioista näkyi myös siinä, että julkisuuden ja Big Brotherin yhteys oli ollut kaikille haastatelluille selvä. Epäselvää oli kuitenkin ollut sen määrän ja laajuuden tiedostaminen. Ensimmäisellä ja toisella tuotantokaudella kilpailijoiden haastateltujen välillä oli selvä ero julkisuuden määrän hahmottamisessa ja siihen liittyvissä odotuksissa. Jos Big Brotheriin liittyvä julkisuuden määrä oli ollut osalle kilpailijoista epäselvää, oli julkisuuden laatu taas kaikille selvä. Ohjelman kautta tuleva julkisuus tulkittiin yksimielisesti negatiiviseksi.

Julkisuus oli pohdituttanut kilpailijoita melko paljon. Julkisuus yleisesti jaettiin ”ansaittuun” ja ”turhaan” julkisuuteen ja tosi-tv-julkisuuden todettiin olevan viimeksi mainittua. Ohjelman jälkeiseen julkisuuteen oli varauduttu muun muassa miettimällä julkisuuden rajoittamista ja sitä, kuinka itse sijoittuisi julkisuuden henkilöiden joukkoon. Toisaalta toivottiin, ettei julkisuus tulisi vahingoittamaan omia läheisiä.

Osallistuminen Big Brotheriin ei ollut muuttanut radikaalisti haastateltujen suhtautumista julkisuuteen, mutta muuten kokemus oli vaikuttanut jokaisen haastateltavan elämään. Vaikutukset olivat olleet ainakin joiltain osin toivotut: haastatellut olivat saaneet töitä ja sisältöä elämäänsä. Ohjelman myötä tullut julkisuus oli koettu sekä positiivisena että negatiivisena. Uudet tuttavuudet ja hyvässä hengessä lähestyvät ihmiset ilostuttivat. Toisaalta ohjelman kautta saadun julkisuuden laadun koettiin myös heikentäneen omaa uskottavuutta, mikä näkyi etenkin työelämässä muiden suhtautumisessa.

## 5.3 Suhtautuminen esiintymiseen ja itseen esiintyjänä

### 5.3.1 Suhtautuminen esiintymiseen

Haastateltujen suhteessa esiintymiseen oli selvää esiintymismyönteisyyttä. Seitsemän haastatelluista ilmoitti pitävänsä esiintymisestä. Se mainittiin myös jonkinlaisena perusteluna Big Brother -ohjelmaan hakeutumiselle.

”Kai mä varmaan jollain lailla tykkään kun mä haen tollaseen mukaan, mutta en mä koe sitä mitenkään hirvittävän miellyttävänä että mä oisin jonkun keskipisteenä”. K3

Kaikki ne haastatellut, jotka kertoivat pitävänsä esiintymisestä, eivät kuitenkaan pitäneet kaikista esiintymistilanteista tasapuolisesti. Yhden haastatellun mielestä oli mukavaa olla esimerkiksi televisiossa haastateltavana, mutta omiin töihin liittyvät esitelmät eivät tuntuneet miellyttäviltä. Toinen haastateltu kertoi pitävänsä ryhmien ohjaamiseen ja toiminnan ohjeistamiseen liittyvästä esiintymisestä, mutta ei juuri muusta. Myös esiintymistapa vaikutti esiintymisestä pitämiseen; eräs haastateltu sanoi nauttivansa esiintymisestä silloin kun hän lauloi, mutta jännittävänsä puhumalla esiintymistä niin paljon, että koki puhe-esiintymistilanteet epämiellyttävinä.

Kukaan haastatelluista ei kertonut suoranaisesti inhoavansa esiintymistä. Vain yksi haastateltu koki esiintymistilanteet ahdistavina. Ne haastatellut, jotka sanoivat, etteivät pitäneet esiintymisestä, suhtautuivat siihen melko neutraalisti. Eräs heistä sanoi, että ei ollut koskaan tuntenut mitään suurta halua esiintymiseen, esimerkiksi näyttelijän tai laulajan ammattiin. Toinen totesi, ettei ollut koskaan ajatellut esiintymisestä oikein mitään.

Pääosa haastateltujen esiintymiskokemuksista oli hankittu koulussa tai työelämässä. Kaikki haastatellut mainitsivat koulunäytelmät, ja muutama kertoi koulussa pidetyistä, ”niistä pakollisista” esitelmistä. Yksi haastatelluista oli toiminut myös oppilaskunnan puheenjohtajana. Eräs haastatelluista mainitsi käyneensä viestintäpainotteisen lukion, jossa esiintymiskokemuksia oli saanut monipuolisesti.

Työelämän esiintymiskokemukset olivat tulleet suurimmaksi osaksi työtehtäviin liittyvistä esitelmistä ja koulutuksista. Muutamalla haastatellulla oli kokemusta opettajana ja opettajan sijaisena sekä kouluavustajana toimimisesta.

Vapaa-ajalla esiintymiskokemuksia oli kartutettu erilaisten harrastusten, kuten laulamisen ja partion kautta. Yksi haastatelluista kertoi olleensa myös hiusmallina. Kolmella haastatellulla oli kokemusta myös tv-esiintymisestä. Yksi heistä oli osallistunut tv-visaan, toinen oli ollut avustajana ja ”vilahtanut nopeesti” eräässä suomalaisessa elokuvassa ja kolmas oli esiintynyt paikallistelevisiossa.

### **5.3.2 Suhtautuminen itsen esiintyjänä**

Esiintyjässä haastateltavat arvostivat eniten asian osaamista. Asian osaaminen tarkoitti haastateltujen mielestä sitä, että esiintyjä oli perehtynyt huolellisesti asiaansa ja osasi kertoa siitä muille. Eräs haastateltu sanoi, että kun esiintyjä tietää mistä puhuu, ei yleisön tarvitse tuntea myötähäpeää hänen puolestaan. Asian osaamiseen liittyi myös koko esiintymistilanteen ja itsensä hallinta.

Toiseksi tärkeimpänä ominaisuutena haastatellut pitivät esiintyjän mielenkiintoisuutta. Tämän ominaisuuden ajateltiin olevan osa esiintyjän persoonaa. Mielenkiinto syntyi esimerkiksi hyvästä ulkonäöstä tai erityisen vahvasta ja huomiota herättävästä persoonallisuudesta. Yksi haastatelluista sanoi, että mielenkiintoisen esiintyjän tunnisti siitä, että tämä jäi mieleen, mutta jälkeinpäin katsoja ei osaisi sanoa, mistä mielenkiinto johtui. Erään haastatellun mielestä mielenkiinto syntyi myös siitä, että esiintyjällä oli ollut vaiherikas elämä ja että hänellä oli ”jotain juttuja kerrottavana”.

Tärkeänä ominaisuutena pidettiin myös esiintyjän luonnollisuutta ja spontaaniutta, kykyä heittäytyä tilanteeseen. Yhtä tärkeäksi ajateltiin sitä, että katsojan oli mahdollista samaistua esiintyjään. Samaistumista auttoivat haastateltujen mielestä esiintyjän inhimillisuus, kyky herättää ja välittää tunteita, rauhallisuus sekä turvallisuus.

Edellisten ominaisuuksien lisäksi hyvän esiintyjän toivottiin olevan sujuvapuheinen, sanavalmis ja hauska. Tällaisena esiintyjänä yksi haastatelluista piti esimerkiksi Marco

Bjurströmiä. Esiintyjästä pidettiin myös, mikäli hän yritti saada aikaan ja ylläpitää vuorovaikutusta yleisön kanssa. Esiintyjän toivottiin esittävän yleisölle kysymyksiä, hymyilevän, katsovan silmiin ja olevan kiinnostunut yleisön mielipiteistä.

Omien esiintymistaitojen arviointi tuntui monesta haastellusta vaikealta. Erityisen hankalaa oli omien vahvuuksien pohtiminen. Suurimmaksi yksittäiseksi vahvuudeksi nousi kuitenkin oma persoonallisuus tai joku erityinen osa persoonaa. Kolme haastateltua sanoi olevansa yksinkertaisesti sellainen persoona, joka jää muille mieleen. Yksi haastateltu arveli äänensä olevan poikkeuksellinen ja siksi huomiota ja mielenkiintoa herättävä, ja eräs toinen sanoi vahvuudekseen erilaisen ulkonäön. Yksi haastateltu totesi vahvuudekseen sen, että oli aina oma itsensä.

”Et kai se sit on se, et ku mä en osaa mitään esittää, et sit oon vaan oma itteni, et sellanen, et niillä mennään mitä oon syntymässä saanu, et se on kai se vahvuus” K5

Toiseksi suurin yksittäisen vahvuus oli kyky ja uskallus heittäytyä tilanteeseen. Eräs haastateltu sanoi heittäytyvänsä esiintymistilanteeseen niin, että usein jopa nautti esiintymisestä. Toinen haastateltu sanoi taas uskaltavansa hassutella ja laittaa itsensä likoon. Hän kertoi kyseisten ominaisuuksien kasvaneen etenkin Big Brother -ohjelman jälkeen. Uskallukseen ja rohkeuteen viittasivat myös kaksi muuta haastateltua sanomalla, etteivät he jännittäneet esiintymistilanteita.

Edellä mainittujen ominaisuuksien lisäksi haastatellut mainitsivat olevansa myös sana-valmiita. Yksi haastateltu sanoi, ettei hänellä helposti mennyt ”jauhot tai sormi suuhun”. Toinen haastateltu totesi vain, että ”juttua kyllä tulee”. Kaksi haastateltua kertoi vahvuudekseen myös valmistautumisen. Toinen heistä sanoi perehtyvänsä asiaansa monipuolisesti, ja toinen taas yritti etukäteen miettiä mahdollisimman tarkkaan tulevan yleisönsä ja sen tarpeet. Vahvuuksiksi koettiin yksittäisesti myös iloisuus, energisyys, huumorintajuus ja ryhmien ohjaamisen taito.

Heikkouksista tai kehittymistä kaipaavista ominaisuuksista nousi päällimmäisenä kolme selkeää ryhmää: puheen sujuvuuteen liittyvät ongelmat, kyvyttömyys kontrolloida omaa toimintaa esiintymistilanteessa sekä kokemuksen puute.

Neljä haastateltua mainitsi heikkoudekseen jonkun puheen sujuvuuteen liittyvän ominaisuuden. Kaksi haastateltua sanoi artikuloivansa epäselvästi, ja toinen heistä epäili artikuloivansa jopa niin epäselvästi että hänen olisi syytä mennä puheopetukseen. Yksi haastateltu harmitteli puheen takertelua ja sanojen sotkeutumista toisiinsa. Eräs haastateltu sanoi puhuvansa ”vähän liiankin liukkaasti”.

Niin ikään neljällä haastatellulla oli vaikeuksia kontrolloida omaa toimintaansa esiintymistilanteissa. Yksi haastateltu sanoi päästelevänsä suustaan mitä sattui eikä omien sanojensa mukaan pystynyt sitä hillitsemään. Toinen haastateltu taas kertoi hermostuvansa nopeasti, ja hermostuneena hän tunsi otteen tilanteesta lähtevän käsistään ja alkavansa huutaa ”ihan päättömästi”. Yksi haastatelluista tunnusti kiro sanojen lipsahtavan puheeseensa liian usein. Yksi haastatelluista taas sanoi heikkoudekseen tahdittomuuden, jonka huomasi vasta esiintymistilanteen ollessa jo ohi.

Esiintymiskokemuksen puutteen heikkoudekseen nimesi viisi haastateltua. Kokemuksen puute ilmeni esimerkiksi jännittämisenä, epävarmuutena ja asioiden töksäyttelemisenä. Yksi haastateltu sanoi havainneensa vasta hiljattain työn kautta tulleiden esiintymiskokemusten myötä, että huomiota pitäisi kiinnittää myös siihen miten asian sanoo, ei vain siihen, mitä sanoo. Hän koki heikkoudekseen sen, ettei ollut vielä ihan kunnolla sisäistänyt ja oppinut sitä. Eräs haastatelluista totesi myös, että oli esiintynyt niin vähän, että vaivautui esiintymistilanteessa helposti, mikäli yleisö ei vaikuttanut vastaanottavaiselta.

Näiden kolmen ryhmittelyn lisäksi haastatellut mainitsivat heikkouksikseen myös huonon muistin, totisuuden ja harmauden. Yksi haastatelluista oli sitä mieltä, että hänen päänsä oli liian iso, eikä häntä siksi ollut miellyttävä katsella. Eräs haastateltu sanoi heikkoudekseen myös liiallisen avoimuuden.

Esiintyminen Big Brotherissa oli muuttanut jollain tavalla monen haastateltavan suhtautumista esiintymiseen ja itseensä esiintyjänä. Pääasiassa muutokset olivat olleet myönteisiä. Haastateltujen ajatukset esiintymistä kohtaan olivat muuttuneet eniten niin, että lähes jokainen koki olevansa nyt rohkeampi esiintyjä kuin ennen ohjelmaa.

”Oon saanu varmuutta esiintymiseen kun tossa BB-touhussa oli niin paljon kaikkee haastatteluja”. K8

Uudenlaista uskallusta ja heittäytymiskykyä oli tullut etenkin televisioesiintymisen mukanaan tuoman näkyvyyden ja tunnettuuden ansioista. Eräskin haastateltu totesi, että ”kun on tuolla ollu mokaamassa, niin enää ei oo niin paineita”. Monet tunsivat olevansa nyt vahvempia esimerkiksi suhteessa esiintymisestään saamaansa negatiiviseen palautteeseen.

”Nykyään pystyy heittäytymään enemmän, ei mieli sitä et apua mitä muut ajattelee. Toi on opettanu kaiken lisäksi sen, että teit sä mitä tahansa niin aina löytyy ne jotka tykkää ja ne jotka ei tykkää. Parasta et tekee sen homman täysillä”. K4

Tunnettuuden koettiin lisänneen myös turvallisuudentunnetta esiintyessä.

”Ehkä mulla nyt on yleisön joukossa enemmän ihmisiä jotka tunnistaa kuka mä oon. Niin ehkä se on luonu turvaa että mä tiedän että mut tuntee siellä isompi joukko ihmisiä. Että ne tavallaan antaa anteeks tiettyjä juttuja kun ne tavallaan tuntee mut jo entuudestaan. Et mä ajattelen että yleisön joukossa on joku sellanen joka on nähny mun heikkoja hetkiä ja sit se antaa anteeks niitä, vaikka mun jännittämistä, ja voikin yllättyä vaikka positiivisesti”. K2

Tunnettuus oli aiheuttanut myös kielteisiä ajatuksia esiintymistä kohtaan. Kaksi haastateltua sanoi esiintymisen olevan nyt vaikeampaa, koska monilla ihmisillä oli jo jonkinlainen kuva tai mielipide heistä. Toinen heistä kertoi myös jättävänsä joskus julkisissa tilanteissa sanomatta jotain sellaista, mitä olisi ennen ohjelmaa ehkä voinut sanoa. Vaikka esiintymisjännityksen määrä olikin haastateltujen mielestä selvästi vähentynyt, totesi yksi haastateltu esiintymisen edelleen ”ahistavan ihan pirusti”.

Monelle haastatellulle Big Brother -ohjelma oli arkipäiväistänyt ajatusta esiintymisestä. Kaksi haastateltua totesi havainneensa, ettei esiintymiseen loppujen lopuksi sisältynyt mitään glamouria. Ammattiesiintyjäkkään ei enää pidetty mitenkään erikoislaatuina super-ihmisinä.

Esiintymistä katsottiin nyt tarkemmin myös työn näkökulmasta. Eräs haastateltu oli huomannut, että esimerkiksi pääsy esiintymään erilaisiin, etenkin haluamiinsa tilaisuuksiin, vaati kovaa työtä. Kaksi haastateltua piti esiintymistä selvästi työnä, josta tuli saada asiaankuuluva korvaus.

”Mulle se on työtä. Mielessä on aina se finanssipuolikin. Et ihan ilmaseks en lähtis esiintyy, taka-alalla aina vähä se et kyl mä siitä jotain haluan”. K9



Yksi haastatelluista kertoi esiintymisen kuuluneen omaan työhönsä jo ennen ohjelmaa, ja kokeneensa esiintymisen mukavana ja mielenkiintoisena osana työtä. Etenkin ohjelman jälkeiset esiintymistilanteet olivat vahvistaneet tätä ajatusta.

”BB:n jälkeisenä aikana mitä on itelle tarjoutunu mahdollisuuksia päästä esiintymään, on se vahvistanu sitä kuvaa, että tavalla tai toisella mä tykkään tehdä sitä, et onks se sitten lähipubissa bingoiltojen juontamista vai olla jotain muuta juttua tekemässä, mitä kaikkea se onkaan, mä en tiedä sitä vielä, mutta mä tykkään siitä, siinä on, siinä on jotain sellasta mistä mä tykkään, tai siinä on joku sellanen minkä takia se on musta hirveen hauskaa”.

K10

### 5.3.3 Yhteenveto

Kilpailijat sanoivat pääsääntöisesti pitävänsä esiintymisestä, ja arvelivat sen olevan yksi syy kilpailuun hakeutumiselle. Esiintymisestä pitäminen vaihteli kuitenkin esiintymistilanteittain, eikä esiintyminen kaikissa tilanteissa ollut miellyttävää. Kilpailijoiden aikaisemmat esiintymiskokemukset olivat tulleet enimmäkseen opiskelun ja työn kautta. Tv-esiintymiskokemustakin oli vajaalla puolella haastatelluista.

Hyvän esiintyjän tärkeimmiksi ominaisuuksiksi sanottiin asian, tilanteen ja itsensä hallinnan. Esiintyjän tuli olla myös mielenkiintoinen ja osata esittää asiansa mielenkiintoisesti tai vaihtoehtoisesti olla mielenkiintoinen persoona. Hyvässä esiintyjässä arvostettiin myös luonnollisuutta, spontaaniutta, inhimillisyyttä, sujuvapuheisuutta ja kykyä vuorovaikutukseen yleisön kanssa.

Omien esiintymistaitojen arviointi oli vaikeaa. Vahvuuksinaan haastateltavat pitivät persoonallisuuttaan tai jotain yksittäistä persoonallisuuden piirrettä, heittäytymiskykyä, sanavalmiutta ja valmistautumista. Suurimmiksi heikkouksikseen haastateltavat sanoivat puheen sujuvuuteen liittyvät ongelmat, kyvyttömyyden kontrolloida omaa toimintaansa esiintymistilanteessa sekä kokemuksen puutteen. Näiden lisäksi mainittiin persoonallisuuteen liittyviä asioita.

Esiintyminen Big Brotherissa oli vaikuttanut suurimmaksi osaksi myönteisesti kilpailijoiden ajatuksiin esiintymisestä. Moni sanoi saaneensa lisää esiintymisvarmuutta. Esiintymisestä Big Brotherissa puhuttiin, ”mokaamisena”, ja ohjelmassa mokaamisen ajateltiin jotenkin laskeneen täällä tavallisessa elämässä tapahtuvien esiintymisien kynnystä.

Joissakin tapauksissa oli käynyt päinvastoin. Näissä tapauksissa yleisön itseen suunnattujen jo olemassa olevien odotusten koettiin vaikeuttavan esiintymistä. Yleisesti kilpailu oli tehnyt esiintymisestä arkipäiväisempää ja sen vaatimukset olivat jossain määrin tulleet realistisemmiksi. Joillakin haastatelluilla mielenkiinto esiintymiseen oli kasvanut.

## 6 POHDINTA

### 6.1 Tutkimustulosten pohdintaa

#### 6.1.1 Big Brother esiintymisenä

Esiintyminen on monitulkintainen sana ja hyvin monenlainen toiminta voidaan katsoa esiintymiseksi. Tosi-tv:n yhteydessä esiintymisestä on puhuttu esimerkiksi näkyvyyden ja julkisuuden synonyymina (Roscoe 2001) sekä kykynä synnyttää dramaattisia tilanteita (Kilborn 2003, 75). Koska tämä tutkimus on puheviestinnän alan tutkimus, tarkasteltiin esiintymistä puheviestinnän alalle ominaisten määritelmien kautta. Esiintymistä keskityttiin tarkastelemaan erityisesti yleisöpuheen ja tv-esiintymisen näkökulmista.

Tarkasteltaessa Big Brotheriin osallistumista puheviestinnälle ominaisen esiintymisen näkökulmasta, voi miettiä, voiko sitä edes lähtökohtaisesti pitää esiintymisenä ja ovatko kilpailijat siinä merkityksessä esiintyjiä. Kerran viikossa lähetettävän päälähetysten juontaja sekä BB-Extran juontaja ovat eittämättä esiintyjiä. Heillä on tv-esiintymiselle tyypillisiä käyttäytymistapoja kuten kameraan katsomista ja katsojien puhuttelua (Isotalus 1996, 155). Jopa näissä ohjelmissa vierailevia haastateltavia voi jossain määrin pitää esiintyjinä.

Big Brotherin lähtöasetelma puheviestinnälle ominaiselle esiintymiselle on haastava. Kilpailijat on eristetty täysin muusta yhteiskunnasta. Ainoat sallitut kontaktit ovat keskustelut ”isoveljen” kanssa päiväkirjahuoneessa ja juontajan kanssa sunnuntailähetyksissä. Kilpailijoiden tulee olla myös jollain tavalla huomioimatta näkemiään kameroita, sillä säännöt kieltävät yhteydenottoyritykset ulkomaailmaan. Vuorovaikutus esiintyjän ja yleisön välillä taas kuuluu esiintymiseen. Tv-esiintyjä ei tosin välttämättä ole välittömässä yhteydessä yleisönsä eikä hänellä ole mahdollisuutta saada suoraa palautetta (Isotalus 1995, 88). Toisaalta Big Brotherin kohdalla kilpailijoiden ja yleisön välisenä vuorovaikutuksena ja palautteen muotona voisi pitää vaikka kilpailijoiden äänestämistä ulos talosta, mikä tapahtuu yleisön toimesta.

Tässä tutkimuksessa ei oltu kuitenkaan kiinnostuneita pelkästään siitä, voiko Big Brotheriin osallistumista tarkastella puheviestinnällisenä esiintymisenä. Ennen kaikkea oltiin kiinnostuneita siitä, kokivatko kilpailijat ohjelmaan osallistumisen esiintymisenä ja jos, niin minkälaisena esiintymisenä. Koska esiintymistä tosi-tv:n kontekstissa pidetään julkisuuteen liittyvänä asiana, haluttiin selvittää, näkyvätkö kilpailijoiden ajatukset julkisuudesta heidän ajatuksissaan esiintymisestä. Tarkastelen tässä luvussa esiintymisen kuvailuun sekä esiintymisen ja julkisuuden väliseen yhteyteen liittyviä keskeisiä tuloksia.

Tulosten perusteella vaikuttaa siltä, että kilpaileminen Big Brotherissa ei näyttäytynyt kilpailijoiden mielestä yksiselitteisesti esiintymisenä. Kokemukseen vaikutti esimerkiksi se, että Big Brotherista puuttui heidän mielestään sellaisia tekijöitä, jotka he esiintymiseen liittivät, kuten kontaktin yleisön kanssa ja mahdollisuuden säädellä itsestä syntyviä vaikutelmia. Kilpailijoiden ajatuksissa esiintymisestä näkyi ajatuksia kahdentasoisesta esiintymisestä: vaikutelmia oli sekä puheviestinnällisestä esiintymisestä että itsensä esittämisen ajatuksesta.

Esiintymiseen katsottiin kuuluvaksi muun muassa vuorovaikutus, esiintyjän rooli, yleisön olemassaolo ja mahdollisuus vaikuttaa itsestä syntyviin mielikuviin. Nämä kaikki ovat piirteitä, joita puheviestinnässä esiintymiseen liitetään (ks. esim. Isotalus 1995; Lederman 1992, 245; Sallinen-Kuparinen et al. 1982, 13; Stern & Henderson 1993, 16-17). Myös esiintymisen määrittely roolin kautta on jollain tavalla yhteydessä puheviestintään, sillä esiintymistilanteessa yleisöllä ja esiintyjällä on selkeät roolit (Trenholm & Jensen 1992).

Esiintyminen määriteltiin kuitenkin vahvimmin joksikin sellaiseksi toiminnaksi tai tilaksi, jossa ihminen ei voi olla oma itsensä. Tässä määrittelyssä rooli tarkoitti esimerkiksi näyttelijän ammattiin liittyvää, selkeästi toiseksi ihmiseksi muuttumista, mutta yhtä selkeästi rooli ja jonkinlainen esiintyminen katsottiin kuuluvaksi myös tavallisiin arkisiin sosiaalisiin tilanteisiin. Tuolloin esiintyminen kuvasi itsensä esittämistä. Tämänlainen ajatus esiintymisestä viittaa enemmän esimerkiksi Nikusen (2007, 5) näkemukseen arkielämän kokemisesta kokonaisvaltaisena performanssina. Kyseisen näemyksen mukaan ihmisellä on arjen askareissa kaiken aikaa ajatus esiintymisestä. Sen sijaan Zizekin (2002, 226) ajatusta siitä, että ihminen vetäisi jotain roolia myös yksin

ollessaan, ei näkynyt kilpailijoiden suhtautumisessa esiintymiseen. Eräskin kilpailija päinvastoin selkeästi erotti itsekseen olemisen esiintymisestä.

Valtaosa haastateltavista oli sitä mieltä, että Big Brotherissa kilpaileminen oli jotain muuta kuin esiintymistä. Tulokset osoittavat, että suurin syy siihen miksi Big Brotheriin osallistumista ei pidetty esiintymisenä, oli siinä, että kilpailua ei oltu ajateltu esiintymistilanteena vaan tavallisena elämänä. Eräs haastateltu sanoi, että hänen mielestään ohjelmaan osallistumisen idea ei edes ollut esiintymisessä vaan siinä, että jokainen yritti parhaalla mahdollisella tavalla elää yhdessä muiden kanssa. Tämä lienee myös yksi formaatin perusajatuksista, sillä ohjelmassa kilpailijoille annetut tehtävät mittaavat pitkälti ryhmän toimintaa ja yksilöiden sietokykyä. Myös pitkä eristyneisyys ja vuorovaikutus vain tiettyjen ihmisten kanssa koettelevat kärsivällisyyttä. Tästä syystä on helppo ymmärtää kilpailijoiden kokemusta Big Brother -talossa asumisesta yrityksenä elää tavallista elämää eikä esiintymisenä.

Big Brother katsottiin esiintymiseksi silloin, kun kilpailijan motiivi ohjelmaan osallistumisessa oli päästä esiintymään tai silloin, kun ohjelmaan kuuluvat viikko- tai päivätehtävät edellyttivät jonkin roolin ottamista. Tulosten perusteella kilpaileminen Big Brotherissa oli esiintymistä myös silloin, jos kilpailija esitti itseään.

Tuloksista nousi esiin se, että ohjelmaan osallistumista esiintymisenä määrittivät keskeisesti myös yleisön ja kameroiden tiedostamiseen liittyvät aktiivisen ja passiivisen tiedostamisen tasot. Puheviestinnän näkökulmasta esiintymiseen liittyvät olennaisesti esimerkiksi sekä yleisön aktiivinen tiedostaminen että tv-esiintymiseen liittyvän teknii-kan aktiivinen tiedostaminen kyseisessä tilanteessa (ks. esim. Isotalus 1995, 88; Samovar & Mills 1989, 322).

Tiedostamisen kaksi erilaista tasoa nousivat tukemaan kilpailijoiden muuta kokemusta Big Brotherista esiintymisenä. Vaikka kilpailijat olivatkin hyvin tietoisia siitä, että sekä yleisö että kamerat ovat osa kilpailua, ei niitä tiedostettu kaiken aikaa aktiivisesti kilpailun aikana. Ohjelman aikaista yleisön ja kameroiden tiedostamista kuvasi tiedostamisen passiivinen taso, tietäminen. Kamerat ja yleisö tiedostettiin aktiivisesti vain tilanteissa, joissa oli mahdollisuus päästä yleisökontaktiin, päiväkirjahuoneessa, intiimeissä tilanteissa, kun muisti olevansa jossain muualla kuin kotona tai kun keskustelunaiheen kos-

kettivat omia henkilökohtaisia asioita. Etenkin viimeksi mainitun kohdalla aktiivinen tiedostaminen oli saanut kilpailijat harkitsemaan omia sanoja. Tämä poikkeaa aikaisemmasta tutkimustiedosta, jonka mukaan tosi-tv-ohjelmat ovat yksityisyyden avaamisen foorumeita (Bignell 2005, 40-41). Tuloksista ei kuitenkaan selviä, kuinka pitkäkestoisia nämä aktiivisen tiedostamisen hetket olivat. On vaikea arvioida, olivatko hetket esimerkiksi vain välähdyksenomaisia vai tuntien, kenties päivien mittaisia, ja miten paljon ne näin ollen tosiasiaassa vaikuttivat kilpailijoiden toimintaan.

Kameroiden tiedostaminen oli ollut yleisön tiedostamista helpompaa. Tämä johtui siitä, että useat kamerat olivat jatkuvasti kilpailijoiden nähtävillä. Koska kameroiden ja yleisön tiedostamisen välillä oli näin selvä ero, merkitsee se myös sitä, että toisin kuin tv-esiintyjille yleensä, kilpailijoille kamera ei edustanut kanavaa yleisöön.

Tulokset osoittavat myös erään muun yleisöön liittyvän mielenkiintoisen asian. Vaikka kilpailijat olivatkin hetkittäin aktiivisesti tiedostaneet ulkopuolisen yleisön, pääsääntöisesti heidän toimintansa suuntana oli talon sisäinen yhteisö. Tämä näkyi esimerkiksi siinä, että itsestä syntyviä mielikuvia oli ajateltu lähinnä suhteessa siihen, minkälaisen kuvan kanssakilpailijat itsestä saisivat. Samoin esimerkiksi humalassa tehtyjen hölmöyksien kohdalla oli mietitty niiden mahdollisia vaikutuksia talon sisäisen yhteisön toimintaan. Valo (1995, 74) on todennut esiintymisen voivan tapahtua sekä julkisissa että yksityisissä tilanteissa, joten kilpailijoiden toiminta voisi kuvata esiintymistä. Roscoe (2001) puolestaan on sanonut Big Brotherissa esiintymisen olevan useamman tasoista ja yksi esiintymisen taso on kilpailijoiden esiintyminen toisilleen. Kukaan haastatelluista ei kuitenkaan maininnut kokeneensa kanssakilpailijoitaan yleisökseen.

Big Brother on tosi-tv-ohjelmien kentällä ohjelma, jonka yhteydessä yleisön merkitystä on korostettu (esim. Hautakangas 2006; Hill & Palmer 2002; Roscoe 2001). Big Brother on yksi interaktiivisimmista tosi-tv-ohjelmista, ellei jopa interaktiivisin. Big Brotherin yhteydessä yleisön ei toivota vain löytävän tv-ruutujen ääreen, vaan yleisöllä on merkittävä rooli ohjelman tekemisessä. Kilpailijat sanoivat olleensa tietoisia ohjelman ideasta ja siihen liittyvistä asioista, ja moni oli tutustunut myös Big Brotherin internetsivuihin ennen omaa osallistumistaan. Siksi voisi olettaa, että he olivat olleet tietoisia myös siitä, että yleisöllä oli mahdollisuus vaikuttaa ohjelman kulkuun. Kuitenkin se, että tätä asiaa

ei enää talossa tiedostettu tukee muita tuloksia siitä, että Big Brotherissa kilpailemista ei ajateltu esiintymisenä.

Tulokset paljastavat myös sen, että vaikka haastatellut olivat omalla kohdallaan sitä mieltä, että kilpailuun osallistuminen ei ollut ollut esiintymistä, ajatteli jokainen kuitenkin kansakilpailijoidensa kokeneet ohjelmaan osallistumisen esiintymisenä. Kansakilpailijoiden sanottiin heilutelleen ja jutelleen kameralle, jonka voidaan katsoa kuuluvaksi tv-esiintymiseen (Isotalus 1996, 155). Muiden ajateltiin olleen vielä itseä paremmin selvillä ohjelmaan liittyvistä asioista ja tiedostaneen sen, kuinka sellaisessa ohjelmassa tulisi esiintyä. Muiden koettiin toimineen myös suunnitelmallisemmin ja laskelmoidummin, miettineen minkälaisen kuvan halua itsestään antaa sekä tiedostaneen kamerat ja yleisön itseä useammin.

Tulokset osoittavat kilpailijoiden kokeneen, että oli olemassa jonkinlainen Big Brother -esiintyjän rooli. Muiden kilpailijoiden ajateltiin olleen tietoisia tästä roolista ja yrittäneen toimia sen mukaan. Tv-esiintymistä käsittelevissä tutkimuksissa on todettu esiintymisen olevan yhteydessä esiintyjän rooliin ja että tämä rooli voi jossain tapauksissa olla jonkinlainen odotuksiin sidottu sosiaalinen rooli. (Isotalus 1996). Tosi-tv:n kohdalla on myös sanottu, että kilpailijat tietävät, mitä heiltä odotetaan (Kilborn 2003, 76). Näiden tulosten pohjalta ei tosin vielä voi tehdä tulkintaa siitä, onko olemassa jokin Big Brother -esiintyjän rooli. Kilpailijoiden ajatukset asiasta olivat kuitenkin vain heidän omia tulkintojaan tilanteesta, koska kukaan ei omalla kohdallaan ainakaan tunnustanut yrittäneensä täyttää jonkin roolin vaatimuksia.

Tulokset kilpailijoiden ajatuksista julkisuudesta kertovat, että kilpailijoilla oli vahva tietoisuus tosi-tv-ilmiöstä ja siitä, mihin he olivat hyppäämässä mukaan. Kilpailijat olivat olleet ennen ohjelmaa myös tietoisia ohjelman saamasta julkisuudesta. Pienen poikkeuksen tekivät ensimmäisellä kaudella kilpailleet haastatellut, jotka olivat selvästi vähemmän osanneet arvioida ohjelman saaman julkisuuden määrää. Ero julkisuuden määrän tiedostamisessa ensimmäisen ja toisen tuotantokauden kilpailijoiden välillä on normaalia. Toisen kauden kilpailijat olivat osanneet hahmottaa julkisuuden paremmin kuin ensimmäisen kauden kilpailijat, sillä toisen kauden kilpailijoilla oli jo kokemus siitä, millaiseksi ilmiö voi muodostua. Tuon kokemuksen voisi ajatella toimivan kahteen suuntaan: joko kielteisempänä suhtautumisena kilpailua kohtaan tai systemaattisempaan

sinne pyrkimisenä. Tuloksissa ei kuitenkaan ollut viitteitä kummastakaan toimintatavasta.

Kilpailijoiden vahva julkisuustietoisuus ilmeni tuloksista myös siten, että Big Brotheriin liittyvän julkisuuden laatu ja sitä myöten itseän kohdistuvan julkisuuden laatu oli ollut kaikille haastateltaville selvä. Se ilmeni muun muassa niin, että julkisuuteen oli varauduttu ja sitä oli pohdittu paljon. Tulokset osoittavat, että kilpailijat olivat jakaneet mielessään julkisuuden ”ansaittuun” ja ”turhaan” julkisuuteen, ja tosi-tv-julkisuuden ajateltiin kuuluvan jälkimmäiseen. Tuloksista selviää, että kilpailijoiden käsitykset julkisuudesta olivat hyvin pitkälti samanlaisia kuin julkisuutta tutkineella Rojekilla (2001, 21). Toisin kuin voisi ajatella, suurimmalle osalle haastateltavia ei siis tuntunut olevan yhdentekevää se, millaista julkisuutta he saivat, vaan julkisuuden laadulla oli heille väliä. Näiden tulosten valossa Big Brother -ohjelmaan hakeutuminen julkisuuden vuoksi ei vaikuttanut kovin tavoitteelliselta.

Tuloksissa ei ole havaittavissa, että Big Brotheriin olisi hakeuduttu esimerkiksi puhtaasti julkisuuden vuoksi, kuten tosi-tv-ohjelmien hakeutumisen syyksi usein mainitaan. Sen sijaan julkisuus oli toiminut välineen tavoin, koska muutama haastateltu oli ajatellut ohjelman kautta saatavan julkisuuden edesauttavan uuden työn saamista. Hautakangas (2006, 157-158) on jo aiemmin tehnyt vastaavanlaisia havaintoja julkisuuden käytöstä oman uran edistäjänä. Big Brotherista saadun julkisuuden käyttäminen työnsaannin välineenä on ollut melko rohkeaa, sillä julkisuuden laatu on ollut kaikkien tiedossa. Ilmeisesti toive työstä on ollut niin suuri, että on haluttu ottaa riski.

Vahvin motiivi ohjelmaan osallistumiselle näyttäisi tulosten perusteella olleen halu ja tarve jonkinlaiseen henkilökohtaiseen muutokseen. Yllättävän moni haastatelluista oli hakenut elämälleen lisää sisältöä. Tosi-tv-ohjelmien on sanottu olevan paikkoja, joissa etsitään itseä (Biressi & Nunn 2005), joten tämä tutkimus vahvistaa aiemmin todettua. Tämä tutkimus vahvistaa myös muita jo aiemmin tosi-tv-ohjelmiin osallistumisen motiiveiksi luokiteltuja tekijöitä, kuten toivetta rahapalkinnosta tai halua kokeilla jotain uutta (Aslama 2002; Aslama et al. 2006, 10; Hautakangas 2005, 159). Tutkimuksessa ei kuitenkaan selvinnyt se, mikä Big Brother -ohjelmassa oli sellaista, että se oli valittu paikaksi etsiä itseään tai pitää hauskaa. Andrejevic (2004, 145) on tulkinnut tosi-tv-ohjelmien kautta saavutetun näkyvyyden toimivan avaimena esimerkiksi itsetuntemuk-



seen, mutta tämän tutkimuksen tuloksissa ei näy merkittäviä viitteitä tästä. Tuloksista voi sen sijaan nähdä, että haastatellut olivat saaneet ohjelmasta suurimmaksi osaksi sen mitä he olivat menneet sinne hakemaankin.

Edellä mainittujen tulosten perusteella julkisuus ei siis ole ollut kovin suuri motiivi ohjelmaan osallistumiseen. Kilpailijoilla näytti olleen realistinen kuva julkisuudesta, joka säilyi melko samanlaisena ohjelman jälkeenkin. Tuloksista on kuitenkin nähtävissä, että esimerkiksi vajaa puolet haastateltavista mainitsi olleensa jo ennen Big Brother -ohjelmaa julkisuudessa jonkin muun tv-ohjelman yhteydessä. Tästä aiemmasta kokemuksesta ei kuitenkaan puhuttu Big Brotheriin hakeutumisen motiivina tai kimmokkeena.

Tulosten perusteella kilpailijoiden ajatuksissa esiintymisestä ja julkisuudesta on nähtävissä pieniä yhteyksiä. Ensiksikin tulokset osoittavat, että kilpailijat kokivat esiintymisen ammattiin tai työhän liittyvänä osana kun taas julkisuus yleisesti ottaen oli jotain kepeämpää. Työkseen esiintyvät ihmiset saattoivat olla kuitenkin myös julkisuuden henkilöitä, mutta heidän julkisuutensa oli ”ansaittua” toisin kuin he kokivat tosi-tv-ohjelman kautta saatavan julkisuuden olevan. Vaikka Big Brotherista saatavan julkisuuden laatu oli ollut kaikille niin selvää, oli kahdella haastatellulla ollut toiveita saada sen kautta työtä eli ikään kuin siirtyä esiintyjäksi. Muiden kohdalla vastaavanlaista ajatuskuviota ei tulosten perusteella ollut nähtävissä.

Toiseksi tuloksista voi nähdä, että mikäli itsensä esittäminen tulkitaan julkisuustyyppiseksi esiintymiseksi, niin silloin ajatukset julkisuudesta ovat vaikuttaneet ajatuksiin esiintymisestä. Ainakin yksi haastateltavista kertoi hieman esittäneen itseään ja ohjelmassa esiintymistä kuvailtiin myös muiden kilpailijoiden osalta itsensä esittämisen kautta.

Kaikkien edellä esiteltyjen tulosten perusteella voi todeta, että osallistuminen Big Brotheriin ei haastateltavien mielestä ollut ensisijaisesti esiintymistä, vaan se oli ajateltu ennen kaikkea tavallisena elämänä. Myöskään puitteet eivät olleet mahdollistaneet niitä tekijöitä, joita kilpailijat esiintymiseen katsoivat kuuluvaksi. Niissä määritelmissä, joissa ohjelmassa kilpailemista kuvailtiin esiintymiseksi, sitä kuvailtiin pääasiassa muiden kuin puheviestinnälle ominaisin esiintymisen käsittein. Mikäli kilpaileminen Big Brot-

herissa halutaan nähdä esiintymisenä, on se tämän tutkimuksen tulosten perusteella puheviestinnälle ominaista esiintymistä enemmän jonkinlaista roolileikkiä tai itsensä esittämistä, mutta ei toisaalta niin vahvasti julkisuusohjautunutta kuin esimerkiksi Roscoe (2001) on sanonut.

### **6.1.2 Big Brother suomalaisessa puhekuulttuurissa**

Tulosten perusteella Big Brother -kilpailijat suhtautuivat esiintymiseen varsin myönteisesti. Tämä poikkeaa jonkin verran aikaisemmista tutkimuksista, joissa on tarkasteltu suomalaisten suhtautumista esiintymiseen. Suomalaiset ovat perinteisesti kokeneet esiintymisen ja esiintymistilanteet vaikeina, ja niihin on liittynyt kielteisiä tuntemuksia (Sallinen-Kuparinen 1986). Esiintymismyönteisyys mainittiin myös jonkinlaisena edellytyksenä Big Brotheriin osallistumiselle.

Selitystä kilpailijoiden esiintymismyönteisyydelle voi hakea esimerkiksi siitä, että kilpailijoilla vaikuttaisi olleen tilaisuuksia päästä esiintymään. Vaikka esiintymiskokemukset eivät olleetkaan mitenkään erityisen poikkeavia, niin niitä on näyttänyt olleen jokaisella. Kouluaikeisten esiintymisten lisäksi monen haastatellun senhetkinen työ piti sisällään esiintymistä jossain muodossa. Esiintyminen kuului monella myös osaksi harrastusta. Sen lisäksi vajaan puolella haastatelluista oli kokemusta tv-esiintymisestä.

Tulokset osoittavat, että kilpailijat arvostivat esiintyjässä hyvin samoja asioita kuin suomalaiset esimerkiksi Sallinen-Kuparisen (1986) ja Valkosen (2003) tutkimuksissa. Arvostetuimpina ominaisuuksina esiintyjällä haastatellut pitivät asian osaamista. Suomalaiset ovat tutkimusten mukaan asiakeskeisiä ja puheella on ollut informatiivinen merkitys niin yleisöpuhetilanteessa kuin tv-esiintymisessäkin (Isotalus 1996; Sallinen-Kuparinen 1986). Tuloksissa näkyi kilpailijoiden arvostus myös esiintyjän sujuvuutta, persoonallisuutta ja mielenkiintoisuutta kohtaan sekä esiintyjän kykyyn ylläpitää vuorovaikutusta yleisön kanssa. Nämäkin tulokset tukevat aikaisempia tutkimuksia.

Tulosten perusteella haastatellut arvioivat omia vahvuuksiaan esiintyjänä hieman eri tavalla kuin esimerkiksi Valkosen (2003) tutkimuksen lukiolaiset. Lukiolaiset kokivat

hallitsevansa parhaiten sanoman sisältöön ja ilmaisutapaan liittyvät taidot. Haastatellut taas nimesivät suurimmiksi vahvuuksikseen oman persoonallisuutensa ja uskalluksen heittäytyä tilanteeseen sekä sanavalmiuden. Ero lukiolaisten ja kilpailijoiden vahvuuksien arvioinnissa osoittaa sen, että kilpailijat sitovat esiintymistaidot vahvemmin suoraan persoonallisuuteen kuuluviksi. Tuloksista näkyy myös se, että haastatellut kokivat vahvuuksikseen samoja asioita, mitä esiintyjässä arvostivat. Esiintymismyönteisyys näytti siis vaikuttaneen myös omien taitojen arvioinnissa, vaikka taitojen arviointi tuntuikin hieman vaikealta.

Omien kehittymistä kaipaavien esiintymistaitojen arviointi on taas verrattavissa aikaisempiin tutkimuksiin. Suurin huolenaihe haastatelluilla oli puheen sujuvuuteen liittyvissä asioissa. Puheen sujuvuuden toivomus kuvastaa suomalaisen puhekuulttuurin odotuksia virheettömyydestä ja sujuvuudesta (Sallinen-Kuparinen 1986). Sen lisäksi haastatellut kokivat vaikeudeksi kontrolloida omaa toimintaansa esiintymistilanteissa. Vaikka haastatelluilla vaikuttaisi olleen myös esiintymiskokemuksia, kokivat he myös kokemusten puutteen ongelmaksi. Pörhölä (1997) on ehdottanut suomalaisten esiintymistaidon puutteen syyksi kouluopetuksen vähäistä suullisen viestinnän osuutta. Kenties haastatellut ovat peilanneet ajatustaan esiintymistaidon määrästä juuri koulussa olleisiin esiintymistilanteisiin. Tai sitten kyse on yksikertaisesti suomalaisesta vaatimattomuudesta.

Big Brother -kokemus näytti tulosten perusteella muuttaneen haastateltujen suhtautumista esiintymiseen. Monet sanoivat saaneensa lisää rohkeutta ja itsevarmuutta. Ohjelmassa ”mokaamisen” jälkeen ei ollut enää niin paljon paineita ja itseen kohdistuvan kritiikin kesti paremmin. Kokemus kilpailussa oli kehittänyt monipuolisesti. Vaikka Big Brotherissa kilpailemista ei yksiselitteisesti pidettykään esiintymisenä, näyttää sillä silti olleen vaikutusta esiintymisen kokemiseen.

Edellä esiteltyjen tutkimustulosten perusteella voi todeta, että tutkimukseen osallistuneet kilpailijat ovat melko tyypillisiä suomalaisia mitä tulee esiintymistaitojen arvostukseen ja arviointiin. Sen sijaan suhtautuminen esiintymiseen on myönteisempää kuin aikaisemmissa tutkimuksissa. Tulosten perusteella on kuitenkin ennen aikaista sanoa, onko suomalaisessa puhekuulttuurissa tapahtunut tai tapahtumassa jotain muutoksia suhteessa esiintymisen kokemiseen. Tämä jo siitäkin syystä, että esiintyminen on hyvin

monitulkintainen sana, ja kuten tutkimuksessakin ilmeni, esiintymiseksi katsotaan esimerkiksi itsensä esittäminen.

Vaikka kilpailijat vaikuttivatkin olevan varsin esiintymismyönteisiä, ei tulosten pohjalta voi tehdä aukotonta johtopäätöstä siitä, että Big Brother -ohjelmaan osallistuvat ihmiset muodostaisivat ryhmän, jossa esiintyminen nähdään poikkeuksellisen positiivisena kokemuksena. Tulosten perusteella voi tulkita, että Suomen Big Brotherin kahden ensimmäisen kauden kilpailijat suhtautuivat esiintymiseen myönteisesti. Laajempien johtopäätösten tekeminen vaatisi laajempia tutkimuksia. Siitä syystä kysymys esiintymismyönteisyydestä kilpailuun osallistumisen motiivinakin on hankala. Toisaalta mikäli myönteistä suhtautumista esiintymiseen pidettiin yhtenä edellytyksenä ohjelmaan osallistumiseen, miksei se voisi olla myös yksi osallistumisen syy.

## **6.2 Tutkimuksen arviointi**

Laadullisen tutkimuksen arviointi on aina jossain määrin hankalampaa kuin määrällisen. Syy tälle on tutkijan osallisuudessa havaintojen ja tulkintojen tekijänä. Laadullisen tutkimuksen tulkinta on pitkälti kiinni tutkijan omasta kokemusmaailmasta ja sen yhteneväisyydestä tutkittavien kokemusmaailmojen kanssa. Tutkija on tutkimuksen keskeisin tutkimusväline, ja näin ollen luotettavuuden arviointi koskee koko tutkimusprosessia. (Eskola & Suoranta 1998)

Tutkimukseen vaikuttaa aina tutkijan oma kokemus sekä itse tutkimuksen tekemisestä että tutkimusmenetelmien ja analyysimenetelmien hallinnasta. Tässä tapauksessa tutkijalla oli jonkin verran kokemusta tutkimuksen tekemisestä. Haastattelumenetelmä aineiston keräämisessä ja sisällönanalyysi tulosten analysoinnissa olivat ennalta tuttuja. Haastattelu on kuitenkin tilanne, joka vaihtelee haastateltavien mukaan. Haastattelun aihe oli myös sellainen, josta tutkijalla ei ollut omakohtaista kokemusta. Tutkija ja haastateltavat kuuluivat kuitenkin samaan sukupolveen, joten tietynlaisen yhteneväisen kokemusmaailman hahmottaminen oli helpompaa.

Haastattelu menetelmänä sopi kyseiseen tutkimukseen. Aslaman, Lehtisen ja Toivasen (2006) tutkimuksessa, jossa tutkittiin Big Brotheriin osallistuneiden kokemuksia, käytettiin haastattelujen rinnalla myös kilpailijoiden kirjoittamia esseitä aiheesta. Esseen tai kirjoitelman käyttö olisi voinut olla hyvä vaihtoehto tai lisä myös tämän tutkimuksen kohdalla. Esiintymisen määrittelemisen haastattelutilanteessa oli monelle kilpailijalle vaikeaa, ja kenties kirjoittamalla ja itse rauhassa miettimällä asia olisi ollut helpompi jäsentää. Haastattelu on myös tilanne, jossa ihminen ei välttämättä uskalla tai halua sanoa sitä mitä oikeasti ajattelee. Tässä tutkimuksessa käsiteltiin aihetta, jonka puitteissa ihmiset saattavat yrittää antaa sosiaalisesti hyväksyttäviä vastauksia. Toisaalta haastattelujen ilmapiiri tuntui leppoisalta ja haastateltavat puhuivat vuolaasti.

Sekä laadullisessa että määrällisessä tutkimuksessa luotettavuuden arviointina käytetään reliabiliteettia ja validiteettia. Laadullisen tutkimuksen kohdalla kyseisten käsitteiden käyttöä on kuitenkin kritisoitu siitä, että ne ovat syntyneet määrällisen tutkimuksen piirissä ja vastaavat lähinnä vain määrällisen tutkimuksen tarpeita. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 133.) Mäkelä (1990) on laadullisen tutkimuksen kohdalla kiinnittänyt huomiota aineiston yhteiskunnalliseen merkittävyyteen ja riittävyteen, analyysin kattavuuteen arvioitavuuteen ja toistettavuuteen. Tätä tutkimusta arvioidaan näiden seikkojen kautta.

Aineiston merkittävyys tarkoittaa aineiston tärkeyttä. Tutkimuksen aihe, tosi-tv-ohjelma, herättää helposti ristiriitaisia ja negatiivisiakin ajatuksia. Aihe saatetaan kokea pinnalliseksi. Big Brother -ohjelmaa on tutkittu paljon, mutta valtaosa tutkimuksista keskittyy tarkastelemaan aihetta yleisön näkökulmasta. Tarvitaan siis tietoa toisen osapuolen, kilpailijoiden kokemuksista. Kilpailijat ovat usein erittäin kovan kritiikin kohteina ja heidän motiivejaan ja ajatuksiaan tulkitaan iltapäivä- ja sensaatiolehtien perusteella. Tutkittu tieto aiheesta on siksikin hyödyllistä.

Tutkimus on merkittävä myös siksi, että puheviestinnän tieteenalalla Big Brother -ohjelmaa ei ole tiettävästi kovin paljon tutkittu. Puheviestinnällisen esiintymisen näkökulma aiheeseen on uusi. Tulokset osoittivat, että kilpailemista Big Brotherissa ei juuri voi sanoa puheviestinnälle ominaiseksi esiintymiseksi. Tutkimukset osoittivat kuitenkin myös sen, että vaikka kilpaileminen Big Brotherissa ei olisikaan esiintymistä, vaikuttivat siitä saadut kokemukset myönteisesti siihen, miten kilpailijat pääsääntöisesti suhtautuivat esiintymiseen kilpailun jälkeen. Ja vaikka tutkimus osoitti, että Big Brotherissa

kilpailleilla on varsin samansuuntaiset ajatukset itsestään esiintyjänä kuin suomalaisilla perinteisesti on ollut, osoittautui kilpailijoiden suhtautuminen esiintymiseen myönteiseksi. Tämä on mielenkiintoinen lisä sekä puheviestinnän tutkimukselle että tosi-tv:stä ja Big Brotherista tehdyille tutkimukselle.

Aineistoa tutkimuksessa oli riittävästi. Tutkimusta aloitettaessa mahdollisia tutkittavia oli kolmekymmentä ja kymmenen heistä, eli 1/3 osallistui tutkimukseen. Tuloksista voitiin siis tehdä johtopäätöksiä. Tutkimuksessa pyrittiin pitämään mielessä myös analyysin kattavuuden kriteeri. Jokaisen haastatellun kokemuksille haluttiin antaa tilaa, yleispäteviä päätelmiä tutkimustuloksista yritettiin välttää.

Analyysin arvioitavuus tarkoittaa sitä, että lukija pystyy seuraamaan tutkijan päättelyä (Mäkelä 1990). Toistettavuus tarkoittaa taas sitä, että samasta aineistosta toinen tutkija voi tehdä samoja tulkintoja Tutkijan päättelyn seurattavuutta voi helpottaa esimerkiksi lisäämällä tekstiin katkelmia haastatteluista. (Eskola & Suoranta 1998). Tässä tutkimuksessa käytettiin katkelmia haastatteluista. Laadullisessa tutkimuksessa arvioitavuutta ja toistettavuutta ei voi täysin taata, koska tutkimus perustuu paljon tutkijan ominaisuuksille.

Tutkimukseen osallistuneet olivat kahden ensimmäisen tuotantokauden kilpailijoita. Tällä hetkellä Suomessa on kilpailtu Big Brotherissa jo neljän tuotantokauden verran. Jatkotutkimusta ajatellen, nyt olisi mielenkiintoista tarkastella kolmannen ja neljännen tuotantokauden kilpailijoiden ajatuksia esiintymisestä ja verrata tähän tutkimukseen. Lisätutkimuksen jälkeen voitaisiin tehdä jo jonkinlaisia isompia johtopäätöksiä kilpailijoiden ajatuksista esiintymisestä ja julkisuudesta sekä suhtautumisesta itseesi esiintyjänä.

Puheviestinnän tutkimukselle Big Brother voisi tarjota mielenkiintoisen tutkimusnäkökulman ryhmäviestinnän puolelta. Huolimatta siitä, että Big Brother on pohjimmiltaan yksilökilpailu, on toiminnan konteksti tavallisimmin ryhmä. Formaatti itsessään perustuu jo pitkälti ryhmässä elämisen ja toimimisen haasteille. Tämän tutkimuksen tulokset osoittivat, että kilpailijat määrittelivät toimintaansa suhteessa muihin kilpailijoihin, ja että vuorovaikutuksen suunta oli talossa asuvaan yhteisöön, ei niinkään ulkopuoliseen

yleisöön. Televisiosta katsottuna Big Brother -talon asukasyhteisön muodostuminen ja vuorovaikutus ryhmän yksilöiden välillä vaikuttaa tutkimisen arvoiselta asialta.

## KIRJALLISUUS

Almonkari, M. 2000. Esiintymisvarmuutta etsimässä. Yliopisto-opiskelijoiden oppimisen ja jännittämisen kokemukset esiintymistaidon kursseilla. Jyväskylän yliopisto. Puheviestinnän lisensiaatintyö.

Almonkari, M. 2007. Jännittäminen opiskelun puheviestintätilanteissa. Jyväskylän yliopisto. Jyväskylä studies in humanities 86.

Altheide, D. & R. Snow 1988. Towards a theory of mediation. Teoksessa J. Anderson (toim.) Communication yearbook 11. Newbury Park: Sage, 194-223.

Andrejevic, M. 2004. Reality TV. The work of being watched. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.

Aslama, M. 1994. Privaatti Pyykkö eli keskusteluohjelmat ja yksityinen alue televisiossa. Teoksessa H. Kasari (toim.) Radio- ja televisiotutkimuksen vuosikirja 1994. Helsinki: YLE, 87-100.

Aslama, M. 2002. Tosi-tv:n todellinen maailma. Teoksessa H. Heikkilä & M. Helminen (toim.) Journalismikritiikin vuosikirja 2002. Tiedotustutkimus 1/2002. Journalismin Tutkimusyksikkö, 162-169

Aslama, M. 2006. MOT: Tapaus BB. Tiedotustutkimus 4, 5-6

Aslama, M. Lehtinen, P. & Toivanen, M. 2006. Kaksitoista totuutta Big Brotherista – osallistujien kokemuksia tosi-tv:stä. Tiedotustutkimus 4, 7-23

Bignell, J. 2005. Big Brother. Reality tv in the twenty-first century. Basingstoke: Palgrave MacMillan.

Blåfield, V. & Sharma, L. 2007. Ken leikkiin ryhtyy...Julkisuuden himo ja hinta. Jyväskylä: Gummerus Kustannus Oy



Bryant, J. & R. Street Jr. 1988. From reactivity to activity and action: an evolving concept and Weltanschauung in mass and interpersonal communication. Teoksessa R. Hawkins, J. Wiemann & S. Pingree (toim.) *Advancing communication science: Merging mass and interpersonal processes*. Newbury Park: Sage, 162-190.

Carbaugh, D. 2009. Coding personhood through cultural terms and practices: silence and quietude as a Finnish natural way of being. Teoksessa R. Wilkins & P. Isotalus (toim.) *Speech culture in Finland*. Lanham (Md): University press of America, 43-61.

Cathcart, R & Gumpert, G. 1983. Mediated interpersonal communication: Toward a new typology. *Quarterly Journal of Speech* 69, 267-277.

Frey, L.R. & Botan, C.H. & Kreps G.L. 2000. *Investigating Communication. An introduction to research methods*. Allyn & Bacon: Boston.

Ellis, J. 1982. *Visible fiction. Cinema, television, video*. London: Routledge.

Ellis, J. 2004. *Seeing things: television in the age of uncertainty*. London: Tauris

Fiske, J. 1987. *Television culture*. London: Routledge.

Hautakangas, M. 2004. Todellisuustelevision ydin: vertaismelodraama? Tarkastelussa unelmien poikamies. *Lähikuva* 1, 6-23.

Hautakangas, M. 2005. Tavikset, tunteet ja moraalitv-viihteenä. Todellisuustelevision anatomiaa. Teoksessa J. Rahkonen (toim.) *Journalismikritiikin vuosikirja 2005*. Tiedotustutkimus 1/2005. *Journalismin tutkimusyksikkö*, 150-160

Hautakangas, M. 2006. Aktivoitu yleisö Suomen Big Brotherin internetkeskustelupalstalla. *Tiedotustutkimus* 4, 24-40

Hellweg, S. A., M. Pfau & S. R. Brydon 1992. *Televised presidential debates*. New York: Praeger.

- Hietala, V. 1991. Tv-uutiset viihteenä ja populaarikulttuurina. *Tiedotustutkimus* 14, 5-12.
- Hietala, V. 2000. Tosi-tv: Neorealismia vai realismin simulaatiota. *Lähikuva* 4, 31-38.
- Hill, A. & 2002. Big Brother. The real audience. *Television & New Media* 3, 323-340.
- Hill, A. 2005. Reality tv. Audiences and popular factual television. London: Routledge.
- Hill, A. & Palmer, G. 2002. Big Brother. *Television & New Media* 3, 251-254.
- Hirsjärvi, S & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Huff, R.M. 2006. Reality television. Westport: Praeger.
- Hofstede, G. 1986. Cultures's consequences: international differences in work-related values. Beverly Hills: Sage.
- Isotalus, P. 1990. Onko toimittajan televisioesiintymisellä merkitystä? *Tiedotustutkimus* 13, 39-45.
- Isotalus, P. 1995. Mitä esiintymistaito on? Puhetaiteen, yleisöpuheen ja mediaesiintymisen yhteisiä piirteitä etsimässä. Teoksessa M. Valo (toim.) Haasteita puheviestinnän opetukseen. Jyväskylä: Jyväskylän yliopiston julkaisuja, 83-98.
- Isotalus, P. 1996. Toimittaja kuvaruudussa. Televisioesiintyminen vuorovaikutuksen näkökulmasta. Jyväskylän yliopisto. *Jyväskylä studies in communication* 5.

Isotalus, P. 2000. Tunteita ja reaktioita televisiossa. Ahon ja Halosen nonverbaalinen viestintä. Teoksessa P. Isotalus & E. Aarnio (toim.) *Presidentti 2000. Mistä vaalit on tehty?* Jyväskylä: Sophi, 155-173.

Kanto, A. 2008. Tyttö lööpissä. *Me* 9/2008, 10-13

Keskinen, R. 1995. Puhetaidon traditiot Suomessa. Teoksessa M. Valo (toim.) *Haasteita puheviestinnän opetukseen*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopiston julkaisuja, 5-17.

Kilborn, R. 1994. 'How Real Can You Get?': Recent Developments in 'Reality' Television. *European Journal of Communication* 9, 421-439.

Kytömäki, J. & Savinen, A. 1993. Terveisiä katsojilta. Palautetutkimuksen televisiota koskevien keskustelujen analyysi. Helsinki: Yleisradio.

Lederman, L.C. 1992. Public Speaking. Teoksessa L.C. Lederman (toim.) *Communication Pedagogy*. Norwood: Alex Publishing, 241-257.

Lehtonen, J. & Sajavaara, K. 1987. The silent finn. Teoksessa D. Tanner & M. Saville-Troike (toim.) *Perspectives on silence*. New Jersey: Ablex Publishing Corporation, 193-201.

Lewis, J. 1990. Are you receiving me? Teoksessa A. Goodwin & G. Whannel (toim.) *Understanding television*. London: Routledge, 153-164.

Lorenzo-Dus, N. 2005. A rapport and impression management approach to public figure's performance of talk. *Journal of Pragmatics* 37, 611-631.

Mancini, P. 1988. Simulated interaction: how the television journalist speaks. *European Journal of Communication* 3, 151-166.

Markus, H. R. & Kitayama, S. 1991. Culture and the self: implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review* 98, 224-253.

Markus, H. & Kitayama, S. 1994. A collective fear of collective: implication for selves and theories of selves. *Personality and Social Psychology Bulletin* 20, 568-579.

McCroskey, J. 1978. Validity of the PRCA as an index of oral communication apprehension. *Communication Monographs* 45, 192-203.

McCroskey, J & Richmond, V. 1987. Willingness to communicate. Teoksessa J. McCroskey & J. Daly (toim.) *Personality and interpersonal communication*. Newsbury Park: Sage, 129-156.

Menzel K. E & Carrell L. J. 1994. The relationship between preparation and performance in public speaking. *Communication Education* 43, 17-26.

Meyrowitz, J. 1985. *No sense of place: the impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University Press.

Miettinen, J. 1991. Havaintoja tiedotusvälineiden luotettavuudesta. Tutkimusalueen hahmottelua. Helsingin yliopisto. Tiedotusopin laitoksen julkaisuja 9.

Montgomery, M. 2001. Defining 'authentic talk'. *Discourse Studies* 3, 397-405.

Mäkelä, K. 1990. Kvalitatiivisen aineiston arviointiperusteet. Teoksessa K. Mäkelä (toim.) *Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta*. Helsinki: Gaudeamus, 42-61.

Norton, R. 1983. *Communicator style. Theory, applications, and measures*. Beverly Hills: Sage.

Okabe, R. 1983. Cultural assumptions of east and west. Japan and United States. Teoksessa W. B. Gudykunst (toim.) *Intercultural communication theory. Current perspectives*. Beverly Hills: Sage, 21-44.

Palmer, G. 2002. Big Brother. An experiment in governance. *Televisio & New Media* 3, 295-308.

Pfau, M. 1990. A channel approach to television influence. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 34, 195-214.

Pörhölä, M. 1997. Trait anxiety, experience, and the public speaking state responses of Finnish university students. *Communication Research Reports* 14, 367-384.

Rojek, C. 2001. *Celebrity*. London: Reaktion Books.

Roscoe, J. 2001. Big Brother Australia. Performing the 'real' twenty-four-seven. *International Journal of Cultural Studies* 4, 473-488.

Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. 2005. Tutkimushaastattelu ja vuorovaikutus. Teoksessa J. Ruusuvuori & L. Tiittula (toim.) *Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*. Tampere: Vastapaino, 22-56.

Sallinen-Kuparinen, A. 1986. Finnish communication reticence. Perceptions and self-reported behavior. *Jyväskylän yliopisto. Studia Philologia Jyväskyläensia* 19.

Sallinen-Kuparinen, A. 1987. Televisioesiintyminen, mediaretoriikka ja poliittinen vaikuttaminen. *Politiikka* 29, 120-133.

Samovar, L. A. & J. Mills 1989. *Oral communication. Message & response*. Dubuque: Wm. C. Brown Publishers.

Savaspuro, M. & Bhose, C. 2005. Ottakaa minut televisioon! *Kauppalehti, Presso* 40. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Kauppalehti, 14-18.

Scannell, P. 1991. Introduction: the relevance of talk. Teoksessa P. Scannell (toim.) *Broadcast talk*. London: Sage, 1-13.

Stern, C.S. & Henderson, B 1993. *Performance. Texts and contexts*. New York: Longman.

Tincnell, E. & Raghuram, P. 2002. Big Brother. Reconfiguring the “active” audience of cultural studies? *European Journal of Cultural Studies* 5, 199-215.

Ting-Toomey, S. & Chung, L. 1996. Cross-cultural interpersonal communication: theoretical trends and research directions. Teoksessa W.B. Gudykunst, S. Ting-Toomey & T. Nishida (toim.) *Communication in personal relationships across cultures*. Thousand Oaks: Sage, 237-261.

Tuomi, J & Sarajärvi, A. 2002. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.

Valkonen, T. 2003. Puheviestintätaitojen arviointi. Näkökulmia lukiolaisten esiintymis- ja ryhmätaitoihin. Jyväskylän yliopisto. *Jyväskylä studies in humanities* 7.

Wiio, J. 2004. Tosi-tv:n myötä edessä on television uudelleenmäärittelyn aika. *Tiedotustutkimus* 4-5/2004.

Zizek, S. 2002. Big Brother, or, the triumph of the gaze over the eye. Teoksessa T. Y. Levin, U. Frohne & P. Weibel (toim.) *CTRL [Space] Rhetorics of surveillance from Bentham to Big Brother*. Cambridge, Mass: MIT Press, 224-227.

#### Internetlähteet

[http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv\\_vuosi\\_2006\\_tilaisuus.pdf](http://www.finnpanel.fi/tulokset/tv_vuosi_2006_tilaisuus.pdf). Luettu 28.10.2006

[http://fi.wikipedia.org/wiki/Big\\_Brother](http://fi.wikipedia.org/wiki/Big_Brother). Luettu 24.10.2008

<http://subtv.fi/bigbrother2006/saannot.html>. Luettu 3.4.2009

## **Tietoisuus**

### **Tietoisuus yleisöstä**

- tiedostitko sen, että teillä oli yleisöä, miksi sen unohtaa
- tiedostiko, että sinut voidaan nähdä 24/7
- oliko sellaisia päiviä tai hetkiä jolloin yleisön muisti helpommin
- oliko sellaisia hetkiä tai tilanteita jolloin et koskaan kokenut olevasi yleisön nähtävissä tai kuultavissa
- olivatko mielestäsi esim. kahdenkeskiset keskustelut talossa yksityisiä vai julkisia
- kaduitko koskaan jotain sanomaasi tai tekemääsi siksi, että olit tehnyt sen yleisö nähden, miksi
- kaduitko jotain mitä jätit sanomatta tai tekemättä, miksi
- tiedostitko talossa olevat kamerat, miksi, miten
  - o miksi ne on helppo unohtaa
  - o milloin niitä ei unohda

### **Oman toiminnan tietoinen säätely**

- mietitkö ennen taloon menoa sitä, minkälaisen kuvan haluaisit itsestäsi antaa
  - o mietitkö sitä talossa
  - o oliko joku suunnitelma
  - o pystyikö pitämään sen
- pyritkö tietoisesti välttämään/korostamaan joitakin puolia itsestäsi, miksi
- ajattelitko talossa, että muilla kilpailijoilla oli jotain suunnitelmia/että he esittivät jotain muuta kuin mitä oikeasti olivat

## **Esiintyminen**

### **Esiintymisen kokeminen ja määrittäminen**

- oliko BB-talossa oleminen mielestäsi esiintymistä, miksi, miksi ei
- mitä esiintyminen mielestäsi on

### **Ajatukset esiintymisestä ennen ja jälkeen kilpailun**

- pidätkö esiintymisestä
- minkälaisia esiintymiskokemuksia sinulla oli ennen kilpailua
- minkälainen on mielestäsi hyvä esiintyjä, miksi
- omat vahvuutesi/heikkoutesi esiintyjänä

- onko talossa viettämäsi aika vaikuttanut siihen, miten suhtaudut esiintymiseen

### **Julkisuus**

#### **Motiivit hakeutua ohjelmaan**

- oliko BB sinulle ennestään tuttu ohjelma
- mikä sai sinut hakemaan ohjelmaan
- olitko tietoinen siitä, että ohjelma saa julkisuudessa paljon huomiota
- olitko varautunut ohjelman myötä mahdollisesti seuraavaan julkisuuteen

#### **Suhde julkisuuteen**

- oletko ollut julkisuudessa ennen ohjelmaa, jos, millaisia kokemuksia
- mitä ajattelit julkisuudesta ja julkisuudessa elävistä ihmisistä ennen ja jälkeen kilpailun
- onko ohjelmassa esiintyminen vaikuttanut elämääsi jotenkin, miten
  - o toivoitko sen vaikuttavan, miten



## liite 2 Saatekirje kilpailijoille

Hei!

Opiskelen Tampereen yliopistossa puheviestintää ja teen graduani tosi-tv:ssä, tarkemmin ottaen Big Brother -ohjelmassa esiintymisestä. Tosi-tv:tä on tutkittu monellakin tapaa ja useasta näkökulmasta, ei kuitenkaan esiintymisen tai esiintyjän itsensä perspektiivistä. Siksi tämä tutkimus on sekä yhteiskunnallisesti että viestinnän tieteenalan kannalta mielenkiintoinen.

Esiintyminen tosi-tv:ssä on uudenlaista esiintymistä sekä esiintymisen että tv-esiintymisen näkökulmista. Tutkimuksessa on tarkoitus selvittää BB-talossa olleiden kokemuksia tosi-tv:ssä esiintymisestä sekä ajatuksia itsestä esiintyjänä. Tutkimuksessa tarkastellaan sitä, onko BB-talossa oleminen esiintymistä, ja jos on, minkälaista esiintymistä se on.

Ilman tutkimuskohdetta ei ole tutkimustakaan, ja siksi käännyin teidän puoleenne. Teillä on Suomen mittakaavassa ainut kokemus BB-talossa elämisestä ja olemisesta, ja olisin enemmän kuin kiitollinen, jos haluaisitte jakaa kokemuksianne tutkimuksessani. Tutkimus on tarkoitus suorittaa yksilöhaastatteluina, ja luonnollisesti minä reissaan teidän luoksenne tekemään niitä. Mitään kovin suurta palkkiota en tutkimukseen osallistumisesta voi luvata, pullakahvit nyt aina kuitenkin :)

Tutkimuksen tarkoituksena ei ole kaivaa esiin mitään meheviä juoruja tai muutenkaan millään tavalla loukata teitä tai ketään ohjelman tekemiseen osallistuneita. Haastattelujen materiaalia tulen käyttämään siten, että haastateltavien henkilöllisyyttä ei voi tunnistaa. Materiaalia ei myöskään missään vaiheessa tutkimusta käsittele kukaan muu kuin minä.

Mikäli olette suostuvaisia tutkimushenkilöiksi, toivoisin teidän ottavan yhteyttä minuun HELMIKUUN ALKUUN MENNESSÄ. Haastattelut on tarkoitus suorittaa helmi-maaliskuun aikana. Yhteystietoni löytyvät viestin lopusta. Sähköposti, tekstari tai vaikka ihan puhelinsoittokin ovat kaikki passeleita tapoja. Vetoan hyviin sydämiinne; auttakaa naista mäessä!

Hyvää alkanutta vuotta toivotellen ja yhteistyötä kovasti odottaen,

Anna Kuitunen  
gsm xxx xxxx xxx  
email [anna.kuitunen@uta.fi](mailto:anna.kuitunen@uta.fi)