

Pauliina Tuomi

TARKASTELTAVANA 2000-LUVUN iTV-JUONTAJA Onneton amatööri, varteenotettava julk(k)isterapeutti vai jotain muuta?

¹ Interaktiivinen TV

Artikkeli käsittelee 2000-luvun interaktiivisten TV-formaattien synnyttämää juontajuutta. Artikkelin vastaa kysymykseen, minkälaisia rooleja reaaliaikainen vuorovaikutus luo TV-persoonille. Tekstissä otetaan myös kantaa siihen, minkä tyyppisestä vuorovaikutuksesta iTV-formaateissa on kyse. Aineistona artikkelissa toimivat ensisijaisesti juontajahaastattelut.

Tekstiviestein tai puhelimin pelattavat, sisällöltään yksinkertaiset ja koordinaatteihin tai puheluun perustuvat TV-mobiilipelit ja erilaiset soittovisat ovat syntyneet TV-chattien myötä 2000-luvulla. TV-mobiilipeleissä televisio toimii niin pelikonsolina kuin näyttönäkin, ja kännykkä ikään kuin peliohjaimena. Soittovisoihin taas voi voittaa useita satoja euroja puhelimella kotisohvalta käsin. iTV¹-formaattit ovat kohdanneet kyseenalaista julkisuutta ja negatiivista huomiota lasten saatua pelejä pelattuaan useiden satojen eurojen puhelinlaskuja. Vuonna 2004 pelien keskiöön sijoitettiin TV-juontaja, joka muuttui ohjelmaa (maksullista palvelua) myyväksi ”kaupparatsuksi”.



iTV-juontaja siirtyi sujuvasti TV-chattien parista keskelle virtuaalista pelikenttää. Kuvassa yksi ensimmäisistä juontajallisista tv-mobiilipeleistä – Maali! www.redlynx.com/index.php?id=498&productId=25#

Mitä loppujen lopuksi tiedämme näistä interaktiivisten TV-formaattien kautta julkisuuteen ponnahtaneista juontajista? Emme ole tiettävästi paljoa, vain sen mitä harvoista lehtihaastatteluista luemme ja TV-ruudulta näemme. Siltä TV-ruudulta, jonka usein hermoromahduksen partaalla saatamme joutua sammuttamaan: "Ota nyt se luuri kauniiseen käteen ja SOITA!". Artikkelissa selvitetään, millainen on iTV-ohjelmien myötä syntynyt 2000-luvun TV-juontaja. Se vastaa myös kysymykseen, millaisesta viestinnästä ja vuorovaikutuksesta 2000-luvun kaksisuuntaisen viestimisen mahdollistavissa formaateissa on kyse. Jatkossa tullaan käyttämään termejä interaktio ja vuorovaikutus synonyymeina toisilleen, hieman sen mukaan, missä kontekstissa ja vakiintuneissa muodoissa niitä käytetään. Ihmisten välinen kommunikointi on yleensä vuorovaikutusta, kun taas esimerkiksi TV-ohjelmat voivat olla vuorovaikutteisia, jolloin ne mahdollistavat niin sanotun paluukanavayhteyden vaikkapa matkapuhelimen välityksellä. Artikkelin selvittää myös, millaisia erilaisia rooleja reaaliaikainen vuorovaikutus luo TV-persoonille. TV-juontaja on pitkään ollut yleisön tavoittamattomissa, eritoten vuorovaikutuksen näkökulmasta. Yleisesti ottaen aidon vuorovaikutustilanteen luominen television välityksellä on usein nähty mahdottomaksi. Television on käsitetty ennemminkin ainoastaan simuloivan ja personoivan vuorovaikutusta (Isotalus 1998, 176). Mediaesiintymisen erikoispiirteenä onkin pidetty suoran vuorovaikutuksen puuttumista puhujan ja kuuntelijan väliltä. Niinpä vuorovaikutusta pyritään usein simuloimaan eri tavoin. Vuorovaikutuksen simulointi tarkoittaa, että esiintyjä pyrkii synnyttämään vaikutelman, että hän puhuu läsnä olevalle yleisölle, vaikkei hän näe katsojia/kuuntelijoita. Vuorovaikutusta voidaan simuloida muun muassa katsekontaktin avulla. (Isotalus 1996.) Artikkelissa on kuitenkin tarkoitus tarkastella, miten mediaesiintymisen on muuttunut ainakin osittain simulaatiosta reaaliaikaiseen vuorovaikutukseen.

Nykyään TV-juontaja on reaaliaikaisesti lähestyttävissä oleva (iTV-formaattien chat-funktiot mahdollistavat yleisölle yhteydenpidon TV-kasvon kanssa) TV-hahmo, johon tämän muutoksen myötä kohdistetaan useita erilaisia tunteita ja odotuksia. Tarkoitus on selvittää, mitä 2000-luvun vuorovaikutteiselta juontajalta odotetaan ja miten juontajat itse suhtautuvat näihin odotuksiin sekä katsojien antamiin asemoiteihin. Juontajuutta käsitellään aktivoinnin, himon, faniuden ja vertaistuen näkökulmista. Interaktiivisten formaattien juontajien kohdalla ei enää voida puhua pelkästään TV-juontajasta, sillä iTV-juontajan rooli usein maksullisiin palveluihin aktivoivana TV-persoonana eroaa perinteisemmästä TV-juontajuudesta. iTV-juontaja ei ole vakiintunut termi, vaan se on syntynyt yleisesti käytössä olevan iTV- eli interaktiivinen TV -termin myötä. Artikkelin primaariaineistona käytetään neljää juontajahaastattelua. Vaikka määrä on pieni, se on itse ilmiötä kuvaavan artikkelin aineistoksi kattava, sillä iTV-alalla ei yleensä ole kuin noin kymmenen vakituista TV-juontajaa kerrallaan. Toisaalta, jotta tulokset ja juontajien kokemukset olisivat yleistettävissä, haastateltavien määrää tulisi kasvattaa. Tarkoituksena on kuitenkin artikkelin mittapuun huomioon ottaen antaa juontajille mahdollisuus puheenvuoroon ja oman työtoimenkuvan analysointiin, jota kyseisen alan edustajille ei usein ole annettu. Aineistona ovat siis

neljän iTV-juontajan, Pepin, Millan, Katrin ja Nikon², haastattelut. Ne on suoritettu pääkaupunkiseudulla kesällä 2008 ja tehty puolistrukturoidun haastattelurungon avulla. Vastaajista kolme on naisia ja yksi mies. Vastaajien keski-ikä on noin 27 vuotta.

iTV-juontajan ammattia määrittämässä

Nykypäivän chat/pelijuontaja ei ole enää vain ohjelman läpiviejiä, vaan juontajasta on tullut eräänlainen kaupparatsu (Tuomi 2007; Tuomi 2008). Juontajan tulee kyetä myymään ohjelmansa ja mahdollinen maksullinen palvelunsa niin hyvin kuin mahdollista. Tämä onnistuu niin TV-mobiilipeleissä kuin soittovisoissakin vain aktivoimalla kuulijakunta. iTV-formaatit ovat antaneet kenelle tahansa mahdollisuuden hakeutua televisiotyöntekijöiksi. Juontajaksi voi päästä esimerkiksi oikean persoonallisuuden avulla, eikä journalistista koulutusta välttämättä vaadita. Sen sijaan luonnollisuus, iloisuus ja sanavalmius kameran edessä esiinnyttäessä saattavat olla vaadittavia ominaisuuksia. Usein 2000-luvun juontaja ja juontajuus tuntuvat olevan vahvasti aliarvostettuja. Yleinen mielipide on, että nykypäivän TV-juontajalla ei enää ole suuria vaatimuksia täytettävänä, eikä television parrasvaloihin astumiseen vaadittava rima ole erityisen korkealla. Kaupallista radiota tutkineen Marko Ala-Fossin mukaan tärkeimpiä perusteita uusien juontajien ja toimittajien valinnassa ovatkin yleiset valmiudet tehdä kyseistä työtä sekä henkilökohtaiset ominaisuudet (Ala-Fossi 1999, 134).

iTV-juontajan tulee ennen kaikkea kyetä luomaan katsojille halu osallistua ohjelmaan ja aikaansaada oikeanlainen myyvä ilmapiiri. Hyvä peliohjelman juontaja pitää käsissään koko leikin kulkua: hän luo kilpailutunnelmaa, neuvoa kilpailijan selkeästi pelin sääntömaailmaan, kysyy kysymykset, kertoo vastaukset ja jakaa palkinnot voittajille (Ojanen 1995, 30). Tärkeitä ominaisuuksia esiintyvällä henkilöllä ovat fyysinen vetovoimaisuus ja miellyttävyyden vaikutus (Erwin 2005, 110). Televisiotoimittajan/juontajan kannalta on olennaista, että hänen esiintymisestään pidetään tai ettei sitä ainakaan koeta epämiellyttäväksi. Televisiohan pyrkii miellyttämään katsojia, jotta saisi nämä katsomaan tiettyä ohjelmaa ja pysymään valitulla kanavalla. Puhujan luonteesta, persoonallisista ominaisuuksista, luotettavuudesta ja ammattitaidosta tehdään päätelmiä, joiden pohjalta katsojat arvioivat, kuinka suhtautuvat esitettyyn asiaan tai kannattaako esiintyjän sanottavaa ylipäänsä kuunnella. (Isotalus 1996, 160.) Keskustelupalstojen mielipiteiden perusteella voidaan vetää johtopäätöksiä siitä, että juontajat eivät tuota myönteisiä yleisöreaktioita, ainakaan kovin usein. (Tuomi 2007; 2008.) Lähinnä tekohymy ja -pirteys (juontajien käytös ja mieliala tulkitaan usein falskina) vain ärsyttävät ja saavat, päinvastoin kuin olisi tarkoitus, vaihtamaan nopeasti kanavaa.

Katri: Mä yritän olla iloinen ja jotkut ihmiset vaa ihmettelee, et miten voi.

Juontaja siis kokee olevansa TV-ruudulla oikeasti iloinen ja pirteä.

Monesti se kuitenkin tulkitaan myyntikikaksi tai liehittelyksi, jolloin katselijat useimmiten vain ärsyyntyvät. Suomalaista julkisuutta tutkineen Markku Kosken mukaan toimittaja/juontaja ottaa markkina-tilanteessa helposti kauppiiaan asenteen, ja siihen kuuluu olennaisesti hymyily ja mielistely, jota ei edes yritetä peittää. Mielistely ja flirttailu eivät siis ole välttämättä silkkaa valheellisuutta vaan osa journalistin uutta habitusta, hänen moninaisten sidostensa seurausilmiö. (Koski 2001, 151–152.)

Halu alalle on kuitenkin edelleen kovaa. Jopa kymmeniä ehdokkaita hakee juontajaksi viikoittain ja osa heistä pääsee myös koekuvattavaksi.

Niko: Me ollaa kuvattu niin paljon koekuvauksia, varmaan jotain 300 koekuvattavaa.

Tämähän ei sinällään ole yllättävää, sillä nuorison julkisuushakuisuus on hyvin merkittävää, ja iTV-viihde antaa kaikille mahdollisuuden ponnahtaa julkisuuteen (Risc monitor 2004). Todellisuudessa iTV-juontajaksi eivät kuitenkaan pääse läheskään kaikki.

Niko: Koekuvattavista 1/15 tai 1/10 on sellasia, jotka uskaltaa laittaa ees jonkinlaiseen lähetykseen. Nytkin ku kuvatii Biisikärpäsee juontajaa, myös paria ison luokan julkkista, ne jääty iha totaalisesti. Kaukana läpihuutojuttusta.

Työ ei siis välttämättä ole niin yksinkertaista, kuin yleisesti ottaen luullaan. Juontaja on usein yksin vastuussa kahdenkin tunnin lähetyksistä niin juonnollisesti kuin sisällöllisesti. Mitään sen strukturoidumpia aiheita iTV-ohjelmissa ei välttämättä käsitellä, mutta sisältö on joka tapauksessa kehitettävä jostakin. Moni juontajista kokeekin työtoimenkuvansa vähättelyn hyvin ristiriitaiseksi. Hätäisesti rankataan "vain" chat-juontajaksi, vaikka itse työ edellyttää juontajien mukaan paljon enemmän kuin esimerkiksi valmiiksi käsikirjoitetun talk show'n vetäminen.

Milla: Täs näen huvittavan ristiriidan: siis kun on tavallinen talk show joka on käsikirjoitettu joka on tosi tarkka ja monet niistä ei oo suoria et ne on sit oikeesti niinku jotain oikeita formaatteja. iTV-juontajan käsite on paljon laajempi sillä siinä pitää kyetä olemaan hetkessä, sä itse luot sen sisällön yleisön kanssa. Aliarvostus on järkyttävää, siinähän tehään kaikki ite.

Chat-juontajuus nähdään hyvin turhanpäiväisenä toimenkuvana, minkä vuoksi juontajat usein joutuvat puolustuskannalle kertoessaan ammatistaan muille.

Peppi: Usein rankataa chat-juontaks ja se pelkästään vähättelee. Teen paljon muutaki, ohjaan niitä ym. Sitä huomaa itestä, et alkaa hirveen herkästi sit kaunisteleen sitä omaa hommaansa, ottaa puolustuslinjan.

Haastatteluja analysoitaessa pitää ottaa huomioon, että juontajat rakentavat vastauksiensa kautta samalla itse omaa ammatti-identi-

teettiään, jolloin positiivisesti värityneet vastaukset ja työnkuvaukset ovat oletettavia tuloksia (otettava huomioon myös edellä mainittu puolustuslinja koskien omaa työtä). Ammatti-identiteetin kehittymiseksi ihmisen on koettava työ arvokkaaksi ja nähtävä se osana suurempaa kokonaisuutta.

Peppi: Pitää itse arvostaa työtä mitä tekee, sen pitää olla hauskaa, ja pal-kitsevää.

Ammatti-identiteetti on usein sekä koettua samuutta että erottautumista muista. Se ja arvostus syntyvät usein ammattikäytännön, yleisösuhteen ja profession yhteiskunnallisen roolin kautta. (Heinonen 1999.) Ne määrittävät ja uudelleentuottavat ammatti-identiteettiä. Oma valtuutus joudutaankin hankkimaan yhä uudelleen ja uudelleen (Koskinen & Mykkänen 1998, 6). Modernia asiantuntijuutta tutkineen Hilkka Lehtosen mukaan asiantuntija-ammattilaisuutta luovat ainakin tietyt työtehtävät ja niihin liittyvä valtuutus, eriytynyt koulutus ja tutkinto, ammatillinen tieto, kokemus, eksperttiys, roolimääritykset suhteessa kollegoihin ja asiakkaisiin, yhteiskunnallinen asema, organisoituminen ja omat järjestöt, yhtenäisyys, kollegiaalisuus ja ammatitkuntaan sosiaalistuminen, eriytynyt kieli (Lehtonen 1999, 7).

Edellä olevat kriteerit huomioon ottaen iTV-juontajan ammatin/ammattilaisuuden muodostavat erityisesti tietentyypit, muista eroavat työtehtävät, kuten iTV-juonnot, joiden juontajat kertovat olevan luultua vaativampia. Eriytyntä koulutusta työtehtävät eivät vaadi, vaan ammattitaito ja eksperttiys saadaan tekemällä, oppimalla ja hankkimalla kokemusta. Ainoa koulutus, jonka juontaja periaatteessa saa, on koekuvauksen aikana välittyvä kuva työstä ja niin sanottu kouluttamispuhe, jonka tarkoituksena on valmistaa juontajat iTV-työhön, sen lieveilmiöihin ja yleisesti ottaen julkisuuteen. iTV-juontajat ovat kokeneet ikäviä tilanteita, selän takana kuiskailua ja arvostelua työkuvansa takia. Mediapsykologi Anu Mustonen uskoo, että tunnetuksi tullut henkilö ei aina voi etukäteen arvata, miten kovakouraiseen kohteluun julkisuuden myötä altistuu. Yksityiselämän penkominen, perättömät väitteet ja epäasiallinen arvostelu ovat julkisuuden henkilön itsetunnolle raskasta koettavaa. (Mustonen 2001, 125.)

Peppi: Eka negatiivinen palaute, ni kyl mä masennuin siitä illaksi ja seuraavaksi päiväksi, mut just kun se oli sit eka negatiivine palaute, se vaikutti.

Aiemman keskustelupalstoja käsitelleen tutkimuksen perusteella on helppo todeta, että palstoilta löytyy runsaasti hävyttömiä, herjaavia ja loukkaavia kirjoituksia koskien juontajien ammattitaidottomuutta, ulkoista olemusta tai jopa luonteenpiirteitä (Tuomi 2007; 2008). Keskustelu on aika ajoin ylittänyt hyvän maun rajat (ks. Tuomi 2007: 2008), osittain tietysti siksi, että keskustelukanavilla on äärettömän helppo arvostella. Eräs juontajista oli tietoinen materiaalista, ja siksi päätyntyn seuraavanlaiseen ratkaisuun:

Katri: Keskustelupalstoilla on sellane meininki et on parempi, et ei katokka

koska joskus siel on ihan kauheeta!!

Toisaalta Niko kertoo asennoituneensa niin, että häntä eivät kiinnosta tekstit, juurut tai anonyymit loukkaukset.

Niko: Oon mä jotai muutamia (katsonut) mitä muut on löytänyt... Ei kiinnosta. En mä oo koskaa loukkaantunu niistä. Sillon ku alotin tällä alalla, tehtiin tosi selväks, et sieltä voi tulla iha mitä tahansa, lehdissä, netissä missä tahansa, jos niistä ottaa itseensä, sit on täysin väärällä alalla.

Negatiivinen palaute, häiriköinti ja keskustelupalstoilla repostelu ovat siis asioita, joihin juontajien on yksinkertaisesti totuttava ja sopeuduttava.

Niko (tuottajan ja juontajan ominaisuudessa): Me kyllä käydää kaikkien juontajien kanssa läpi, jotka meille tulee, ennen kun ne menee yhteenkään lähetykseen et mitä saattaa olla tulossa. Jokainen on sillee varautunut, se on sit vaa jokaisen oma asia miten niihi suhtautuu.

iTV-juontajan ammatti määrittyy myös suhteessa kollegoihin ja asiakkaisiin eli TV-katselijoihin. Juontajat itsekin määrittävät ja vertailevat itseään niin toisiinsa kuin muihin TV-juontajuuden muotoihin. On olemassa eriarvoisia TV-juontajuuksia sekä yhtäläillä eriarvoisia iTV-juontajia.

Peppi: Mä en koe olevani julkisuudenhenkilö, mä oon osa tiimiä ja teen eri tehtäviä – en koe olevani henkilö joka jo tunnetaan nimeltä kuten Ellen Jokikunnas.

Juontaja kokee olevansa 'vähemmän julkinen' eli julkisuusasteeltaan arvottomampi kuin *Idols*-juontaja Ellen Jokikunnas. Tässäkin asettelussa on nähtävissä iTV-juontajan toimenkuvan vähättely, jopa siis juontajan itsensä mielestä. Toisaalta, iTV-juontajuus rooleineen määrittyy myös katselijoiden kautta. Tietyt kasvot sopivat tietylle katselijaryhmälle eli iTV-juontaja valitaan aina tietynlaiseen iTV-formaattiin ja tietylle kohderyhmälle.

Myös iTV-juontajien keskinäiset suhteet ja niiden lujittuminen nimenomaan yhteisen ammattinimikkeen kautta on tärkeää ammatti-identiteetin synnyssä. iTV-juontajille näyttää syntyneen tietynlainen kollegiaalisuuden ja yhtenäisyyden tunne. Juontajat viittaavat haastattelujen aikana usein toisiinsa me-ilmaisulla ja yleistä on, että juontajia yhdistävät niin negatiiviset kuin positiivisetkin kokemukset. Vaikka oma persoona on se, joka myy, myös iTV-juontajayhteisöön kuuluminen on omassa ammatissa olennaista. iTV-juontajien yhtenäisyyttä voi korostaa ja ilmentää esimerkiksi IRC-galleriaan perustettu yhteisö "tsätti tätit", joka pitää sisällään ainoastaan iTV-juontajia. iTV-juontajille on myös kehittynyt niin sanottu eriytynyt kieli, joka pitää sisällään sisäpiirin sanastoa ja lausahduksia. Tämä ilmenee haastateltavien kielenkäytössä, sillä heillä on yhteisiä, muille ehkä merkityksellömiä tai eri tarkoituspää olevia sanoja. Tämä näkyy selkeästi myös iTV-yleisön kohdalla. Vain harva iTV-viihdettä pitkään seurannut ei tiedä,

mitä tarkoittavat tai mitä merkityksiä kantavat esimerkiksi aromipesä, puhuva pää ja puuhöylä.

iTV-juontajuus ja julkisuuden kirot

Johtavana joukkoviestintävälineenä televisio toimii merkittävänä populaarijulkisuuden rakentajana, eräänlaisena julkiskoneena. Voidaan puhua erityisestä TV-julkisten kategoriasta, johon kuuluvat sellaiset populaarijulkisuuden henkilöt, joiden ensisijainen läpimurto laajaan julkisuuteen tapahtuu television välityksellä. (Herkman 2005, 244.) Siinä, missä Hollywood-elokuvan tähtijärjestelmä on tehnyt tähdistä elämää suurempia, televisiota luonnehtii intiimiys. Television onkin sanottu tekevän julkiksista ”kotikokoisia”. (Herkman 2005, 234–235.) Juontajankin mielestä tällainen TV-kasvon ”tavallisuus” on positiivista:

Katri: Se oli oikeastaa aika kylmiltä (kun aloitin työt).. ne (tuottajat) halua sinällää vaa tavallisia ihmisiä sinne, mieti jos mä olisin sielä oikein hienoa päivää, tervetuloa kuuluttajamainen, ne (katsojat) ois et mitä ihmettä, anteeks mitä tää on. Ne haluaa naapurin tytön, joka sanoo et soita jos haluat ja voita.

iTV-juontajat ovat kuitenkin tietyn julkisuuden rajan ylittäneitä. Heitä ympäröivä ilmiö sisältää monilta osin esimerkiksi faniuden piirteitä, mikä näkyy esimerkiksi heille lähetetyissä viesteissä niin peleissä kuin keskustelupalstoillakin sekä juontajien kuvien keräämisen ja nimikirjoituspyyntöjen yhteydessä. 2000-luvun juontajajulkisuuden voisikin nähdä edellä mainitun intermediaalisuuden eli medioiden ja niiden sisältöjen välisen vuorovaikutuksen myötä syntyneenä pirstaleisena julkisuutena.

Mediakonvergenssista eli mediateknologioiden tiivistyvistä vuorovaikutuksesta ja yhteistoiminnasta on seurannut monimediallisten mediatuotteiden lisääntyminen, eli samat tai toisiinsa liittyvät sisällöt ovat usein saatavilla eri medioista. (Hautakangas 2008, 161). Monimediaalisuus onkin yksi niistä ominaispiirteistä, jotka yhdistävät 2000-luvun iTV-viihteen muotoja. Juontajajulkisuus syntyy ja elää useilla eri tahoilla, TV:ssä ja sen ulkopuolella. 2000-luvun mediajulkisuudelle on ominaista, että pirstaleinen julkisuus syntyy eri osasista. Yksi kuvaava piirre on julkisuuden synty ja määrittely sisällöntuotannon näkökulmasta. Pirstaleinen julkisuus elää aktiivisten sisällöntuottajien nettisivuilla, kuten keskustelupalstoilla ja YouTubessa, mutta yhtäläillä vielä perinteisissäkin mediuumeissa, kuten sensaatiolehtien palstoilla. Erkki Karvonen kiteyttää näkökulman hyvin:

Juorulehdistö antaa meille julkiksista muodostuvan virtuaalisen kyläyhteisön, jonka asioista voimme olla perillä ja juoruta. Solmimme mediapersoonien kanssa parasosiaalisia suhteita: näistä tulee ystäviä, tuttavuuksia, rakastettuja. Lukuisten para-ystävien intiimien asioiden tuntemisesta syntyy tunne yhteisöön kuulumisesta. (Karvonen 2005.)

Jo pitkään esimerkiksi missikilpailut ovat tuottaneet televisioon kuuluttajia (Anna-Liisa Tilus) ja juontajia (Minna Kuukka ja Ellen Jokikunnas), joilla ei välttämättä ole ollut alalle minkäänlaista taustakoulutusta. Jos ajatellaan juuri missiuran kautta juontajuuteen pongahtaneita, voidaan todeta, että tietty julkisuuden aste ja esilläolo ovat usein piirteitä, jotka koulutuksen ohella otetaan huomioon juontajia palkattaessa. Usealla haastatelluista on yhtenevä työtausta eli työkokemusta promoottorin³ tehtävistä.

Peppi: Aloitin promoottorina, opiskelin välillä, siirryin risteilyemännäksi eli juonsin sitten päivittäin 3 kielellä bingot ja muut. Ei mitään koulutus-pohjaa virallisesti tänne.

Kaiken kaikkiaan voisi sanoa, että iso osa iTV-työntekijöistä on ollut ainakin jollakin tasolla julkisuudessa ennen TV-pestiään. Tämä näkyy myös haastatteluvastauksissa.

Katri: Mä oon käyny iha vaa lukion, ollut vaateliikkeessä töissä, sit mul on myös lentoemännän koulutus ja onhan ollu muita juontokeikkoja promoottorina.

Niko: Tähän alalle mulla ei oo minkäänköstä koulutusta, oon tehnyt juontokeikkoja 7 vuotta. Päädyin Viking Linelle risteilyisännäksi. Pyydettiin tänne koekuvauksiin.

Juontajien julkisuudesta käydään kuitenkin paljon kädenvääntöä. Haastatelluista juontajista suurin osa ei kokenut olevansa julkisuudessa tai olevansa julkkiksia.

Katri: En mä koe olevani julkisuuden henkilö.. jotkut sanoo et sä olet.

Haastatellun miesjuontajan mukaan julkisuuden raja menee siinä, kiinnostuvatko sensaatiolehdet hänen liikkeistään.

Niko: En mä sitä ite ajattele tolla tavalla – onko julkkis vai ei. Mut siinä vaiheessa kun seiskassa on kirjeteltu ja kuvia mis oon ollu, nii siinä vaiheessa tulee sellane olo et täytyy alkaa tsekkailee mis sitä liikuu ja kenen kans, eli ilmeisesti sitte oon.

Juontajat ovat siis julkisessa ammatissa, mutta yleisesti ottaen chat/pelijuontaja-julkisuutta ei juurikaan arvosteta (Tuomi 2007; 2008).

Katri: Ne jotka on prime-time visoissa, on julkkiksia.

Vastauksesta on nähtävissä, kuinka juontajat vertaavat ja arvottavat itsekin omaa juontajuuttaan johonkin ”parempaan” (prime-time) luokkaan. Joka tapauksessa chat-julkisuudesta saa kuin saakin kokemusta sekä ennen kaikkea kaivattua julkisuutta eli kasvonsa tutuksi. Juuri nimen saaminen ja tunnettavuus ovat niitä asioita, joita iTV-juontajien tulisi saavuttaa päästäkseen arvostusasteikolla eteenpäin

Peppi: Joo ja nyt mulle tuli oma toiminimi tähän ohelle. Sillee et pystyy niinku luomaan, alkaa olla niinku se oma persoona, vähä tuttu ihmisille. Voi puhua konsepti Pepistä.

Juontajat siis pyrkivät pääsemään mediapersooniksi, minkä jälkeen voi alkaa olla uskottava ja nauttia yleisestä kunnioituksesta. Hyvä esimerkki tällaisesta nousujohteista iTV-urasta on Vappu Pimiä, yksi MTV3:n ensimmäisistä chat-juontajista.

Vuonna 2001 aloitin työt chat-juontajana Maikkarin legendaarisessa yöchatissa. Vuosi oli sikäli käännteentekevä, että sen jälkeen olen elättänyt itseni tällä alalla... Juontaminen oli jännittävää ja hauskaa. Sai tehdä mitä halusi – se oli todellakin oma show. Vaikka en ajatellutkaan jääväni chat-juontajaksi loppuelämäkseni, ohjelma aukaisi portit uralle. (*Satakunnan Kansan Virta-liitteessä* 2006)

Pimiä valottaa chat-uraansa jälleen vuonna 2009 *Helsingin Sanomien* haastattelussa⁴, jossa hän toteaa kyseisen työn olleen myös äärimmäisen rankkaa. Pimiän aiemmasta ja nykyisestä kommentista kuultaa ajatus, että iTV-juontajuus ei ole pitkäaikaiseksi suunniteltua, ja sitä kautta tavoiteltu ammatti. Pimiä asetti chat-uransa alussa itselleen rajat, kauanko kyseisessä työssä olisi ”hyväksyttävää” olla. Tosin iTV-juontaja tehdään joka tapauksessa usein osa-aikaisesti, ei kokopäiväisesti. Jostakin kertoo kuitenkin se, että Pimiä haluaa haastattelijan mukaan korostaa, ettei kadu tai häpeä chat-menneisyyttään.

Haastattelemani juontajat ovat kohdanneet niin ammatistaan johtuvaa aliarvostusta kuin negatiivisen julkisuuden tuomia ongelmiakin, lähinnä naureskelua ja kuiskintaa.

Niko: Ei kukaa oo tullu kasvokkai sanoon, jotai naureskelua ehkä, mut ei kyl muuta.

Naisjuontaja kuitenkin koki asian toisin:

Katri: Moni sanoo et kuka vaan toi tehdä tota, kuinka kukaa voi mennä noin alas?

Tämä on Katrin mukaan ikävää ja saattaa edelleen silloin tällöin johtaa mielipahaan.

Katri: Olin Kaisaniemenpuistossa konsertissa ja kuulin ku joku sano et aika nolo, kui se kehtaa. En oo iha varma puhuko se musta, mut kyl mä pahotin mieleni.

Juontajien mukaan tällainen ajattelumalli on yleinen.

Milla: monet ajattelee, että voi kuinka tyhmiä tyyppejä, chatjuontajia, ne on nii tyhmiä ihmisiä.

Tosiasiassa monikaan ei tunne haukkumaansa TV-kasvoa. Edellämainittu alan negatiivinen leima saattaa olla välillä raskas kantaa

ja oman ongelmansa tuo iTV-viihteeseen leimautuminen. Alhaisen arvostuksen lisäksi iTV-juontajan leima saattaa vaikuttaa negatiivisesti konkreettisellakin tasolla. Joissakin tapauksissa tilanne sanotaan hakutilanteessa suoraan – tietyt ovet sulkeutuvat iTV-työn takia.

Niko: Ja sitten muutamiin TV-ohjelmiin joihin mä oon ollu koekuvauksissa juontajaksi, niinku isoon tuotantoon, nii on ollu esteenä se et on ollu näissä, tehny näitä. Ne ei halua et niinku joku henkilö on leimaantunu johonki.

iTV-juontaja... ... aktivaattorina

Edellä mainittu iTV-juontajan ammattiin kuuluva katsojien aktivointi herättää monissa ärtymystä ja vihamielistä keskustelua (Tuomi 2007; 2008). Maksullisten iTV-formaattien menestys on täysin yhteydessä niistä saatavaan rahavirtaan.



Ota puhelin käteen ja soita! Juuri SINÄ siellä sohvalla! Soittovisassa voit voittaa satoja euroja kotisohvalta käsin. (Oma kuvakaappaus Rahalinko-viisasta 2006).

Selvää on, että juontajan ensisijainen tehtävä onkin aktivoida yleisöä ottamaan osaa, joko soittaen tai tekstiviestillä. Maksulliseen palveluun kehottaminen on ehkä selkein piirre, joka erottaa iTV-juontajan "tavallisesta" juontajasta. Toki juontaja kuin juontaja on yleensä aktiivinen osa ohjelmaa, mutta tässä tapauksessa juontaja voidaan nähdä sanan varsinaisessa mielessä aktivaattorina. Tällaista mukaan pakottamista, rukoilemista tai jopa huijaamista ei katsota hyvällä, varsinkaan jos katsojakunta uskoo kohderyhmänä olevan ensisijaisesti lapsia ja nuoria. Toisaalta tämä on juontajan toimenkuva, hän tekee työnsä niin hyvin kuin mahdollista. Juontajalla on todistettavasti suuri merkitys pelitilanteen rakentumisessa ja osallistumisaktiivisuudessa (Tuomi 2007; 2008). Tämän allekirjoittaa Niko, joka toimii siis juontamisen ohella myös ohjelmien tuottajana. Hän kertoo, että katsoja- ja

osallistujamäärästä on selkeästi pääteltävissä, että juontajalla on iso merkitys osana ohjelmaa.

Niko: Se on ohjelmakohtasta ja kanavakohtasta, mut juontajan vaikutus siihe lopputuloksee on about 85 %. Loput on potista ja muusta kiinni.. Ollaa kokeiltu ilman juontajaa, mut ei se toimi.. Siel on paljon ihmisiä jotka ei osallistu, ja ne kattoo sitä pelkästään juontajan takia. Mitä enemmän katsojia, niin siel on niitäki jotka ei osallistu, mut jokunen sieltä aina osallistuu juontajan takii mukaan, aattelee et kokeillaa ny...

Tietty juontaja houkuttelee omanlaistaan yleisöä, ja siksi persoonien käyttö onkin kanavalla usein hyvin tarkkaan mietittyä.

Niko: Just se et millane se juontaja on, kummalla kanavalla, missä ohjelmassa, meil on joka ohjelmasta tarkat tiedot siitä paljonko ihmisiä, millasia ihmisiä, miehiä vai naisia, mistäpäin Suomee ja minkäikäsiä – minkalainen juontaja valitaan ja millä tyyllillä hän puhuu, ne kaikki katotaa tarkkaa.

Juontajan persoonalla on tärkeä asema houkuteltaessa katsojia ja potentiaalisia osallistujia ruudun ääreen. Yhdellä juontajalla on ollut asiaan liittyvä kehitysideakin:

Milla: Mä kerran ehdotin, et laitettais nettiinki sen juontajan kuva joka kullonki juontaa. Se nostais viestimääriä heti ku ihmiset näkis kuka siel sit on. Ku kaikilla on ne omat faninsa.

Mitä aktivointiin tulee, moni haastatelluista kokee oikeasti ”tsempaavansa” katsojia mukaan ja parempiin suorituksiin. He haluavat luoda iloisen ja innostuneen ilmapiirin sekä tietynlaisen fiiliksen.

Peppi: On ihmisiä jotka pelaa, vaikkei siellä oliskaa ketää, mut osa varmasti innostuu pelaamaan just kannustuksen ja fiiliksen takia...

Ilman tämäntyyppistä toimintaa ohjelma ei olisi mitään eikä sitä seurattaisi.

Peppi: Kyl se (juontaja) vaikuttaa tosi paljon.. Et jos on esim. uusi juontaja joka on arka, näkyy tuloksissa tai ainakin tunnelmassa. Ei se onnistuisi jos me oltais vaa et no niin, meil on täs nyt tällane peli, juu, et toi on numero ja... siitä sitten vaa. Kello varmaan tulee jossain vaiheessa mukaan mut mitään ei tässä tapahdu.. Pitää olla, että Heeeeeee, täällä ollaan!!

Juontajista jokaisen tulee kyetä luomaan itse oma aktivointimalinsa.

Milla: Kyllä sitä pitää niinku sanoa (osallistukaa) mutta jokasellaha oli oma keinonsa tehdä se. Mä enemmän tein sen sitä kautta että mä aina (esim. valvontavuorossa) kommentoin sieltä ja sit ihmiset vastaa niihin.

Aktivointitaito mittaa omalla tavallaan myös juontajan paremmuutta. On selvää, että tulokset lasketaan osallistujamäärien perusteella, ja juontaja, joka ei vedä katsojia ja viestejä, saa todennäköisesti siirtyä

hyvin nopeasti muihin työtehtäviin. Juontajat eivät sinällään näe aktiivoinnissa mitään pahaa. Tosin haastatteluissa ei otettu kantaa kiistanalaiseen kysymykseen mahdollisista lapsikäyttäjistä. Erään juontajan mukaan jokainen päättää osallistumisestaan itse.

Niko: Kyllähän ihmiset sitä paitti ite näkee mitä se viesti maksaa, siinä se on isolla ruudussa.

Aktivointi on 2000-luvun iTV-juontajan työtä, eikä juontaja halua moralisoida omaa työtään, joten yleisin tapa suhtautua siihen on vastuun siirtäminen takaisin kuluttajalle.

Peppi: Se on bisnestä eikä se pyörisi ellei olisi ihmisiä osallistumassa.

...himolla leikkelijänä

Naisjuontaja nähdään usein pehmeiden ja herkkyyden ruumiillis- tumana. Hän pehmentää tekniseksi mielletyn median luonnetta ja luo persoonallisen kontaktin kertojan ja yleisön välille. (Hietala 1996, 61.) Kosken mukaan useiden tv-kuuluttajien tyyli perustuu ulkoiseen olemukseen, seksiin ja flirttiin (Koski 2001, 150). TV-persoonat ovat toki ennenkin olleet ihailun kohteena, mutta chat-tekniikan myötä flirttailu ja kameralle keimailu ovat siirtyneet reaaliaikaisemmaksi vuorovaikutukseksi.



Internetin keskustelupalstoilla kierrätetään iTV-juontajien capture- eli still-kuvia lähe- tyksistä. Runsaasti kuvamateriaalia löytyy mm. itsetyydytys.org-sivustolta.

Keskustelupalstamateriaalin mukaan yksi innokkaimmista keskus- teluaiheista on juontajien ulkonäkö ja olemassa oleva ja / tai kuviteltu eroottisuus (Tuomi 2007; 2008). Naisjuontajiin kohdistuu suuri määrä seksistisiä keskusteluja, huomattavasti enemmän kuin heidän ammat- titaitoonsa liittyviä⁵ (Tuomi 2007). Juontajat ovat hyvin selvillä netissä kiertävästä materiaalista:

Peppi: Joo, itsetyydytys.org. siel on vaikka mitä ja Youtubessa, bikinipätkät ja kaikki. Mut ne voi olla ihan tavallisiakin kuvia. Mä oon löytänyt itses- täni jonkin iha tavallisen kuvan, jossa mä oon jakkupuku päällä. Mietin vaa, voi herranjestas, jos joku tosta jotain et ooh.. nii ei se mua haittaa, se o iha ok.

⁵ Esimerkiksi pelijuontajat Jenni ja Sofia: "Kuviamme joutui itsetyydytys sivuille." Mtv3.fi/viihde 22.8.2008

Normikuvatkin saattavat usein innostaa tiettyjä katsojia, sillä pelkät seksuaaliset vihjeet ja verhottu seksuaalisuus herättelevät usein katsojan seksuaalisuutta enemmän kuin suora toiminta (Mustonen 2001, 117). Juontajat tiedostavat tämän puolen ammatissaan, myös toistuvasti lähetyksen aikana.



Rantalentiksen tavaramerkkinä ovat bikinipukeiset juontajat, jotka houkuttelevat pelaamaan kanssaan rantapalloa. www.redlynx.com/index.php?id=498&productId=68#

Peppi: Kyl mä sen tiedän, että yöllä kun on lähetyksiä bikinit päällä, kyllähän mulla lentää kaksimielistä läppää ja kyllä mä tiedän et siellä on se oma pieni tai suurempi porukkinsa – kumpi kapula sitten on kädessä.

Tähänkin pitää kyetä suhtautumaan huumorilla.

Peppi: Ei sitä mieltä, se pitää ottaa huumorilla, kaikki ei pysty ja se on iha ymmärrettävää, mut pitäis ainaki pystyä.

Toisaalta tällainen visuaalinen himon kohteeksi asettuminen tulee väkisin työhön mukaan, sillä bikiniasuisen juontajan avut viestiaktiivisuuden kohottajana ovat yleisesti pelituottajienkin tiedossa.

Niko: Öisin on paljon osallistujia. Katsojaluvut on samaa luokkaa kuin päivällä, joskus enemmänkin. Se johtuu myös siitä, että meen mimmit juontaa bikinit päällä. Se on nähtävissä, et jos paita lähtee, nii osallistumismäärät kasvaa...

Viestijän viehättävyys onkin hyvin tärkeä tekijä muun muassa suosittelussa eli houkuteltaessa osallistumaan (vrt. Erwin 2005, 110).

Juontaja voi kokea samantyyppistä kohtelua myös elävässä elämässä. Juontajiin tykättyneet henkilöt kokevat voivansa lähestyä iTV-juontajia hyvinkin tuttavallisesti.

Peppi: Tulee pepun puristelua yöelämässä perjantaina, sä oot se pelityttö, jee!

iTV-juontajana on ikään kuin koko kansan pelityttö tai -poika – niin TV:ssä, verkossa kuin niiden ulkopuolellakin. Tällainen käytös on juontajan mukaan toistuvaa. Molemmat, niin miehet kuin naisetkin, lähestyvät usein humalassa ja puristelua sekä ”pelityttöilyä” tapahtuu humalaisten miesten toimesta. Tavallisen fanipostin lisäksi juontajat

saavat paljon seksuaalisesti väritynyttä, osittain jopa kieroutunutta materiaalia. Toki bikineissä juonnettujen pelien voi helposti kuvitella vaikuttavan erotisoidun palautteen määrään, syntyyn ja sisältöön. Ei ole harvinaista saada videota masturboivasta miehestä tai valokuvia sukupuolielimistä.

Milla: Yks nätti kollega oli saanu vhs:n, jossa sitten mies tyydytti itseään. Nää lieveilmiöt kuuluu asiaan.

Miesjuontaja Niko ei ollut törmännyt aivan vastaavaan palautteeseen tai kohteluun. Toisaalta hänkin oli tavannut pääkaupunkiseudun ulkopuolella häntä lähestyviä vanhempia ”mammoja”. Samoin Nikon miehiltä saama faniposti oli hieman kiusallista, joskin juontaja suhtautui siihenkin hyvin rennosti. Oudompiakin, jopa pelottavia lahjoja tulee juontajille osoitettuna.

Peppi: Yöchat/Seoikea juontajat saa hirveen paljon kaikkee mahdollista esim, jumppatossuja, jossa on lappu jossa lukee tässä rakkaudenjälkeni ja sitten siinä on joku valkoinen tahra mukana, semmoset lapsen jumppatossut.

...idolina ja tuttuna

Fanius korostaa henkilökohtaisen kokemuksen ja mediakulttuurin välistä vuorovaikutusta. Vakiintuneiden tulkintojen mukaan myöhäismodernin aikana suhde mediakulttuuriin on muuttunut fanimaisemmaksi. (Herkman 2001, 195.) Tavallisen katsojan ja fanin erottaa toisistaan se intensiteetti, jolla TV-sarjaan tai muuhun kohteeseen emotionaalisesti tai älyllisesti panostetaan (Jenkins 1992, 56). iTV-juontajat ovat ammatissaan idoleita ja faniuden kohteita. Se selviää nopeasti seuraamalla iTV-formaatteja. (Tuomi 2007.) Artikkelin kannalta kiinnostavaa onkin se, miten juontajat itse suhtautuvat faneihin ja miten ”fanitus” heidän mielestään ilmenee. Lähtökohtana on siis ajatus juontajasta idolina, jota fanitetaan.

Juontajat saavat fanipostia niin sähköpostilla kuin perinteisenkin postin kautta. Tietty katsojakunta seuraa lähetyksiä tiiviisti, osa äärimmäisyyksiin asti:

Milla: On yksi henkilö joka seuraa joka ikisen lähetyksen ja lähettää jokaiselle juontajalle kirjeitä. Kauhee vino pino kirjeitä. Joku avohoitopotilas, jonka kirjeitä nuoremmat ei ees luku, jos heitä loukkas.

Fanipostitekstien lisäksi juontajat saavat paljon myös esinelahjoja – tavaroiden määrä ja niiden skaala on suuri ja lähettämistahti tiuha.

Katri: Tulee fanipostia, kirjeitä ja kauniita kortteja – Sinillekin⁶ (tytär) on tullu nukke. Suklaata, En mä yhtä paljon saa ku chat-juontajat, nehä saa hirveesti kaikkee..kaikkee ihan uskomattomia, kahvinkeitimiä.

Ilmiö itsessään on mielenkiintoinen, sillä tämänkaltaisen palautteen

määrä on valtava. Toki fanilahjoja on aina lähetetty niin TV- kuin muil-
lekin mediapersoonille. Kansanomaisten naapurintyttöjen ja -poikien
kohdalla kynnys lähestyä juontajaa on ehkä madaltanut. Juontajat
saavat siis paljon miellyttävää fanipostia ja -materiaalia.

Milla: Tuleehan sitä monenlaista, pääsiäisenä tulee pääsiäiskortteja ja
semmoset jotka fanittaa jotakuta lähettää aina kortin ja jollekin jos tykkäs
jostai kauheesti sai syntymäpäivänään kukkia ja kaikenlaisia pehmoleluja
ja kaikkea...

Fanipostin lisäksi nimikirjoitusten kerääminen on yleisellä tasolla
mielletty osaksi aktiivista fanikulttuuria – jos joltakulta pyydetään
nimikirjoitusta, tietty faniuden, ja usein myös julkisuuden, raja on
ylitetty.

Katri: Joskus tulee kysyyn nimmaria, mut teenhä mä paljon muutakin
esim. promoo ym.

Ihailulle mediahenkilölle kirjoitetaan useita kirjeitä, yritetään saada
vaikkapa nimikirjoitusta ja muuta tietoa (Götz 2004, 73).

Niko: Tulee paljon nimmaripyyntöjä ja fanikirjeitä 12-16 v tytöiltä ja yli
50 wee miehiltä.

Jo aiemmista aineistoista on ollut nähtävissä se, että katsojat ke-
hittävät, faniuden lisäksi ja rinnalle, erilaisia tunnesiteitä juontajiin.
Juontajista tulee tuttuja, samoin kuin tietyistä nimimerkeistä tulee tut-
tuja juontajille. Oleellista tällaiselle sosiaaliselle kanssakäymiselle on
teknologian mahdollistama chat-funktio, jonka kautta on mahdollista
olla reaaliaikaisesti vuorovaikutuksessa TV-persoonan kanssa. Yksi
olemassaoleva tutkimussuunta tarkastelee median vastaanottajien
taipumusta muodostaa tavallisia sosiaalisia suhteita muistuttavia yk-
sipuolisia suhteita mediaesiintyjiin. Juuri tällaisia suhteita kutsutaan
parasosiaalisiksi suhteiksi. Kyseessä on illuusio intiimiydestä. Pekka
Isotalus on esittänyt, että parasosiaaliselle suhteelle on ominaista se,
että se kohdistuu tiettyyn henkilöön, se on yksipuolinen, siitä puut-
tuu todellinen vuorovaikutus ja samanaikainen palaute, sitä leimaa
vaikutelma läheisyydestä ja tuttuudesta, se perustuu tunnepohjaiseen
sitoutuneisuuteen ja se on rinnastettavissa muihin normaaliin vuo-
rovaikutukseen perustuviin suhteisiin. (Isotalus 2004, 88.) Juontajat
antavat itsestään paljon lähetystilanteissa ja selkeästi kannustavat
katsojia luomaan ihmissuhteita kanssaan. Elokuva- ja TV-tähdet
ovat olleet idoleita, kaukorakkauden kohteita ja saavuttamattomia
ihastuksia välineiden alkuajoista asti. Tämä on kuitenkin näkökulma,
joka on muuttunut sitä myötä, kun reaaliaikainen vuorovaikutus on
tullut osaksi TV-yleisöä ja -esiintyjiä. Ennen ei ole ollut ohjelmavirran
aikana mahdollista keskustella TV-kasvon kanssa nykyisessä mitta-
kaavassa. Interaktiivinen puhelinyhteys studioon ei tietenkään ole
mitenkään tuore asia suomalaisessa televisiokulttuurissa. Esimerkiksi
Jorma Pulkkinen ja Sirpa Viljamaan juontamassa *Ruutuysissä* (myö-
hemmin *Ruutuässä*) luotiin selkeää yhteyttä katsojan ja sisällön välille

sekä otettiin katsoja studioon mukaan. Kuitenkaan yksi tärkeimmistä piirteistä eli mahdollisuus tutustua TV-persoonaan ei ole ollut vastaavalla tavalla mahdollista ennen kuin reaaliaikaisen vuorovaikutuksen myötä. Chat-funktion myötä tutustumisen aste syvenee, koska sen myötä on mahdollista tehdä juontajaa koskevia kysymyksiä ja saada välittömästi vastaus niihin.

Suhde juontajaan olisi edellä mainitun kaltainen eli yksipuolinen, jos palautteeseen, kommenttiin tai fanimateriaalin ei koskaan reagoitaisi mitenkään. Tilanne ei kuitenkaan ole näin mustavalkoinen, sillä usein juontajat huomioivat faninsa lähetyksissä ja tätä kautta antavat ymmärtää, että fanit ovat merkityksellisiä heidän elämässään. Todellista ihmissuhdetta harvemmin rakentuu, mutta toisaalta puhe pelkistä parasosiaalisista suhteista saattaa sekin olla, nykyteknologian huomioonottaen, rajoittunut näkemys.

Katri: Aina jos tulee jotai kortteja ja lahjoja, mä näytän niitä (lähetyksissä) ja kiitän!

Isotalus totesi vuonna 1998, että vaikka katsoja ei kykene keskustelemaan TV-esiintyjän kanssa, hän voi silti luoda esiintyjän kanssa ihmissuhteen eli yksipuolisen ja kuvitellun suhteen. Olennaista ajatuksessa tuntuu olevan juuri se, että reaaliaikaiseen kanssakäymiseen ei ole mahdollisuutta. Mobiiliteknologian ja kaksisuuntaisen viestinnän myötä tilanne on selkeästi muuttunut tultaessa 2000-luvulle. Ennen lähes ainoa mahdollisuus kontaktiin on ollut palautteen (postikortit, kirjeet) antaminen viiveellä. Nykyään juontajat taas aktivoivat ihmisiä monilla eri tavoilla ja tasoilla; pelin tiimellyksessä, keskustelupalstoilla⁷ ja fanimateriaalin muodossa. Televisioon liittyvä fanius operoikin monella alueella mediakulttuurissa, jolloin tutkimuksessa on mahdollista tarkastella tuotannon ja kulutuksen, eri yleisöjen ja eri medioiden välisiä suhteita (Nikunen 2005, 15).

... vertaistuellisena chat-siskona

iTV-viihdettä voidaan lähestyä myös asialinjalla. Usein iTV-viihteen antamat mahdollisuudet ja potentiaali hukkuvat negatiivisen uutisoinnin ja ennakkoluulojen alle. 2000-luvun alussa TV-chatit alkoivat toimia nopeasti tietynlaisina terapiakenttinä.

Nyt kuuluttajan oli mahdollista jakaa huoliaan TV-ruudulla muiden kanssa. (TV-)chatit olivat ensimmäinen ns. reaaliaikaisen julkisen (TV-)terapian muoto. Radion puolella vastaavaa vertaistuellista ja terapoivaa ohjelmatarjontaa edustivat muun muassa Radio Cityn perustaja Teppo Turkki ja psykologi Pekka Sauri, jotka tulivat Suomessa tunnetuiksi radion *Yölinja*-ohjelman juontajina. *Yölinja* oli vuosina 1986–2002 lähetetty radion kontaktiohjelma. *Yölinjan* ensimmäinen juontaja oli ohjelmakonseptin kehittäjä Teppo Turkki. Ohjelman konsepti syntyi keväällä 1986 Turkin kierrellessä Yhdysvaltojen keskilännessä ja kuunnellessa paikallisten AM-lähetyksen ihmissuhteisiin keskittyneitä keskusteluohjelmia. Tunnetuin fiktiivinen radioterapeutti lieneekin juuri yhdysvaltalaisesta TV-sarjasta tuttu Frasier Crane. Myöhemmin

⁷ Muun muassa telkku.com, Suomi24.fi ja Iltasanomat.fi.

Yölinjan juontajana toimi psykologi Pekka Sauri. Juontajat pyrkivät auttamaan radioon tulleiden puhelinoitojen kautta henkilökohtaisissa ongelmatilanteissa olleita ihmisiä.

TV-chatit toimivat aluksi chattaajien välisenä ajatustenvaihtona ja sympatian siirtämisenä kännykästä TV-ruudulle. TV:n vertaistuellinen asema onkin muuttunut kaksisuuntaisen reaaliaikaisen viestimisen myötä muun muassa seuraavista lähtökohdista: a) TV-ruudulla isommalla joukolla on mahdollisuus ilmaista itseään, osallistua ohjelmavirtaan ja kommunikoida juontajien kanssa samanaikaisesti. b) TV- ja radioterapiassa soittajan ääni saattaa olla tunnistettavissa. Chateissa anonymiteetin rooli kasvaa entisestään, ja sen myötä myös kynnys osallistua laskee. Tekstiviestikommunikointi voidaan nähdä turvallisena, anonyymina ja helposti ylläpidettävänä. c) Televisioon liittyy vielä 2000-luvullakin tietty julkisuuden tila, jonka rajan ylittäminen on monelle erikoista ja sitä kautta tavoiteltavaa. Melkein väliättömästi juontajan ilmestyttyä ruutuun ongelmat ja kiperät tilanteet selvitettiin juontajalle – hänen mielipiteestään tuli tärkeä. Juontajat alkoivat toimia muun muassa nuorille esimerkkeinä sekä ”isosiskoina” (vrt. chatsisko), joilta saattoi kysyä vaikeitakin asioita. TV-juontaja hyväksyttiin asiantuntijaksi (se, onko juontajilla pätevyyttä, on toki asia erikseen) – häntä on helppo lähestyä anonyymisti. Ilmiö voidaan palauttaa jo esimerkiksi *Suosikki*-lehden Bees & Honey -palstalle, jossa asiantuntijat vastaavat kirjoittajien kysymyksiin. Tietäytyypinen asiantuntijuus on nyt siirtynyt digitaaliseen aikaan. iTV-juontajat edustavat ns. lämmintä asiantuntijuutta, eli he ovat helposti lähestyttävissä, tavoitettavissa ja ovat halukkaita auttamaan muita (Uotinen, 2005, 8). Suurin osa heistä on nuoria aikuisia, joten heitä seuraavat usein erityisesti nuoret henkilöt. Nuorten mediavalintoja rajaakin ehkä kaikkein eniten ikä: nuoret etsivät mediatuotteita, joissa esiintyvät toiset nuoret tai itseä hieman vanhemmat (Mustonen 2001, 130). He haluavat seurata, miten aikuiset selviytyvät muste- ja seksielämästään sekä muista ongelmistaan – he ovat kiinnostuneita tulevista aikuisuuden kokemuksista (vrt. Von Feilitzen 2004, 25). Pelien ohella tapahtuva dialogi pelaajan ja juontajan välillä onkin usein kyselyä esimerkiksi seurustelusta ja kaikesta siihen liittyvästä. Alla on esimerkki tämän-tyyppisestä vertaistuesta ja ”chat-siskoudesta”:

Terveisiä Pinjalle, mut ei Mikolle, koska se jätti mut eilen ja mä oon itkeny koko yön ja päivän! Sen Mikon kaverit puhu musta pahaa sille ja se jätti mut..nyyh” (MTV3, Koulussa, touko-kesä 2006)

Esimerkkivastaus: ”Se ei ollu sen arvoinen ukko, käske hypätä kaivoon! Nelli on täällä parisuhdeterapeutti, no ei vaa. Aina vähän aikaa tuntuu ikävältä kun ero tulee, mut nyt on kesä ja paljon kaloja vesissä, ei muuta ku onkimaan! No mikä minä täällä olen neuvomaan.. Älä sinä välitä, jos se kerran uskoo valheita, oli koko äijä valetta itsekin!” (Nelli: MTV3, Koulussa, touko-kesä 2006)

Juontajat ”tavallisina henkilöinä” ovat usein sopivia samastumis-kohteita ja samalla vartenotettavia asiantuntijoita elämän eri osa-alueilla. Samastuminen voi olla ihaillun hahmon sisällyttämistä omaan identiteettiin omaksumalla tämän arvojärjestelmä tai pyrkimystä

olla samanlainen ihaillun kohteen kanssa (Hoffner 1996, 40). Myös vanhemmat katselijat luottavat iTV-juontajien neuvoihin ja pyytävät usein neuvoa parisuhdeasioissa. Samoin saatetaan hakea yhteisiä kokemuksia tai sitten halutaan vain tietää juontajan mielipide ja näkemys asioihin. Juontajilta kysytään, pitäisikö pettävä partneri jättää vai olisiko suhteella mahdollisesti vielä toivoa. (Tuomi 2007; 2008.)

Vertaistuellinen anti koetaan juontajien keskuudessa erityisen tärkeäksi osaksi työtä.

Katri: On olemassa niitä syrjäytyneitä ja masentuneita, joille voi olla että mä oon ainoa tyyppi, joille ne on niinku ees jollain tavoin vuorovaikutuksessa.

Juontajat näkevät itsensä tärkeässä tehtävässä juuri tästä näkökulmasta. He haluavat olla ihmisille avuksi ja lievittää jopa masennusta.

Katri: On ollukkin, että Katrihan vois melkein poistaa masennusta joltakin. Kyl mä sen ihan tiedostankin, se voi olla jollekin ihan henkireikä.

Toisaalta keskustelupalstamateriaali ei tue näitä näkemyksiä, vaan iTV-juontaja nähdään lähinnä raivostuttavana, pikemminkin masentavana ilmiönä (Tuomi 2007; 2008). Tukea-antavalle roolille elintärkeää on lähestyttävyyys ja empaattinen luonne, jotta katselijat todella kokevat saavansa juontajalta jotakin.

Milla: Jos kokee, et on itellä jotain annettavaa, se on antoisaa. Sitä voi sitten antaa ja saa siitä palautteen. Siitä tiesi, et ne sai jotain.

Tärkein piirre juontajassa on kuitenkin hänen kykynsä laittaa itsensä likoon satojen TV-katselijoiden edessä.

Peppi: Mä pistän itteni aika paljon likoon noissa, kerron itsestäni paljon ja mä puhun mun syömishäiriöistä, siitä oon saanu paljon kiitosta et tulee tunne että meitä on muitaki.

Omasta itsestään ja omista kokemuksistaan pitää pystyä puhumaan avoimesti.

Peppi: Mä en koe että se ois mikä tabu että mulla on tällä hetkellä masennuslääkitys päällä.

Vertaistuellinen rooli on asia, jota juontajat selkeästi haluaisivat nostaa enemmän esiin, sillä usein myös median (artikkeleiden, nettipakinoiden ja uutisoinnin) suhtautuminen iTV-juontajiin on jokseenkin nihkeää ja vähättelevää.⁸ Edellä mainituissa tilanteissa työ tuntuu kuitenkin juontajastakin tärkeältä.

Peppi: musta se on palkitsevaa silloin kun joku syömishäiriötaustainen nuori tyttö joka kiittää siitä että, kerrot oma taustas ja miten sä paranit. Riittää että ees yks ihminen kokee näin, ei siinä tarvitse koko kansaa parantaa.

⁸ Esim. Majabacka, Markus: "Juontajat hukassa", 30.9.2004 ja Pohjala, Heidi: "Muodollinen pätevyys toteutuu TV-chatissa". 21.10.2005.

Vuorovaikutteisen TV:n mahdollistamassa vertaistuksessa voisi olla potentiaalia tulevaisuuttakin ajatellen.

Lopuksi: 2000-luvun interaktiivinen TV-juontajuus

Tähän mennessä on pohdittu, millaista iTV-juontajuus on ja miten juontajat sen kokevat. Mitä loppujen lopuksi 2000-luvun iTV-kasvosta vaaditaan? Televisioesiintymisessä vaaditaan samoja puheviestintätaitoja kuin muissakin esiintymistilanteissa. Lisäksi se vaatii tiettyjä erityistaitoja. Vaikka televisioesiintyjä puhuu suurelle joukolle ihmisiä, hänen puhutapansa täytyisi silti vaikuttaa siltä kuin hän puhuisi yksilölle. Loppujen lopuksi kaikki palautuu takaisin itse juontajaan henkilönä.

Peppi: Koko homma perustuu juontajien persoonaan.

Pääasia on olla oma persoonansa ja sitä kautta myydä ohjelmansa sitä seuraaville. Tässä suhteessa juontajan rooli chatissa onkin valtava.

Peppi: Juontaja vaikuttaa tosi paljon, mitä hullumpi on, sitä katsottavampi ohjelma on!

Välillä on kuitenkin turhauttavaa joutua leimatuksi iTV-juontajuuden roolin myötä.

Peppi: Siellä mä oon TV-pelijuontaja, mut toisissa juonnoissa ja töiden ulkopuolella ihan erilainen.

Juontajat haluaisivat mielellään antaa itsestään todellisen kuvan, ei sitä yliaktiivista ja hyperventiloivaa soittovisajuontajuuden myötä syntynyttä kuvaa.

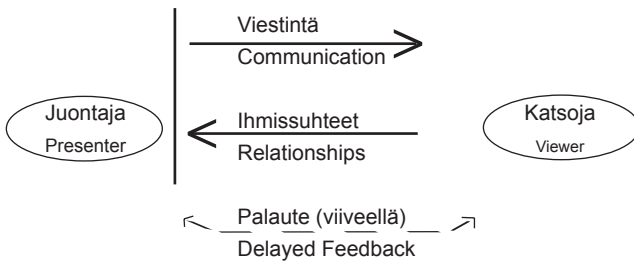
Katri: Oishan se kiva, (chatfunktio soittovisoihinkin) et ihmisille... Ku niillä on se idea, et mä oon vaa soita ja voita, nii ne näkis et mä oon ihan fiksu tyttö.

iTV-juontajalta vaaditaan siis kaiken edellisen perusteella pitkää pinnaa, paksunahkaisuutta, tilannetajua ja äärimmäisen hyvää huumorintajua, jotta palaute ja tietynyyppinen kohtelu eivät lamaannuta. Tietynlainen käyttäytyminen tai sen suvaitseminen selitetään usein huumorilla. Asioiden, palautteen ja ongelmallisen maineen myötä syntyneiden ikävien tilanteiden oletetaan kuittaantuvan juontajien työhön vaadittavalla huumorintajulla.

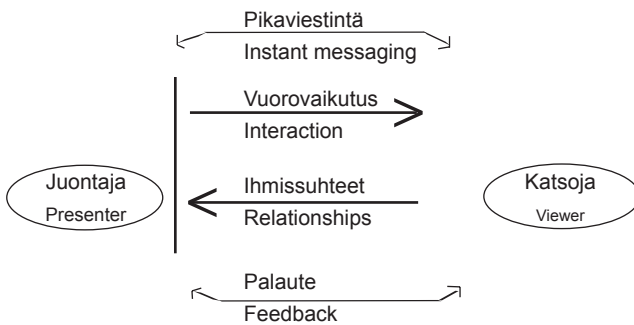
Simuloidusta viestinnästä kohti reaaliaikaista vuorovaikutusta

Usein TV:n ja katsojan välillä tapahtuvaa kommunikaatiota pyritään vertaamaan interpersoonalliseen vuorovaikutukseen, koska televisioesiintymisen muistuttaa eri viestintämuodoista eniten kasvok-

kaisviestintää. Televisio välittää nonverbaalisen viestinnän lisäksi esiintyjän tunteita ja reaktioita, ja se mahdollistaa intiimin visuaalisen kontaktin puhujan ja katsojan välillä. (Ks. Isotalus 1996, 160.) Toimiva (kaksisuuntaisuuden mahdollistava), pitkäkestoinen ja reaaliaikainen kommunikointi on kuitenkin pitkään puuttunut tästä yhtälöstä, jolloin on voitu puhua vain medioituneen vuorovaikutuksen simulaatiosta. (Kts. kuvio 1.) 2000-luvun interaktiivisten Tv-formaattien myötä medioitunut vuorovaikutus TV-persoonan ja katsoijan välillä ei enää ole pelkästään vuorovaikutuksen simulointia, pääosin reaaliaikaisen chat-kommunikoinnin vuoksi. (Kts. kuvio 2.)



Kuvio 1. Pekka Isotaluksen (1998) näkemys medioidusta interaktiosta.



Kuvio 2. Kirjoittajan näkemys (2009) 2000-luvulla syntyneestä teknis-reaaliaikaisesta interaktiosta.

⁹ Kasvokkain käytävä vuorovaikutus, joka perustuu osapuolten läsnäoloon.

¹⁰ Vuorovaikutus, joka yleensä pitää sisällään teknologian läsnäolon kanssakäymisen mahdollistajana.

¹¹ Näennäis-interaktio esiintyy yleensä yksisuuntaisissa massamediatuotannoissa.

Tästä syystä on nostettava esille neljäs interaktion muoto eli *teknis-reaalialikainen interaktio*, jossa yhdistyvät niin interpersoonallinen⁹, medioitunut¹⁰ kuin näennäis-interaktiokin¹¹. Interpersoonallisen tason vuorovaikutukseen tuovat iTV-juontajat, medioituneen tason taas televisio ja mobiiliteknologia, ja näennäis-interaktion tason synnyttää television rooli massamediana. Uutena tasona mukaan tulee erityisesti reaalialikaisen vuorovaikutuksen mahdollistava teknologia eli chat- ja puhelufunktiot. Teknis-reaalialikainen vuorovaikutus on lähellä interpersoonallista vuorovaikutusta, koska kommunikointi tapahtuu tässä ja nyt. TV:n näkökulmasta se on erityisen ansioitunut siksi, että tekstiviestipohjainen kommunikaatio on helppoa, se säilyttää yksilönsuojan ja antaa isolle joukolle mahdollisuuden kommunikoida samanaikaisesti TV-ruudulla, joko keskenään tai juontajan kanssa. Palautteesta ja reaktioista on tätä kautta tullut välittömästi tapahtuvia, kun ne ennen rajoittuivat lähinnä erilaisiin viiveellisiin palautejärjestelmiin.

Toisaalta nykypäivän yleisöä mukaan kosiskelevaa vuorovaikutusta, oli se sitten iTV-viihteelle ominaista osallistumista (*instant feedback*) tai lopputulokseen vaikuttamista (*power to influence later on*) (Näränen 2005; Jensen 2000; Kangaspunta 2006), ei voida nähdä interpersoonallisenakaan. TV-persoonan eli juontajan kanssa kommunikointi ei ole sataprosenttisen varmaa, sillä tekstiviestein ei voi herättää ja pakottaa toisen huomiota osakseen. Tv-chatteja voi tarkastella yhtäaikaaisesti perinteisen TV-kerronnan kulminoitumina, sarjamuotoisena ja katkeamattomana ohjelmavirtana, johon voi liittyä koska tahansa. (Suominen & Sihvonen 2002.) Samalla katsojille annetaan tekstiviestimuodossa annettavien käskyjen kautta mahdollisuus ohjailta tv-ruudun tapahtumia ja hahmojen toimia. Varsinainen tv-ohjelman sisältö muotoutuu siis katsojien mielihalujen mukaan sekä grafiikan että tekstin tasolla. (Suominen & Sihvonen 2002.) Tavallaan tämä on viehkeä ajatus, mutta ei toisaalta pidä unohtaa, että usein kyseessä on rajattu valta toimia. Sensuuri ja säännöt ovat edelleen puitteita, joiden parissa osallistujien tulee toimia. Juontajilla on myös täysi mielivalta päättää siitä, mitä viestejä ja aiheita he korostavat (tai eivät korosta). Kaikki artikkelissa esille nostetut iTV-juontajan piirteet ovat TV-esiintyjän ja katselijan muuttuneen vuorovaikutussuhteen ja tilan tulosta. Reaalialikainen lähes kaikkien käsillä oleva teknologia muuttaa niin parasosiaalisen suhteen kuin faniudenkin luonnetta.

Joka tapauksessa, näkipä 2000-luvulla iTV-viihteen myötä syntyneen juontajuuden joko amatöörimäisenä hapuiluna tai potentiaalisena vertaistukena sitä tarvitseville, selvää on, että iTV-viihde juontajineen jakaa mielipiteitä. Melko varmasti voi sanoa, että iTV-viihde ei myöskään ole häviämässä markkinoilta, joten saamme luvan tottua uusiin juontajakasvoihin ja formaatteihin. Interaktio tulee muuttumaan ja mahdollisesti kasvamaan juontajan ja katsojan välillä, samalla parasosiaaliset suhteet, fanikulttuuri ja vertaistuellinen puoli tulevat syvenemään ja kehittymään. Juontajat herättävät tulevaisuudessakin tunteita.

Katri: Ihmiset ei oo ite lähteny barrikadeille vaikka ne siellä internetissä laittaa, ei ne oo ikinä tullu maikkarin ovelle ja et lopettakaa ne. Onhan

niillä jonkinlaista kysyntää, jos joku päivä puhelut loppus, loppus kyllä pelitkin.

Artikkelin tarkoituksena ei ole esittää puolustuspuhetta sen paremmin kuin iTV-juontajuutta teilaavaa puheenvuoroakaan vaan valottaa ilmiötä asianomaisten näkökulmasta. Mitä artikkelista sitten jää käteen, mitä voimme sanoa 2000-luvun iTV-juontajista? Sen, että ennen kaikkea juontajat vaikuttavat. Tämänkaltainen katsojien aktiivointi näkyy TV-ohjelmavirran lisäksi ohjelma-ajan ulkopuolellakin. Juontajat aktivoivat kuluttajat ympärivuorokautiseen keskusteluun ja kanssakäymiseen – eri mediumeissa ja eri keinoin. Primaariaktiivointina voidaan nähdä juontajien reaaliaikainen aktiivointi iTV-formaateissa ja sekundaariaktiivointina intermediaalinen aines keskustelupalstoilla ja juontajille suunnatut materiaalit. (Tuomi 2007; 2008.) Vaikutus ei aina ole kuitenkaan pahasta. Anna pelityöille ja -pojille mahdollisuus!

Mä olen neidin ykkösfani! Aivan mieletön hymy, baariin lähteminen venahiti lähetyksen ajaksi kun huomasin blondin olevan vihdoinkin ruudussa, pitääkää nyt se enkeli siellä niin lopetan baarissakäynnin! tai ainakin vähennän.. :)” (www.Telkku.fi, 05.03.2006)

Tutkimusaineisto

TV-pelit 2004: Maali!, Rantalentis, Cowboy, Splash ja Koulussa (MTV3)

TV-pelit 2006: MADX Tennis, Street soccer, Lumisota, Downhill challenge, Drop 3, Street soccer, Koulussa, Maapallomatka ja Beach volley (MTV3, SubTV, Urheilukanava ja Nelonen)

Soittovisat 2006: Voittopotti, Soittopeli, Rahasampo, Pikavoitto, Urheilumania ja Raha-linko (MTV3, SubTV, Urheilukanava ja Nelonen)

Keskustelupalstat: www.suomi24.fi, www.MTV3.fi, www.telkku.com, www.iltasanomat.fi

Juontajahaastattelut: Tekijän halussa. Haastattelut tehty 8.7.2008 ja 28.8.2008.

Internet-sivut

Kuluttajavirasto: *TV-pelit ja muut maksulliset interaktiiviset kilpailut ja visailut*. www.kuluttajavirasto.fi/user_nf/default.asp?site=34&tmf=15351&lmf=18884&id=18884&mode=readdoc

Majabacka, Markus: ”Juontajat hukassa”, 30.09.2004, www.tutka.org/juttu?juttu=5035

Pohjala, Heidi: ”Muodollinen pätevyys toteutuu tv-chatissa”, 21.10.2005. www.tutka.org/juttu?juttu=9948

Lehtiartikkelit

Aamulehti 10.3.2005, Karvonen, Erkki: ”Julkkisjuoru käy kaupaksi”.

Satakunnan Kansan: Virta-liite 8.9.–14.9.2006.

Helsingin Sanomat 7.3.2009, ”Vappu Pimiä ei kadu chat-menneisyyttään”..www.hs.fi/viihde/artikkeli/Vappu+Pimi%C3%A4+ei+kadu+chatmenneisytt%C3%A4%C3%A4n/1135244086328

Kirjallisuus

- Ala-Fossi, Marko (1999) *Tähtien kylmä loiste, Radio Novan markkinoille tulon vaikutus Suomen kaupallisten paikallisradioiden toimintaan*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Erwin, Phil (2005) *Asenteet ja niihin vaikuttaminen*. Helsinki: WSOY.
- Von Feilitzen, Cecilia (toim., 2004) *Young people, soap operas and reality TV. Yearbook 2004, the international clearinghouse on children, youth and media*. Göteborg University: Nordicom.
- Götz, Maya (2004) "Soaps want to explain reality". Daily soaps and Big Brother in the everyday life of German children and adolescents. Teoksessa Cecilia Von Feilitzen (toim.) *Young people, soap operas and reality TV. Yearbook 2004, the international clearinghouse on children, youth and media*. Göteborg University: Nordicom.
- Heinonen, Ari (1999) *Journalism in the Age of the Net. Changing Society, Changing Profession*. Tampere: University of Tampere.
- Herkman, Juha (2001) *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. Tampere: Vastapaino.
- Herkman, Juha (2005) *Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avoliitto – median markkinointuminen ja televisioituminen*. Tampere: Vastapaino.
- Hietala, Veijo (1996) *Ruudun hurma*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Hoffner, Cynthia (1996) Children's wishful identification and parasocial interaction with favourite television characters. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 40, 389–402.
- Hautakangas, Mikko (2008) Yleisöä kaikki, tuottajia kaikki. Toimijuuden neuvotteluja Suomen Big Brotherissa. Teoksessa Kaarina Nikunen (toim.) *Fanikirja – tutkimuksia nykykulttuurin fani-ilmiöistä*. Nykykulttuurin tutkimuskeskuksen julkaisuja 96. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Isotalus, Pekka (1994) Ystävyyttä kuvaruudun läpi. Katsaus parasosiaalisen suhteen tutkimuksiin [Friendship through screen - A review of the parasocial relationship research]. *Tiedotustutkimus* 17:1, 24–32.
- Isotalus, Pekka (1996) *Toimittaja kuvaruudussa: televisioesiintyminen vuorovaikutuksen näkökulmasta*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Isotalus, Pekka (1998) Television performance as interaction. *Nordicom Review* 19:1, 175–183.
- Isotalus, Pekka (2004) Valmius ihastua tietokonepersoonaan. Teoksessa Ulla Paunonen & Jaakko Suominen (toim.) *Digirakkaus*. Tampere: Tammer-paino.
- Jenkins, Henry (1992) *Textual poachers. Television fans and participatory culture*. London & New York: Routledge.
- Kangaspunta, Seppo (2006) *Yhteisöllinen digi-TV – Digitaalisen television uusi yhteisöllisyys, yhteisöllisyyden tuotteistaminen ja yhteisötelevisiön vaihtoehto*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Koski, Markku (2001) *Julkisia eläimiä*. Helsinki: WSOY.
- Koskinen, Ilpo & Mykkänen, Juri (toim., 1998) *Asiantuntumuksen politiikka: professiot ja julkisovalta Suomessa*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Lehtonen, Hilikka (1999) Yhdyskuntasuunnittelu, moderni asiantuntijuus ja tulevaisuuden suunnittelijakompetenssit. *Yhteiskuntasuunnittelu* 37: 3-4, 50–62.
- Mustonen, Anu (2001) *Mediapsykologia*. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Nikunen, Kaarina (2005) *Faniuden aika – kolme tapausta tv-ohjelmien faniudesta vuosittain hahmojen taiteen Suomessa*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Ojanen, Soila (1995) *Visailuviihde arvouttelun perinteen jatkajana – tutkimus television peliohjelmista ja niiden katsojien kokemuksista*. Pro gradu. Turun yliopisto.
- Sihvonen, Tanja & Suominen, Jaakko (2002) *Töllö näpyttäjien näyttämönä - performanssi*

ja yhteisöllisyys TV-chateissa. *Mediumi* 1.1/ teema/ mobiilikulttuuri.

Tuomi, Pauliina (2007) *Juontajuus 2000-luvun "televisiojätteessä" – Juontajan rooli interaktiivisissa tv-mobiilipeleissä ja soittovisoissa*. Pro gradu -tutkielma, Humanistinen tiedekunta. Turun yliopisto.

Tuomi, Pauliina (2008) SMS-based human-hosted interactive TV in Finland. *Proceedings of the first international conference on Designing Interactive User Experience for TV and Video*. uxtv08, Mountain View, California. USA.

Uotinen, Johanna (2005) *Merkkillinen kone*. *Informaatioteknologia, kokemus ja kertomus*. Joensuu yliopisto.