

**KAKSITOISTA TOTUUTTA BIG BROTHERISTA****– OSALLISTUJIIEN KOKEMUKSIA TOSI-TV:STÄ**

*Tässä katsauksessa keskustelemme Big Brother -ilmiön saamasta media- ja akateemisesta huomiosta sekä käsittelemme aiemmin tutkimatonta osa-aluetta: kuvaamme osallistujien tapaa kertoa Big Brother -kokemuksistaan kolmen aihepiirin – kokemuksellisuuden, julkisuuden ja tosi-aito-tematiikan – puitteissa.*

Mun mielest niinku kaikki on taviksia ja kaikki on julkkiksia niinku tavallaan.

Miesosallistuja, helmikuu 2006

*Big Brother* -konseptiin kuuluu olennaisena osana sen esittämän ”totuuden” pohdinta ja määrittely niin yleisöjen kesken kuin muussa mediassakin. Formaatti on useimmissa sen toteuttaneissa maissa sekä tarjonnut viihdelehdistölle raportoitavaa että ruokkinut niin kutsuttuja mediapaniikkeja eli tilanteita, joissa media sekä aiheuttaa paheksuntaa että samalla pui paniikin syitä ja seurauksia (*BB* ja mediapaniikit, ks. Biltereyst 2004). Monitahoinen valtaisa julkisuus – nettikeskusteluista ja yhteistyökumppaneiden mainoksista kriittisiin lehtikolumneihin – onkin olennainen osa *Big Brotheria*. Suomessa se on kirjoittanut kymmeniä (ellei satoja) tuhansia kommentteja eri internet-foorumeilla ja maamme ensimmäinen *BB* sai syksyllä 2005 Observerin mediaseurannassa lähes 1700 osumaa (Observer 2005).

Sama massiivinen näkyvyys ylittää myös kansainväliseen akateemiseen keskusteluun: *Big Brother* on päässyt lukuisten teosten otsikkoon kuvaamaan laajaa kirjoa tämän ajan mediaan liittyviä ilmiöitä (ks. esimerkiksi tämän artikkelin lähdeluettelo) ja ansainnut muun muassa oman jornaaliteemanumeron (*Television & New Media* 2002/3) sekä artikkelikokoelman (Mathjis & Jones 2004). Sitä on analysoitu antropologisesti myytin rakentamisen näkökulmasta ja käytetty uusliberalismin metaforana (Couldry 2002; Couldry, tulossa). Se on nostettu niin kutsutun ”tarkkailutalouden” tai -kulttuurin vertauskuvaksi (Andrejevic 2004; McGrath 2004; Palmer 2002). Toisaalta *Big Brother* on ollut joillekin tutkijoille malliesimerkki television sekä koko mediateollisuuden

suuden uudesta toimintalogiikasta eli ohjelmanteon muuntumisesta monimediallisiksi projekteiksi, joita leimaa globaali formaattikauppa sekä tuotesijoittelu (Raphael 2004). *BB*:n kaltaisten monimedialmiöiden on sanottu myös edellyttävän mediapolitiikalta uutta otetta (Cunningham 2005).

*Big Brother International* -kirja (Mathjis & Jones 2004) kertoo belgialaisesta *BB*-keskustelusta, ranskalaisesta *Big Brotherin* vastineesta, Ison-Britannian yleisöistä ja amerikkalaisesta *BB*-vasta-aktivismista, mutta ulottuu yhtäläillä Afrikasta Australiaan ja Lähi-idästä latinalaiseen Amerikkaan. Globaalin formaatin kansainvälinen vertailu on harvinaisempaa, mutta muun muassa tuore ranskalainen teorisointi on kohdentunut *BB*:n ”anglo-amerikkalaisen arvomatriisin paikallistumiseen” Euroopassa (Frau-Meigs 2006). *BB* on myös saanut luvan havainnollistaa genrehybridisaatiota eli villinä vellovaa rajankäyntiä informaation ja viihteen, dokumentaarisuuden ja käsikirjoitetun fiktion välillä (esim. Bjondeberg 2002; Killborn 2003).

Vanhemman polven sosiologit ovat tuominneet *Big Brotherin* individualismin kovia kilpailuarvoja toisintavaksi (Bauman 2000) ja äärimmäisen banaaliksi (Baurdrillard 2002, siteerattu McGrath 2004, 203–204). Toista näkemystä edustavat ne kulttuurikriitikot, jotka löytävät yhtäläisyyksiä Shakespearen *Kuinka äkäpussi kesytetään* -näytelmän ja *Big Brotherin* välillä, erityisesti itsen määrittelyn kannalta (Hartley 2004) tai jotka ehdottavat *BB*:stä mallia läpinäkyvämmälle poliittiselle kulttuurille (van Zoonen 2005). *BB*:n monimedialisuus on herättänyt kysymyksiä kulttuurintutkimuksen näkökulmasta aktiivisiin yleisöihin (Tincknell & Raghuram 2002; Hautakangas ja Rasimus tässä julkaisussa). *BB*:n edustama ”tavistelevio” puolestaan on haastanut perinteisen tähteystudkimuksen olemuksen (Holmes 2004; 2005; 2006).

Tässä artikkelissa esittelemme osallistujien näkökulmia *Big Brotheriin* eli osan projektista, jonka tavoitteena on tarjota yksi empiirinen perspektiivi *BB*:n ja mediapaniikin esille tuomiin teemoihin. Projekti kuvaa Suomen ensimmäistä *Big Brotheria* kolmen sitä hyvin lähellä olleen ”ydinryhmän” kannalta.

Osallistajat, keskeiset tekijät ja nelisenkymmentä fania keskustelivat syksyllä 2005 ja keväällä 2006 teema- ja fokusryhmähaastatteluissa heille keskeisistä tapahtumista, todellisuuden ja tavallisuuden määrittelystä, sekä suhteesta toisiinsa.<sup>2</sup>

## POIS EMPIIRISESTÄ KATVEESTA

Tyypillistä *Big Brotherin* akateemiselle elämälle on ollut, että aineistolähtöistä analyysia on tehty suhteellisen vähän (ks. tutkimuksen kartoitus van Zoonen & Aslama 2006). Esimerkiksi tuotantoa on seurattu vain muutamassa tutkimuksessa (Roscoe 2004). Tyypillisimmin onkin keskitytty yleisöihin: sekä ”toden” kokemiseen että aktiiviseen seuraamiseen (Hill 2002; 2005; ks. myös Mikos ym. 2000; vrt. myös Hautakangas ja Rasimus tässä julkaisussa). Mittavin hanke on tähän mennessä ollut Hillin määrällistä ja laadullista otetta yhdistävä tutkimus tosi-tv-yleisöistä Britanniassa, jossa *Big Brother* oli mukana erityisenä tutkimuskohteena.<sup>3</sup>

Yleisöjen aktiivisuudesta, tv-tavisten heille tarjoamasta ”arjen politiikasta” ja vaihtoehtoisista äänistä (esim. Dovey 2000) sekä vastaanottajien oman luo-

van toimittamisen sallivasta ”redaktioyhteiskunnasta” (Hartley 2004, 320) puhutaan useimmiten positiiviseen sävyyn (vaikka *BB*:n sallima negatiivisten tunteiden tuuletus myös pohdituttaa, esim. Aslama 2005). *Big Brotherin* fanitus ei liene statukseltaan korkeakulttuurisessa kurssissa, mutta Suomessa aktiiviseurajille<sup>4</sup> netissä tehty kysely viittaa siihen, että seuraajia löytyy kaikenikäisistä ja -taustaisista henkilöistä. Laadulliset fokusryhmähaastattelut puolestaan tuovat esiin lähinnä protestanttisen häpeän *Big Brotherin* kanssa ”tuhlatusta” ajasta, eivät niinkään huolta sisältöjen turhuudesta tai banaaliudesta (Ahola ym. 2006).

## OSALLISTUJEN ÄÄNET

Usein esitetty ja tärkeä tutkimuskysymys on, miten *Big Brotherista* puhuvat ne, jotka eivät seuraa sitä lainkaan ja mistään hinnasta.<sup>5</sup> Kiinnostavaa on kuitenkin tarkastella myös nimenomaan *BB*:n ”sisäpiiriä” eli aktiiviyhteisöjä, tekijöitä sekä osallistujia; *Big Brotheriin* liittyvät mediapaniikit kun eivät näytä syntyvän yleisöjen huonosta mausta tai ”törkytelevision” tapahtumista, vaan nimenomaan vallan epätasapainosta, hyväksikäytön ajatuksesta. Yhtäältä ajatellaan, että osallistujat ovat julkisuudenkipeitä opportunisteja, jotka haluavat keinolla millä hyvänsä valokeilaan. Toisaalta uskotaan, että tuotantotiimi ohjailee kylmäverisesti niin ohjelmaan osallistujia kuin yleisöjäkin suurimman mahdollisen rahallisen voiton toivossa (Holmes 2004, 111). Nämä kysymykset ovat osin empiirisesti lähestyttävissä – tai ainakin niiden keskeisyys julkisessa keskustelussa kehottaa yrittämään.

Kirjallisuuskatsauksen perusteella vaikuttaisi siltä, ettei *Big Brotherin* tai muidenkaan tosi-tv-osallistujien kokemuksia ole juuri aiemmin tutkittu; akateemiset kommentit perustuvat lähinnä viihdelehtien haastatteluihin (esim. Andrejevic 2004; poikkeuksena Roussou & Buck 2004, jossa kahden kyproslaisen osallistujan haastattelu). Siksi tämä osuus projektista oli haastava. Tavoitteena oli pysytellä mediatutkimuksen puitteissa, ei niinkään syväluodata ohjelman psykologisia piilotajuisia vaikutuksia siihen osallistuneihin. Vaikka tähteyks- ja julkkistutkimus on viime aikoina siirtynyt perinteisen elokuvatutkimuksen tulkitsevasta tekstianalyysistä (esim. Dyer 2004/1986) media- ja kulttuurintutkimuksen puolelle (vrt. Gamson 1998; myös Holmes 2005, 8), on osallistujia kuultu vain muutamissa hankkeissa, lähinnä talk show -ohjelmien yhteydessä (Gamson 1998; Priest 1995).

Kolmiodraaman ja siten myös osallistujien tutkimuksen lähtökohdaksi otettiin paitsi *Big Brotherin* kritiikin ydin, myös se mistä jo jotain tiedettiin. Perusasetelmaa inspiroivat Hillin (2002, 2005) havainnot siitä, etteivät yleisöt tulkitse *Big Brotheria* todellisuuden ilmentymänä, vaan metsästävät performanssien joukosta innolla niitä hetkiä, jotka vaikuttavat autenttisilta. He arvioivat kriittisesti yhtä lailla osallistujien ”aitoutta” kuin tuotannon rooliakin. Lisäksi tutkimusasetelmassa oli mukana ajatus ”uudesta” julkisuudesta ja sen kokemisesta. Brittiyleisöjä (ja suomalaisiakin *BB*:n seuraajia) näyttää kiehtovan ”tavallisten ihmisten” sosiaalinen selviytyminen ja ”kasvu” ohjelman aikana – siis prosessit, joihin voi peilata oman elämän tilanteita.

Kaikki 12 vuoden 2005 *Big Brother* -talon asukasta suostuivat muutama kuukausi ohjelman päättymisen jälkeen mukaan tutkimukseen. Useimmat

haastateltiin maaliskuussa 2006 ja osa heistä kirjoitti myös myöhemmin esseen kokemuksestaan. Perusoletukset olivat samat kuin etnografisessa yleisötutkimuksessa: tarkoituksena oli kuvata osallistujien puhetta kokemuksistaan ja olettaa, että se on (yksi, pieni) osa sosiaalista todellisuutta. Tarkoituksena ei ollut niinkään väittää, että he kertovat lopullisen totuuden sisäisestä maailmastaan. Taustalla oli luonnollisesti osallistujien hiljan kokemus mediahuomio ja tottuneisuus haastattelutilanteisiin. Silti kysymysten voi olettaa pääosin poikenneen tyyppillisestä viihdejournalismista, ja osasta haastatteluja syntyikin vuolaita, vapaita keskusteluja.

Seuraavassa havainnollistamme osallistujien tapoja puhua *Big Brother* -kokemuksestaan. Julkisuuden ja autenttisuuden teemat oli rakennettu väljään haastattelurunkoon, mutta lisäksi esiin nousi kolmas aihepiiri, jota on aiemmin käsitelty lähinnä *BB*-teorisoinnissa: kokemuksellisuus. Kuten esimerkit osoittavat, kokemuksen viehätys, ambivalentti julkisuuspuhe ja tosi-aito-tematiikka kietoutuvat osallistujien puheessa *BB*-ilmiöstä tiukasti toisiinsa.

## KOKEMUKSEN LUMO

No ihan se irtiotto, minkä mä sanoin tos aluks, et oli tapahtunu muitakin muutoksia elämässä ja sit oli tosi kyllästyny oleen töissä ja halusin jotain vaihtelua ja jotain extriimiä. (...) Siis ihan päähänpisto se oli ihan aluks. En mä ikinä kuvitellu pääseväni sinne, mut vaikee sanoo, kyl mä aika semmonen seikkailunhalunen ihminen oon.

Naisosallistuja, maaliskuu 2006<sup>6</sup>

Kirjottelin läppärillä sen hakemuksen näin väsyneenä bussissa, vielä kaikkia kummallisia kirjoitin (nauraa). Ei siinä mitään suurempaa motivaatiota varmaan ollu, aattelin vaan että öö, tää voisi olla siistiä.

Miesosallistuja, kesäkuu 2006

Kriitikoiden suuri hämmästelyn aihe on ollut, mikä saa ihmisen alistumaan kolmeksi kuukaudeksi tauottoman tarkkailun alle. Kuten Andrejevic (2004, 145–46) ja Couldry (2003; 2004, 63) huomauttavat, *Big Brotherin* osallistujat eri maissa ilmoittavat, että kyse on kokemuksesta, ei niinkään julkisuudesta tai vielä vähemmän kilpailusta ja rahasta. Peli-metaforaa käytetään, mutta ennemminkin kuvaamaan konkreettisia pelisääntöjä ja tehtäviä, ihmissuhdekieruroita, tai mediajulkisuuden merkitystä konseptille; keskinäinen kisa jää puheissa taka-alalle.

Jollei muuta, tällainen ote omaan *BB*-kokemukseen on sisäistetty tapa perustella valintoja, joka käy osaltaan esille myös Hillin (2002; 2005) katsojatutkimuksesta. Varsinkin nuoremmille tosi-tv-kokemus tuntuu olevan yksi muiden joukossa, eikä sitä arvoteta erityislaatuiseksi pelkästään julkisuuden, vaan erikoisten puitteiden ja haasteiden takia. Kokemushakuisuuden ytimessä on oman itsen testaaminen ja kasvun paikka:

Just puhuttiin yhen mun ystävän kanssa ennen tänne taloon menoa että hänkin haluis mennä tommoseen mut nimenomaan jos ei ois sitä tv-aspektia. Et kyl mä oisin mennä koska se mun mielestä se suurin haaste on just siinä että miten sitä pärjää siinä ympäristössä et se katsojäänestys ja se miten niinku. Mut on siin sekini että ku se oli tv:ssä ni mä tiedostin sen et siinä voi oppii ittestään jotain tavallaan et miltä näyttää muiden silmissä.

Naisosallistuja, maaliskuu 2006

Kokemusten korostaminen on sukua sille, miten koko televisiokulttuuri on erityisesti kevyempien keskusteluohjelmien myötä viime vuosikymmeninä arkitunut alleviivaamaan henkilökohtaisten tarinoiden ja tunteiden merkitystä asiantuntijatiedon rinnalla ja ohi (esim. Livingstone & Lunt 1994) – tavallisen ihmisen eletty elämä ja sen välittäminen mediassa on ollut postmodernina aikana se keskeinen ”toden” ilmentymä (Shattug 1997). Andrejevic (2004) pohtii, miten vähän amerikkalaisia *Big Brotherin* osallistujia näyttää vaivaavan tarkkailun alistava luonne, mutta ehkäpä heille ja suomalaisille kollegoilleen kyse on pikemminkin kaksinkertaisesta kokemuksellisuudesta. *BB* on osallistujilleen elämys sinänsä, joka saa vielä toisen tason, kun sen jakaa julkisesti moneen kertaan (niin osallistumisaikana kuin muussa mediassa). Couldry (2003, 116) vie tulkinnan vieläkin pidemmälle ja toteaa, ettei osallistujien motiivina ole narsismi eikä julkisuushulluus, vaan aikamme myytti mediasta maailman keskiössä ja sen välittäjänä: he haluavat henkilökohtaisen pääsyn tähän myyttiseen keskukseen.

## AMBIVALENTTI JULKISUUSPUHE

Tosi-tv:n suosion on tulkittu perustuvan nimenomaisesti ”irtiottoon perinteisten vaikutusmahdollisuuksien rakenteista” (Biressi & Nunn 2005, 145) eli tavallisten ihmisten tähteydestä. Vain harva *Big Brotherin* osallistuja kuitenkaan tunnustaa suoraan julkisuuden imun tai myöntää omaavansa julkkis-titelin:

Niin niin, tota tota, kyl mä oon tavis, en mä oo julkkis. Jos mä oisin tehny jonku oman kirjan tai jos mul ois joku oma bändi tai jotain niin kyl mä sit oisin niinku julkkis. Tai mul ois joku oma tv-show tai olisin näyttelijä tai joku, mut en mä oo mikään semmonen.

Miesosallistuja, maaliskuu 2006

Mä, mä oon niin tavallinen tyttö ku olla ja voi...tavis... (...) en jotenkin koe olevani julkinen tai siis niinku koska mä en oo omasta mielestäni ansainnu sitä, en mä tiä ansaitaanko julkisuus, mut että suurin osa julkimoista on kuitenkin tehny jotain, tai ketkä mä lasken...on niinku tämmösii turhia julkkiksia (nauraa) ja sit on julkkiksia jotka on ansainnu sen ja mä lasken itteni sit siihen turhien julkkisten joukkoon jos mä oon julkinen ihminen.

Naisosallistuja, helmikuu 2006

Et totta kai ihminen, tai siis mä sanon tälle passiivissa mut turha yrittää kierrellä, kai sitä itse nauttii siitä niinku huomiosta mitä siit saa tollasen jutun myötä.

Miesosallistuja, maaliskuu 2006

Rojek (2001, 17) on analysoinut julkkiseksi tulon prosessia Britannian kontekstissa ja löytänyt kolme eri kategoriaa: ennaltamäärätty julkisuus (*ascribed*, esim. sukulaisuus/suhde toiseen julkisuuden henkilöön, kuninkaalliset), teoilla ansaittu julkisuus (*achieved*; esim. ”jos ois tehny oman kirjan”) ja näkyvyysjulkisuus (*attributed*, julkisuus medianäkyvyyden vuoksi). Kuten Holmes (2005, 10) on todennut, vallalla on sekä populaari että akateeminen konsensus siitä, että julkisuus on muuttumassa yhä enemmän medianäkyvyyden tuottamaksi, ei niinkään saavutuksiin perustuvaksi.

Päällisin puolin on ristiriitaista – ja kokemuksellisuuspuheeseen rinnastuvaa – että taukoamattomassa julkisuudessa eläneet *Big Brotherin* osallistujat painottavat omaa tavallisuuttaan ja ”vanhaa” käsitystä julkisuuden ansaitsemisesta. Keskeinen käytännön syy voi olla siinä, että osallistujien tunnettuus muuttuu heille itselleen konkreettiseksi vasta kun he lähtevät talosta. Joka tapauksessa puhetta riittää uuden ja vanhan julkisuuden rajankäynnistä: on ”oikeita julkkiksia” ja ”turhia julkkiksia”; tai kuten eräs osallistuja analysoi, ”julkkiksia” (medianäkyvyys) ja ”julkimoita” (ansaittu julkisuus):

Kyllä mä uskon että kyl julkkiksestakin voi kasvaa ja muuntua julkimo, et se on vaan se tapa millä on päässy, puhkassu sen pinnan, tullu julkisuuteen ja sit osottaa että on niin pätevä siinä, pystyy esiintymään, pystyy kasvamaan ja kehittymään, osaa laulaa, tanssia, näyttellä, on supliikki-ihminen, on semmonen viihdyttävä ihminen et pystyy kasvaan semmoseks viihdyttäjäksi ja julkimoks, et et kyl se must on et joka suuntaan pystyy tekemään, et kyllä taviksestakin tulee julkkis ihan yhtä helposti et nyt syksyllä tuli 12 taviksesta julkkiksia ja idolsin myötä sielt tuli isommast porukastakin vielä niinku julkkiksia, et onhan tää sillee niinku kulta-aikaa siinä et kenestä tahansa voi tulla julkkis.

Miesosallistuja, maaliskuu 2006

Muutama osallistuja kuvaa julkisuushierarkiaa kiinnostavasti oman kokemuksen kautta. Huomiota saa kaikenlaisilta ihmisiltä, mutta merkittävintä on ”oikeisiin julkkiksiin” tehty rinnastus tai heiltä saatu tunnustus:

Huomaa silleenkyl niinku et ihmisii niin laidast laitaan niinku riipumatta yhteiskuntaluokasta tai mistään tämmösestä näin. Et on tullu ihan tommonen niinku tos tuli lähikaupassa semmonen pultsariakka tuli halaamaan mua. Mut sit taas tiedän että tuli yks kaupakorkean professori tuli kehumaan mua (...) Kyl mun täytyy sanoo että kaiken kaikkiaan ni se on ollu ehkä mairittelevinta on ollu sillee että ihmisii mitä on ite siis niinku nähny telkkarissa joskus ja ajatellu että noi on julkkiksii ni sit semmonen tulee sillee että hei morjens, että äijä veti ihan kipeen hyvin.

Miesosallistuja, maaliskuu 2006

Ehkä mua kaikist eniten mua nauratti niinku oli jotkut tv-inhokit äänestys ja mä olin siinä XXXX kanssa ja se oli must niinku hieno juttu, ku XXXX on must ihan huippu tyyppi ja me oltiin niinku mä olin jopa voittanu sen ihan pikkusen, jotain prosentilla tai kahdella sillä viikolla.

Naisosallistuja, maaliskuu 2006

*Big Brotherin* osallistujien elämä talokokemuksen jälkeen ei ole ollut pelkkää tavallisen ihmisen arkea, mutta puheessa julkisuuden kokemisesta painottuu kuitenkin rento ote. Juorulehdistön jutuille naureskellaan jälkeensä, huomiosta (tai ainakin sen vaikutuksesta itseän) puhutaan kepeästi, jopa vähättelevästi, sekä osoitetaan julkisuuden olevan hyvin hallinnassa:

Mulla on fanisivut joista mä oon yllättyny ja kiitos fanisivujen tekijöille. Joo tunnistetaan ja sitte toi viina tekee ihmeitä ku sit noi kielenkannat aukee. Mut hirveesti on sellasii ihmisiä jotka, et ihmiset vaan moikkaa ja sit ne on kauheen ilosia koska mä hymyilen ja moikkaan takasin. Tunnistetaan, joka päivä jossain.

Naisosallistuja, helmikuu 2006

Mul oli tossa pieni tämmönen, olin vähällä sanoa että sota mutta oli vähän erimielisyyttä (...) erään toimittajan kanssa oli vähän erimielisyyttä siitä että onko ok soitella niinkun ja minun näkemyksen mukaan ahdistella mun niinkun kavereita niiden työpaikoille. Ja hänen mielestään se on ok koska mä oon nytten mä oon antautunu tähän leikkiin. (...) Mutta mun mielestä jonkunnäköset soveliaisuus- ja käyttäytymissäännöt on oltava niinkun riippumatta siitä että mitä papereita, millon mä oon niinku allekirjottanu ja myyny mun sieluni tälle touhulle.

Miesosallistuja, helmikuu 2006

Ainoastaan uudenvuodenlainen, Hartleyn (2004) sanoin ”redaktioyhteiskunnan” julkisuus eli keskustelupalstojen runsas ruodinta osallistujista mietityttää muutamaa (mutta nettikeskustelujen laajuuden huomioon ottaen yllättävän harvaa) osallistujaa:

Niinku luki niit juttuja ja sit alko vaan niinku naurattaa et oikeesti et miten ne on voinu tulkita jonkun asian tollee. Ja sitku näkee sen et joku on kirjottanu jotain ja sitte joku vaan lukee sen niinku ettei oo ikinä nähnykään sitä esimerkiksi, et se on tullu kaksneljäseiskalta. Ja sit ne lähtee sillee lumipallona niinku ne jutut et ne meni jo niin naurettavuuksiks sillee että-

**Puhutsä nyt niinku keskustelupalstasta?** [haastattelija]

Lähinnä joo, koska eihän niinku lehdistössähän ei juurikaan riepoteltu. Ja sitte ku lehdistö alko kirjottaa jotain negatiivista ni se pohjautu aika pitkälti siihen niinku nettikirjotteluun.

Naisosallistuja, maaliskuu 2006

Holmes (2004, 117) muistuttaa, että *Big Brotherin* osallistujat ovat (britti-kontekstissa) niitä ”kuuluisimpia taviksia” ja todentavat refleksiivisyyden sekä itsen tiedostamisen korostumista tämän päivän mediaperformansseissa. Hän huomauttaa, että aiempi jako tähteyteen (elokuvat) ja astetta arkisempiin tv-persooniin (Holmes 2004; 2005, vrt. myös esim. Tolson 1996, 120–150) on muuntunut uudenslaiseksi. *BB* simuloi arkea ja tarjoaa katsojille suurta läheisyyttä eri seuraamismahdollisuuksien sekä (ainakin näennäisesti) ”tavalliset tyytit” -osallistujakaartin avulla. Tuttuuden tuottamiseen liittyy kuitenkin se paradoksi, että monissa maissa osallistujista on tullut suuria tähtiä – joten kuuluisuuden voi tosiaan saavuttaa pelkällä mediahuomiolla.

Kyse on mitä ilmeisimmin valtaisan näkyvyyden (aiemmin harvat ja valitut tähdet) ja ”tavisstatuksen” tuoman autenttisuuden tunteen (ihan niinkuin minä) yhdistelmästä (Holmes 2004, 120). Suomen *BB*-osallistujien puhe havainnollistaa muuttuvaa julkisuusajattelua, mutta toisaalta on yllättävänkin konventionaalista. Kuten Holmes (emt., 46) toteaa, tähden lavantakainen elämä ja ”tavallisuus” on aina ollut kuuluisuuden myytin rakennusainetta. *BB* hyödyntää tätä ja kuvaa tähdentekoprosessia avoimemmin kuin moni muu populaarikulttuurituote (emt., 128).

Holmes (2005) huomauttaa, että kaikki ei suinkaan ole muuttunut tähteyuskulttuurissa tosi-tv:n myötä. Kuten Dyer (2004/1986, 7) havainnoi kahden vuosikymmenen takaisessa kuuluisassa tutkimuksessaan, tähdet tuovat esiin sen, millaista on olla ihminen nyky-yhteiskunnassa – eivät tosin suoraviivaisesti, vaan osoittamalla sekä yksilöinä olemisen lupauksen että haasteet. Täten tähteyks on aina ajankuva. Holmesin (2004, 133) sanoin *BB*:n ideologinen julkisuus-koneisto on monin tavoin malliesimerkki siitä, miten tämän ajan identiteettiä ja ”itseyyttä” rakennetaan. Suomen *BB*:n osallistujien puhe kokeuksistaan kertoo pikemminkin ristiriitaisesta julkisuussuhteesta kuin avoimesta, päämäärätietoisesta julkisuushakuisuudesta; hapuilevasta identiteettipelistä, jota media-aikakaudella pelataan (myös) mediassa, pikemmin kuin tietoisesta tähtiminnuuden rakentamisesta. Ainakin se viittaa siihen, että julkisuuden aikakaudella suhteesta julkisuuteen ja tähteyteen on sopiva puhua etäisyydellä ja ambivalentisti.

## TOTUUDEN TUOTTAMISEN VALTA

*Big Brotherin* kritiikin kärki on usein ollut siinä, miten tosi-tv uhkaa yhteiskunnan perusarvoja ja -oikeuksia (Biltreyst 2004, 95) muun muassa manipuloimalla osallistujia ja/tai katsojia. Heidät saadaan tekemään tyhmyyksiä talon sisällä tai heidät koukutetaan tuhlaamaan aikaa ja rahaa triviaaleihin muka-tosiin sisältöihin, äänestyksiin ja maksullisiin nettipalveluihin. Suomen osallistujilta kysyttiin suoraan, millaisena he näkevät toisaalta katsojien ja tekijöiden vallan, ja toisaalta omat mahdollisuutensa vaikuttaa *BB*:n tapahtumiin.

Osallistujien suhtautuminen tuotannon vaikutusmahdollisuus- ja valtakäsymykseen on yllättäväkin ymmärtäväinen. Tässä korostuu mediatietoisuus, sillä useat pitävät itsestäänselvänä sitä, että osa *BB*:tä on suurelta osin televisio-ohjelma, jota varten koetetaan saada aikaan draamaa ja jossa näytetään parhaita paloja. Useimmat osallistujat mainitsevat ”roolituksen”. Suhtautu-



minen siihen vaihtelee: jotkut toteavat, että taloon oli selvästi valittu erilaisia tyyppisiä tuomaan jännitteitä, mutta toiset kokevat, että heitä oli pyritty laittamaan tiettyyn muottiin, joka ei vastannut todellisuutta. Kaikkia tuotannon ratkaisuja ei siis koettu oikeudenmukaiseksi, mutta ”se on pelin henki” – ja olisi hauska itsekkin olla joskus tekemässä tosi-tv:tä (joka lienee yksi tapa päästä median myyttiseen keskukseen):

Sehän on ihan normaalia ku sen kuitenkin pitäis olla niinku bisnes-tä. Ja sit ku huomataan et hei kansa tykkää jostain ni sitä ruvetaan vaan lisää niinku työntään koko ajan enemmän ja enemmän. (...) Sehän on niin helppo ohjailla, ni kyllä on aika paljon mahdollisuus vaikuttaa. Ja sen takia ois niin mukava, mä jossain vaiheessa mietin sitä että haluaisin töihin tohon niinku BB:hen tai siis Metronomeen tekemään jotain sinne toiselle puolelle seinää.

Miesosallistuja, kesäkuu 2006

Toisaalta tuotannon toiminta oli juuri sitä, jota vastaan omaa ”autenttista” itseä peilataan, ja josta myös voidaan saada omalla ”aitoudella” yliote:

Jos mä ite siellä oon ja oon semmonen ku mä oon, niin ei ne voi kauheen väärinkään sitä näyttää. (...) Mutta sitten oon kyllä keskustellu niitten kanssa, oliko se käsikirjottajan kanssa? Se sano että se olis siinä lopussa halunnu tehdä musta sellasen pirttihirmin. Ja kyllä mä siinä vaiheessa niinku mietin että niinku millä lailla? Mut se ei vissiin niinku onnistunu koska must ei saanu riittävästi niitä juttuja ku mä en tehny riittävästi niitä juttuja. Niin kyllä mä silloin mietin että, olin että no ihan hauska jos oisitte saanu. Tai en sitten tiä että onko joku aatellu että se ois onnistunu, mut mä ymmärsin ettei se aivan onnistunu, että ne ois vaan halunnu musta sellasen siinä lopussa. Kyllä ne ainakin kaikkea mieltii ja yrittää mutta ei ne ainakaan mun kohalla onnistunu.

Naisosallistuja, maaliskuu 2006

Osallistajat puhuvat yleisön vallasta useasti melko lyhyesti, tyyliin ”nehän voi äänestää”. Nettikeskustelujen hehkutukset ja inhokkikampanjat mainitaan, mutta lähinnä muun julkisuuden lähteenä, ei niinkään osana *Big Brotherin* konseptia ja siihen vaikuttamista. Yleisöjen valta -puheeseen yhdistyy ymmärrys *BB*-asetelman monista totuuksista. Yleisöt saattoivat tulkita talon tilanteen aivan toisin kuin osallistajat, oman viitekehýksensä mukaan:

No sehän nyt nähtiin et siin on kuitenkin yleisö suuressa roolissa, et tavallaan niinku et vaik sä olisit suosittu ja sust pidettäis siel talon keskuudessa. Niin jos nyt mieltii, et Perttu voitti ja se oli kuitenkin niinku talon ihmisten kesken eniten äänestyksessä, kunnes tajuttiin et se ei sielt lähe minnekään. Et se oli varmaan viis kertaa siel, ennenku ihmiset luovutti, et ihan turhaa, et kun ei se sielt minnekään kato.

Naisosallistuja, toukokuu 2006

Valtaan, manipulointiin ja perimmäisen totuuden määrittämiseen liittyvät myös toiset osallistajat. Priestin (1995) tutkimus toi esiin, että amerikkalaisen talk show -ohjelmien vieraista monet olivat hyvin skeptisiä toisten osallistujien tarinoiden ja tunnustusten suhteen. Autenttisuuden ja esittämisen rajat ovat tiedossa myös Suomen *Big Brotherin* osallistujilla, mutta ne häilyvät monesta syystä. Talo on laboratoriotilanne, joka saattaa saada ihmisen käyttäytymään ”aidosti” toisin kuin tavallisessa arjessa. Vähemmän hyväksyttävää on laskelmoiva ”epäaitous” eli se, kun jälkeenpäin on paljastunut kaksinaamaisuutta ja ”pelailua”:

Mä hydyin siellä ihan täysin (...) Tulee tosi semmonen olo et oikeesti niinku että en mä oikeesti oo tällanen, mut sitte taas sehän tarkoittaa sitä että semmosessa tilanteessahan mä silloin just oon sellanen, mut ku ei sellasta oo ennen ollu.

Miesosallistuja, kesäkuu 2006

Kaikki esitti, me puhuttiinkin siitä. Siis esittämisen ja tiedostamisen raja siellä ehkä hämärtyy sen takia että sä pelkästään jo sensuroit ja niinku kontrolloit hirveen tarkasti mitä sä ite puhut ja olet ja teet ihan vaan sen takia et sul on jo säännöt mitkä sanoo että sä et saa tehdä tiettyjä asioita. Sä et saa puhua tiettyjä asioita.<sup>7</sup> Pelkästään sen takia sä niinku tiedostat sen asian ja sitä kautta se ohjailee sun tekemisiä ja puhumisia kaiken aikaa (...) Nyt ku mä oon nähny jälkeenpäin niin kun tota XXXX [yksi osallistujista] niin mä olin yllättyny että minkälaisia juttuja hän on puhunu siellä ja sit taas se että millä lailla hän niinku ite käyttäyty siellä niinku muiden joukossa ollessaan, se on semmonen mikä mul on ollu niinku silmiinpistävä.

Miesosallistuja, maaliskuu 2006

Voisi tulkita, että kaikessa osallistujien valtapuheessa piilee kaksiosainen totuusväittäjä. Vaikka tuotannon ja katsojienkin vaikutusmahdollisuudet tunnustetaan ja niistä jopa purnataan, korostuu puhe ”omana itsenä olemisesta” ja toisaalta puhe sisäpiiritiedon omaamisesta. *Big Brotherin* ”aidoin voittaa” -slogan kaikkua osallistujien haastatteluissa ja kuitenkin samaan aikaan useampikin heistä toteaa, miten *BB*:tä seuranneet eivät ymmärtäneet totuutta siitä, ketä kannattaisi äänestää ja mitä talossa oikein oli meneillään

Sen voittaa ehtomasti rehellisyydellä ja olemalla täysin oma itesä, jos rupee esittää jotain muuta... Olemalla avoin ja rehellinen eikä mitenkään liian päällekkävyä tai määräilevä. Semmonen, mmm, avulias ja avoin, avoin katsomaan muita ihmisiä jotka on kaikki erilaisia onneks kuitenkin. Että varmaan sillä.

Naisosallistuja, kesäkuu 2006

Sitä kukaan [katsojat] ei muista niinku XXXX:sta [tietystä osallistujasta] esimerkiksi ollenkaan että minkä ihmeen takia se oli aina siinä äänestyksessä. Kukaan ei ajattele et ehkä se oli siellä sen takia että kaikki vähän sillai sen kans niinku ei tuu niin helposti toimeen siellä [talossa]. Mut ei ku sitte vaan kaikki ajattelee että no ovatpa paskoja ku pistävät XXXX:n, hyvä jätkä.

Miesosallistuja, maaliskuu 2006

## TOSI TOSI-TV

Osallistujien haastattelut kertovat 12 eri totuutta *Big Brother* -ohjelmasta, mutta lisäksi alustava analyysi näyttäisi osoittavan, että niille yhteiset teemat – kokemuksellisuus, julkisuuskulttuuri sekä autenttisuuden ja totuuden määritteleminen – ovat selvästi läsnä paitsi aktiiviseuraajien, myös tekijöiden puheessa. Haastatellut *Big Brotherin* fanit viittaavat sekä yhtymäkohtiin omassa elämässä ("ihana kuin uudessa työpaikassa", "elin nuoruutta uudelleen") että hämmästelevät seuraamiskokemusta ("miksi jäin koukkuun?", "kuinka ihmeessä seurasin niin intensiivisesti?"). Myös suurin osa tekijöistä, kanavan edustajista käytännön tuotantotiimiläisiin, korostaa *BB:n* olemusta ainutkertaisena työkokemuksena. Syyt ovat osin samat kuin seuraajilla: intensiivisyys, joka seuraa ympärivuorokautisesta ohjelmanteosta ja monimediaalisuudesta sekä versioinnista.

Julkisuus puhututtaa osallistujia, faneja ja tekijöitä luonnollisesti eri tavoin. Mitä enemmän julkisuutta, sitä parempi tuotannolle, jolle se on eri muodossa keskeinen osa *BB*-projektia sekä yhteistyökumppaneiden että katsojien kiinnostuksen kannalta. Toisaalta, vaikka jokainen osallistuja valmistellaan talosta poistumisen jälkeen kohtaamaan julkisuus ja hänelle järjestetään heti seuraavana päivänä oma tiedotustilaisuus, on Turner (2004, 54) varmasti oikeilla jäljillä todetessaan, että *Big Brother* -konseptille julkkisten synnyttäminen on (taloudellisesti) toisarvoista yleiseen medianäkyvyyteen verrattuna. Tekijät analysoivat julkisuutta suoraan melko rajoitetusti, mutta mainitsevat usein tietyn lehtijutun tai *BB:n* saaman palstatilan dramaattisen käänteen jälkeen. Laajemmin suhde osallistujiin tähtinä tai tulevana julkkiksina on häilyvä, sillä osallistujat ovat tekijöille sekä kaukana että lähellä. Alustava analyysi tuokin esiin samoja aiheita, joita Grindstaff (2002, 141) havaitsi "tunne-talkshow-ohjelmien" tekijöiden kokemuksissa: yhtäältä osallistujat ovat esiintyjiä, joihin otetaan etäisyyttä; toisaalta heihin kiinnytään tai heitä kohtaan tunnetaan sympatiaa. Tämä synnyttää ajoittain ristiriitaisia tunteita. Monet sisällöistä vastaavat, mutta myös tuotantorutiineja toteuttavat kertovat kokevansa tämän ajoittain vaikeana osana työnkuvaa.

Faneille osallistujien saama julkisuus on osin itse tuotettua (fanisivut, nettikeskustelut) ja itsestään selvää, mutta siihen otetaan myös ironista etäisyyttä ja todetaan, että *Big Brotheria* olisi voinut seurata pelkästään iltapäivä- ja juorulehtien avulla. Toisaalta etäisyys-läheisyys on tosi-tv:n ja varsinkin ympärivuorokautiselle oleilulle perustuvan *BB:n* ominaispiirre. *BB*-talon asukkeja ei palvota kaukaa vaan heistä puhutaan hyvin läheisin termein ja halutaan säännöllisesti tietää, "mitä niille kuuluu":

Naiskeskustelija: Mulle on tullu silleen et joku virtuaaliperhe mulle, et mullei oo lapsia ja siis et mä et todella samastuin niihin moiniin etenki siihen Tiinaan ku meisson paljon samaa. Et mulle oli aina tärkeetä kattoo et mitä niille kuuluu.

Mieskeskustelija 1: Se on kyl totta ja tohon perheajatteluun et mä eilen vasta katoin finaalin nauhalta. Mä olin jotenki pantannu ku mä tiesin et mä tuun tänne verestään muistoja. Ja eilisen jälkeen tuli it sellanen olo et tässä tää oli et huhhuh, nyt niitä ei enää nää eikä kuule niiden hölmöjä juttuja. Mut yleensäki semmonen, kyl se jätti pikkasen tyhjän olon.

Mieskeskustelija 2: Kyl niist tuli ihan kavereita.

Mieskeskustelija 1: Tai vihamiehiä.

Aktiiviseuraajat, 35–44 vuotta, joulukuu 2005

Todellisuus–autenttisuus-puhe niin *Big Brotherin* fanien, tekijöiden kuin osallistujien haastatteluissa antaa tosi-tv-termille uuden merkityksen. Nimitystä on kritisoitu usein sillä argumentilla, ettei tosi-tv ole vähimmässäkään määrin "totta", vaan lavastettua tai ainakin rekonstruoitua. Sen sijaan on käytetty muun muassa termejä populaari asiaviihde (vrt. esim. Hill 2005) ja vertaismelodraama (vrt. Hautakangas 2004). Nämä nimet laajalle ja kovin määrittelemättömälle kirjolle ohjelmia ovat varmasti paikallaan eri näkökulmista katsottuna, mutta *BB:n* haastattelujen valossa kyse on nimenomaan tosi-tv:stä – siinä merkityksessä, että osallistujien, tekijöiden ja aktiiviseuraajien puheessa nousee esiin suoremmin tai epäsuoremmin vakuuttelu toden autenttissimman version tietämisestä ja hallisemisesta. Aiemmat tutkimukset faneista (Hill 2002; 2005; Mikos ym. 2000) ovat jo todentaneet analyysin ja spekuloinnin nautinnon, mutta myös monet *BB:n* tekijät tuottavat hyvin samantyyppistä puhetta talon tapahtumista ja osallistujien keskinäisistä suhteista:

Mul oli viel tällänen astrologinen näkökulmaki et mä osasin heidän astrologiset merkit (...) niin mua hirveesti kiinnosti siinä se et merkkien jollaki tavalla nähdä et mitkä vetää toisiaan ja mitkä ei ja miksei kun pitäis (...) Sit oli tää pari, omistushimonen skorpionin ja Timo tää kaksonen, on aika menevä ja toinen omistushalunen et siin voi tulla vähän tällästä. Siin tuli jo ohjelman aikanaki, ni sanoi Timo et ei hän oo mustasukkanen.

Aktiiviseuraaja, nainen, 25–34 vuotta, tammikuu 2006

Tiinan ja Mikan suhde on jännä. Tiina on kertonu monesti mil-lasista pojista tykkää ja Mika on ulkosesti ja muuten ihan erilainen, mut joku niiden välillä on, et se Mika kiehtoo sitä Tiinaa kyllä. Mutta myöntääkö se sitä koskaan tai tapahtuuko jotain, sitä ei tiedä. Mut ohjelmallisesti hyvä, vaikkei sitä kaikki ehkä huomaa, mut mun mielestä se on ilmiselvää.

*BB*-ohjaajatiimin jäsen, marraskuu 2005

## PANIIKEISTA POHDINTAAN

Populaaritelevisiota tutkinut Glynn (2000, 9) toteaa, että silloin kun joidenkin kulttuurinen maku ja käytänteet pöyristyttävät toisia, ei ole epäilystäkään että on kyse poliittisesta asiasta. Usein vaikuttaa siltä, että manipulaatiokeskustelun takana on nimenomaan tosi-tv:n ”todellisuusväittämä” (vrt. Couldry 2002), jota syntyy osin asiaohjelmien genren muotokeinoin – ja tämä ylittänee liikaa perinteisiä rajoja. Samoin yksityisen alueen äärimmäinen tunkeutuminen joukkoviestimiin ja ”ei-totuttujen” ihmisten saama massiivinen julkisuus puhututtavat. Toisaalta ainakin *Big Brotherin* aktiiviseuraajat ovat hyvin medialukutaitoisia ja -skeptisiä, eivätkä nämä teemat juuri nouse esille ongelmina osallistujienkaan haastatteluissa.

Ehkäpä vanhojen (valta)hierarkioiden hämärtyminen vielä laajemmassa mielessä – etäisyyden ja läheisyyden, aitouden ja performanssin ambivalenssi – onkin se, joka loppupeleissä osaltaan aiheuttaa mediapaniikkeja. Hartleyn (2004, 303) termin tämä on ”esittämisen demokratisoitumista”. Hän tarkoittaa sillä ajallemme tyypillistä itsen performanssia, jota todella tuotetaan itse ja muille, ei muiden (toimittajien, näyttelijöiden tms.) välityksellä. Hän toteaa edelleen, että *Big Brotherin* kaltaiset läheisyyttä ja osallistumista korostavat mediaprojektit siirtävät merkityksen tuottamisen vastaanottajalle, jolloin merkityksen luominen on ”redaktionaalista”, ei niinkään *auteur*-ajatteluun perustuvaa, tekijävetoista. Valta on siis kulkeutunut toisaalle. Jotain viitetä antaa ehkä se, miten ”BB-yhteisöön” aktiivisesti osallistuneet (vrt. Hautakangas tässä julkaisussa) monitoroivat muuta mediajulkisuutta ja ruotivat sitä keskenään. Toisaalta sekä osallistujat että tuotantotiimin ydinryhmä tunnistavat ja tunnustavat nettiaktiivisten vallan julkisuuden muokkaajina; jälkimmäiset jopa mainitsivat muutamassa tilanteessa luottavansa keskustelupalstan aktiivisuuteen nostaa tietyt BB-talon tapahtumat julkisuuteen.

Toinen asia on toki redaktioyhteiskunnan ja erilaisten vallan ilmenemis- muotojen kriittinen arviointi. Suomen *Big Brotherin* osallistujien haastattelut eivät sinällään selätä BB:n kritiikin sanomaa, mutta ne tuovat siihen uutta näkökulmaa ja herättävät toisenkinlaisia kysymyksiä – jopa ajatuksen, että kiikarin voisi kääntää toisinpäin. Jo se, että *Big Brother* on niin monen ilmiön symboli akateemisessa keskustelussa, antaa osviittaa. Toisin sanoen, onko kyse siitä, millaista manipulaatiota ja maailmankuvaa BB tuottaa vai pikemminkin siitä, millainen yhteiskunta tuottaa BB:n kaltaisia ohjelmia, jotka korostavat kokemuksellisuutta, julkisuuden uudenlaista olomuotoa ja kisaan toden määrittelystä itsen ja muiden suhteen? Elämmekö valvontayhteiskunnassa, jonka banaali ja samalla ironinen miniatyyri koko *Big Brother* on (vrt. Andrejevic 2004)? Vai onko BB:llä jotain yhteyttä uuteen performanssipoliitiikan kulttuuriin (vrt. esim. Corner & Pels 2004; Drake & Higgins 2006) tai uusliberalistiseen ajatteluun ja työhön performanssina (Couldry, tulossa)? Entä mistä kertoo vaikkapa se ajoittain kovin aggressiivinenkin into tuottaa omaa tulkintaa ja itseä *Big Brotherin* nettikeskusteluissa?

Tai ehkä totuus on vielä yksinkertaisempi, kuten Suomen *Big Brotherin* osallistujat, BB-fani sekä filosofi Zizek kukin omalla tavallaan toteavat. Haluamme kaikki olla oman elämämme julkikkisia; esitämme itseämme jatkuvasti jopa itsellemme; ja *Big Brother* koukuttaa (ja kauhistuttaa), koska se muistuttaa meitä tästä ”universaalista rakenteesta”:

Eihän me [BB-osallistujat] olla hyvii niinku missään, et tai muuta ku ehkä suun soittamisessa. Mut et jos on niinku hyvä niin niinku et joku on hyvä tekeen niinku rahaa, et se on julkisuudessa sen takii (...) Mut sit on tietysti niinku turhii julkkiksii, jotka niinku kaikenlaisil tempauksilla ja tommosella hakee sitä julkisuutta. Mutta siis tavallaan ne julkkiksetkin on taviksia, et ei ne oo yhtään sen erilaisempia ku me (...) Mun mielest niinku kaikki on taviksia ja kaikki on julkkiksia niinku tavallaan.

Miesosallistuja, helmikuu 2006

Mä oon sitä mieltä et ei ne [BB-osallistujat] varmaan esittäny kovinkaan paljon, kyllähän mekin esitetään koko ajan tässä. Että jos et sä oo sen kanssa jonka kanssa sä voit olla just mitä oot, kaikkein lähimpien ihmisten kanssa, ni kyllähän sä esität jotain.

Aktiiviseuraaja, mies, 25–35 vuotta, joulukuu 2005

Jospa *Big Brother* oli jo täällä, (kuviteltuna) katseena, jonka vuoksi tein asioita, johon yritin tehdä vaikutuksen, jota yritin vietellä jopa yksinollessani? Jospa *Big Brother* -ohjelma ainoastaan tuo esiin tämän universaalnin rankenteen? Toisin sanoen, jospa ”tosielämässä” esitämme jo tiettyä roolia – emme ole mitä olemme, esitämme itseämme. *Big Brotherin* saavutus on muistuttaa meitä tästä oudosta tosiasiaista.<sup>8</sup>

Zizek (2002, 226.)

## Viitteet

<sup>1</sup> Minna Aslama esittää suurimmat kiitokset tutoreille Pauliina Lehtiselle ja Meri Toivaselle, jotka olivat mukana suunnittelemassa kysymysrunkoa ja haastattelivat BB-osallistujat keväällä 2006. He eivät ole osallistuneet tämän artikkelin varsinaiseen lopulliseen kirjoittamiseen, mutta ovat tehneet suurimman työn toteuttamalla erinomaiset haastattelut. He ovat myös kommentoineet artikkelia.

Samoin kiitokset kuuluvat Leena Sharmalle ja Ville Blåfieldille, jotka osallistuivat haastatteluprojektiin omaa kirjahankettaan varten.

Lisäksi kiitokset itse BB-osallistujille ja -faneille sekä Subtv:lle ja tuotantoyhtiö

Metronomelle mahdollisuudesta tutkia Suomen ensimmäistä *Big Brotheria*. Kiitokset myös vapaaehtoisjoukoille, jotka tapasivat BB-tutkimuksen merkeissä syksyllä 2005, vaihtoivat ideoita ja kokemuksia sekä edistivät rahoituksesta mutta innolla kukin omaa hankettaan.

Aslama kiittää Helsingin Sanomain 100-vuotissäätiötä ja Suomen Akatemiaa mahdollisuudesta työstää tämä artikkeli vierailevana tutkijana Fordham Universityssä New Yorkissa sekä Westminster Universityssä, Lontoossa.

<sup>2</sup> Aslama kiittää Mikko Hautakangasta ja Mari Rasimusta, jotka sisällyttivät tähän hankkeeseen liittyviä kysymyksiä omiin yleisöhaastatteluihinsa.

<sup>3</sup> Suomen *Big Brotherin* televisiosisällöistä on tekeillä pro gradu -työ, joka lähestyy osallistujien rooleja performanssin käsitteen kautta.

<sup>4</sup> Jatkossa käytetään termiä aktiiviseuraaja tai fani, koska *Big Brotheria* seurattiin monissa välineissä: vrt. myös ”monimediayleisöt”, Rasimus tässä julkaisussa.

- 5 Yleisempiä erilaisten yleisöjen kokemuksia todellisuustelevision eri muodoista, esim. Lahelma (2005) ja Hill (tulossa).
- 6 Osa haastatelluista osallistujista halusi pysyä nimettömänä, joten periaatetta sovelletaan kaikkiin haastatteluihin, myös tuotannon ja yleisöjen osalta. Samasta syystä osallistujien haastatteluesimerkeistä on poistettu ne kohdat, joista heidät voisi tunnistaa.
- 7 *Big Brother* -ohjelman sääntöihin kuuluu, että esimerkiksi ”nimeämistä” äänestykseen (pois talosta) ei saa puhua etukäteen toisten osallistujien kanssa.
- 8 ”What if *Big Brother* was already here, as the (imagined) gaze for whom I was doing things, whom I tried to impress, to seduce, even when I was alone? What if the *Big Brother* show only renders palpable this universal structure? In other words, what if, in our ‘real lives’, we already play a certain role – we are not what we are, we play ourselves? The welcome achievement of ‘*Big Brother*’ is to remind us of this uncanny fact.”

### Kirjallisuus

- Ahola, Krista & Minna Aslama & Mikko Hautakangas & Aino-Mari Kilpeläinen & Liisa Lehmusto & Jenni-Helena Nikulainen & Mari Rasimus & Jaana Wallenius (2006) Suomen *Big Brother* 2005. Yhteenveto tutkimushankkeista. Julkaisematon raportti.
- Andrejevic, Mark (2004) *Reality TV. The Work of Being Watched*. London, Boulder, New York, Toronto, Oxford: Rowman & Littlefield.
- Aslama, Minna (2005) Provo. Kanavalla-kolumni. Helsingin Sanomat 22.12.2005.
- Bauman, Zygmunt (2000) *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Biltereyst, Daniel (2004) *Reality TV, Troublesome Pictures and Panics*. Teoksessa Holmes, Su & Jeremyn, Deborah. *Understanding Reality Television*. London & New York, Routledge. Teoksessa Holmes, Su & Jeremyn, Deborah (toim.). *Understanding Reality Television*. London & New York, Routledge. 91–110.
- Biressi, Anita & Heather Nunn (2005) *Reality TV. Realism and Revelation*. London: Wallflower Press.
- Bjondeberg, Ib (2002) *The Mediation of Everyday Life. Genre, Discourse and Spectacle in Reality TV*. Teoksessa Jerslev, Anne (toim.). *Reallism and "Reality" in Film and Media*. Northern Lights. Film and Media Studies Yearbook 2002. Copenhagen: Museum Tusulanum Press.
- Corner, John & Dick Pels (2004) *Media and the Restyling of Politics: Consumerism, Celebrity and Cynicism*. London, Thousand Oaks & New Delhi: Sage.
- Couldry, Nick (2002) *Playing for Celebrity: Big Brother as Ritual Event*. *Television & New Media*, Vol. 3, No. 3. 283–293.
- Couldry, Nick (2003) *Media Rituals: A Critical Approach*. London & New York: Routledge.
- Couldry, Nick (2004) *Teaching Us to Fake It. The Ritualized Norms of Televisions "Reality" Games*. Teoksessa Murray, Susan & Ouellette, Laurie (toim.). *Reality TV: remaking television culture*. New York: NYU Press. 57–74.
- Couldry, Nick (tulossa) *Reality TV, or the secret theatre of neoliberalism*. Hermes. <http://www.goldsmiths.ac.uk/departments/media-communications/staff/realitytv.pdf> (luettu 5.9.2006).
- Cunningham, Stuart (2005) *Culture, Services, Knowledge: Television Between Policy Regimes*. In Wasco, Janet (ed.). *A Companion to Television*. Malden (MA), Oxford & Carlton: Blackwell Publishing. 199–213
- Dovey, Jon (2000) *Freakshow. First Person Media and Factual Television*. London: Pluto Press.
- Drake, Philip & Michael Higgins (2006) "I'm a celebrity, get me into politics": The politician celebrity and the celebrity politician. Teoksessa Holmes, Su & Redwood, Sean (eds.) *Framing Celebrity. New directions in celebrity culture*. London & New York: Routledge. 87–100.
- Dyer, Richard (2004/1986) *Heavenly bodies*. London & New York: Routledge.

- Frau-Meigs, Divina (2006) Big Brother and Reality TV in Europe. Towards a Theory of Situated Acculturation by the Media. *European Journal of Communication* Vol 21(1). 33-56.
- Gamson, Joshua (1998) *Freaks Talk Back. Tabloid Shows and Sexual Nonconformity*. Chicago: Chicago University Press.
- Glynn, Kevin (2000) *Tabloid Culture: Trash Taste, Popular Power and the Transformation of American Television*. Durham, North Carolina: Duke University Press.
- Grindstaff, Laura (2002) *The Money Shot. Trash, Class, and the Making of TV Talk Shows*. Chicago & London: The University of Chicago Press.
- Hartley, John (2004) "Kiss Me Kat". Shakespeare, Big Brother and the Taming of the Self. Teoksessa Murray, Susan & Ouellette, Laurie (toim.). *Reality TV: remaking television culture*. New York: NYU Press. 303-322.
- Hautakangas, Mikko (2004) Todellisuustelevisio ydin: vertaismelodraama? *Tarkastelussa Unelmien poikamies*. Lähikuva 1/2004
- Hill, Annette (2002) Big Brother: The Real Audience. *Television & New Media*, Vol. 3, No. 3. 323-340.
- Hill, Annette (2005) *Reality TV: audiences and popular factual television*. London & New York: Routledge.
- Hill, Annette (tulossa) *Restyling factual television*. Routledge.
- Holmes, Su (2004) "All you've got to worry about is the task, having a cup of tea, and doing a bit of sunbathing". Approaching Celebrity in Big Brother. Teoksessa Holmes, Su & Jeremyn, Deborah. *Understanding Reality Television*. London & New York, Routledge. 111-135.
- Holmes, Su (2005) "Starring...Dyer?": Re-visiting Star Studies and Contemporary Celebrity Culture. *Westminster Papers in Communication and Culture*. Vol 2(2). 6-12.
- Holmes, Su (2006) It's a jungle out there! Playing the game of fame in celebrity reality TV. Teoksessa Holmes, Su & Redwood, Sean (eds.) *Framing Celebrity. New directions in celebrity culture*. London & New York: Routledge. 45-65.
- Killborn, Richard (2003) *Staging the Real: Factual TV Programming in the Age of "Big Brother"*. Machester: Manchester University Press.
- Lahelma, Anna (2005) Totta ja tarua. Katsojien ajatuksia tosi-tv:stä. Yleisötutkimus. Helsinki: Yleisradio Oy.
- Livingstone, Sonia & Peter Lunt (1994) *Talk on Television. Audience Participation and the Public Debate*. London & New York: Routledge.
- Mathijs, Ernst. & Janet Jones (2004, toim.) *Big Brother International. Formats, critics and publics*. London: Wallflower Press
- McGrath, John (2004) *Loving Big Brother: Performance, privacy and surveillance space*. London & New York: Routledge.
- Mikos, Lothar & Patricia Feise & Katja Herzog & Elizabeth Prommer & Verena Veihl (2000) Im Auge der Kamera. Das Fernsehereignis Big Brother. Beiträge zur Film- und Fernsehwissenschaft. BFF-Schriftenreihe der Hochschule für Film und Fernsehen HFF "Konrad Wolf", Potsdam-Babelsberg Bd. 55. Berlin: Vistas.
- Observer (2005) *Observerin Big Brother -julkisuusraaportti, joulukuu 2005*, Helsinki: Observer.
- Palmer, Gareth (2002) Big Brother. An Experiment in Governance. *Television and New Media* Vol. 3(3). 295-310.
- Priest, Patricia (1995) *Public Intimacies. Talk Show Participants and Tell-all TV*. Cresskill, NJ: Hampton Press.
- Raphael, Chad (2004) *The Political Economic Origins of Reali-TV*. Teoksessa Murray, Susan & Ouellette, Laurie (toim.). *Reality TV: remaking television culture*. New York: NYU Press. 119-136.
- Roussou, Nayia & Michaela Buck (2004) *Reality Shows in Cyprus. New Media "Fallout"?* Teoksessa von Feilitzen, Cecilia (toim.). *Young People, Soap Operas and Reality TV*. Nordicom. Göteborg: Göteborg University. 199-210.
- Rojek, Chris (2001) *Celebrity*. London: Reaction Books.
- Roscoe, Jane (2004) *Watching Big Brother at work: a production study of Big Brother Australia*. Teoksessa Mathijs, Ernst. & Jones, Janet. (toim.). *Big Brother International. Formats, critics and publics*. London: Wallflower Press. 181-193.
- Tincknell, Estella & Parvati Raghuram (2002) Big Brother. Reconfiguring the "active" audience of cultural studies? *European Journal of Cultural Studies* Vol 5(2) 199-215.
- Tolson, Andrew (1996) *Mediations. Text and Discourse in Media Studies*. London, New York, Sydney & Auckland: Arnold.



- Turner, Graeme (2004) *Understanding Celebrity*. London, Thousand Oaks & New Delhi: Sage.
- Van Zoonen, Liesbet (2005) *Entertaining the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge*. Boulder, Colorado: Rowman and Littlefield.
- Van Zoonen, Liesbet & Minna Aslama (2006) *Understanding Big Brother: An Analysis of Current Research*. *Javnost–The Public*, Vol.13, Number 2. 85–96.
- Zizek, Slavoj (2002) *Big Brother, or, the Triumph of the Gaze over the Eye*. Teoksessa Levin, Thomas Y., Frohne, Ursula & Weidse, Peter (eds.) *Ctrl[Space]: Rhetorics of Surveillance from Bentham to Big Brother*. Cambridge, Mass.: MIT Press. 224–227.