



Partanen Matias

MATKAPASSISTA MADVENTURESIIIN

Matkailuohjelman journalistiset moodit

MATKAPASSISTA MADVENTURESIIIN

Matkailuohjelman journalistiset moodit

Matias Partanen
Opinnäytetyö
Kevät 2011
Viestinnän koulutusohjelma
Oulun seudun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun seudun ammattikorkeakoulu

Viestinnän koulutusohjelma, journalismin suuntautumisvaihtoehto

Tekijä: Matias Partanen

Opinnäytetyön nimi: Matkapassista Madventuresiin – Matkailuohjelman journalistiset moodit

Työn ohjaajat: Pertti Sillanpää

Työn valmistumislukukausi ja vuosi: Kevät 2011

Sivumäärä: 44

TIIVISTELMÄ

Tämä tutkielma käsittelee viihdettä ja journalismia ja erityisesti niiden yhteiseloja. Mediaa on syytetty viihteellistymisestä, mutta mitä tämä väite pitää sisällään? Voisiko viihteen keinoin välittää journalistista tietoa tavalla, joka vetoaisi myös enemmän viihdeohjelmista kiinnostuneeseen katsojaan? Tuotantokulujen kasvaessa ohjelmille halutaan maksimaalinen katsojamäärä, ja tämä tuntuu onnistuvan parhaiten shokeeraamalla tai helposti lähestyttävää viihdettä tarjoamalla.

Tutkielma keskittyy matkailujournalismiin televisiossa, tarkemmin kahteen matkailu-ohjelmaan: Subtv:llä esitettyyn Madventures-sarjan kolmanteen tuotantokauteen sekä Oulun seudun ammattikorkeakoulussa opinnäytetyön produktio-osana toteutettuun RailAway-matkailusarjan pilottijaksoon.

Matkailuohjelman tekijät joutuvat tasapainottelemaan viihdyttävyyden ja informaatioarvon välillä, jotta he kykenisivät tarjoamaan samalla mielenkiintoisen että katsojalle hyödyllistä tietoa sisältävän kokonaisuuden. Yksi tapa selvittää tätä tasapainottelua on Mats Ekströmin kolmen journalistisen moodin malli.

Vertaamalla RailAwayta ja Madventuresia Matkapassiin, yhteen matkailuohjelmien pioneereistä, havaitsin, että matkailuohjelmien painopiste on siirtynyt yhä enemmän attraktioon.

Asiasanat: Mats Ekström, journalistiset moodit, informaatio, attraktio, tarinankerronta, matkailuohjelmat, RailAway, Madventures, Matkapassi, journalismi

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences

Degree Programme in Communication, option of journalism

Author: Matias Partanen

Title of thesis: From Globe Trekker to Madventures – Journalistic modes of a travel television series

Supervisors: Pertti Sillanpää

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2011

Number of pages: 44

ABSTRACT

This thesis covers entertainment and journalism as combination. Media has been accused of simplifying things and taking an entertaining approach to subjects. Is it possible to transmit information the way it would appeal to crowd which is interested more on entertainment.

Thesis focuses on travel television series, mainly to Madventures and a student project based pilot-episode of RailAway, traveling show aimed to youth.

Makers of a travel series balance with information value and entertainment, so that they could offer yet interesting but also beneficial entity. One way of doing so is to exploit elements of Mats Ekströms three modes of communication.

By comparing RailAway and Madventures with Globe Trekker I noticed that travel series's focus has changed more and more to the mode of attraction.

Keywords: Mats Ekström, three modes of communication, information, attraction, storytelling, travel television series, RailAway, Madventures, Globe Trekker, journalism

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
2 MATKAILUJOURNALISMIN ANATOMIA	8
2.1 Journalismi ja journalistinen sisältö	8
2.2 Matkailujournalismi	9
2.3 Viihde.....	10
2.4 Matkailu.....	13
3 AINEISTO JA MENETELMÄT	15
3.1. Madventures	15
3.2 RailAway	18
3.3 Journalismin moodit	21
3.3.1 Attraktiojournalismi.....	23
3.3.2 Tarinankerronta.....	24
3.3.3 Informaatio	25
3.4 Konteksteista moodeihin	25
4 ANALYYSI	27
4.1 RailAway	27
4.1.1 Alku – Tutustuminen	27
4.1.2 Sunny Beach – Ohjelma ohjelman sisällä	29
4.1.3 Sinemorets – Mustanmeren viimeinen kesäpäivä	30
4.1.4 Bulgarian romanit	30
4.1.5 Mukava päivä Sofiassa	32
4.1.6 Tavalliset bulgarialaiset	33
4.2 Yhteenveto RailAwaysta.....	33
4.3 Madventures	34
4.3.1 Tšernobyl	34
4.3.2 Pietari.....	35
4.3.3 Burjatia	36
4.3.4 Kirgisia	37
4.4 Yhteenveto Madventuresista	37
4.5 Vertailukohtana Matkapassi.....	38
5 LOPPUPÄÄTELMÄT JA POHDINTA	39
6 LÄHTEET	42

1 JOHDANTO

Maailma oli täynnä mullistavaa, alituisesti kehittyvää teknologiaa. - -
Kaikkein dramaattisin käytännön seuraus oli kenties kuljetuksen ja tiedonvälityksen vallankumous, joka melkeinpä teki tyhjäksi ajan ja välimatkan. Tämä maailma pystyi tuottamaan päivittäin ja tunneittain enemmän tietoa ja viihdettä jokaiseen kotiin kuin konsanaan oli ollut tarjolla kuninkaallisille vuonna 1914. (Hobsbawm 1999, 28.)

Kaksituhattaluvun ihmisellä on saatavillaan lukematon määrä mediaa, jota hän kuluttaa erilaisista lähtökohdista ja jolta hän hakee jotain: viihdettä, elämyksiä, tietoa. Vaihtoehtoja on varmasti niin monia kuin on ihmisiäkin. Informaatiotulvassa elävän ihmisen on kuitenkin tehtävä valintoja: mihin minä aikani käytän? Mikä teksti, kuunnelma tai ohjelma on huomioni arvoinen?

Tässä tutkielmassa käsittelen viihdettä ja journalismia ja erityisesti niiden yhteiseloja. Toimittajan näkökulmasta olen pitkään pohtinut, voisiko samalla ohjelmalla olla sekä tietoa tarjoava että viihdyttävä arvo vastaanottajalleen. Mediaa on syytetty viihteellistymisestä, mutta onko se pelkästään huono asia? Voisiko viihteen keinoin välittää journalistista tietoa tavalla, joka vetoaisi myös enemmän viihdeohjelmista kiinnostuneeseen katsojaan. Tuotantokulujen kasvaessa ohjelmille halutaan maksimaalinen katsojamäärä, ja tämä tuntuu onnistuvan parhaiten shokeeraamalla tai helposti lähestyttävää viihdettä tarjoamalla.

Tutkielmani keskittyy matkailujournalismiin televisiossa, tarkemmin kahteen matkailu-ohjelmaan: Subtv:llä esitettyyn Madventures-sarjan kolmanteen tuotantokauteen sekä Oulun seudun ammattikorkeakoulussa opinnäytetyön produktio-osana toteutettuun RailAway-matkailusarjan pilottijaksoon. Analysoin näitä kahta matkailuohjelmaa, ja niiden sisältöjä tekijän näkökulmasta. Millä tavoin tekijät antavat katsojalle avaimia ymmärtää näkemäänsä ja muodostaa käsityksiä siitä. Millä merkeillä katsojia ohjataan erilaisiin tulkintoihin? Millaisia työkaluja tekijöillä on muokata todellisuutta siten, että katsoja tulkitseisi esitettyjä asioita tekijöiden haluamalla tavalla?

Matkailuohjelman tekijät joutuvat tasapainottelemaan viihdyttävyyden ja informaatioarvon välillä, jotta he kykenisivät tarjoamaan samalla mielenkiintoisen

että katsojalle hyödyllistä tietoa sisältävän kokonaisuuden. Tutkielmani pyrkii selvittämään, millä keinoilla ja millaista ulosantia käyttäen tällainen onnistuisi. Työkaluinani käytän Mikko Lehtosen *Merkitysten maailman* (2004.) kontekstualismia ja Mats Ekströmin journalismin moodimalleja. (Aslama 2005.)

2 MATKAILUJOURNALISMIN ANATOMIA

Tässä luvussa esittelen tutkielmassani käyttämät keskeiset käsitteet. Tutkielmani käsittää sanastoa mediatutkimuksesta psykologiaan, joten pyrin heti alkuun määrittelemään mahdollisimman yksiselitteisesti, mitä eri ilmaisut tarkoittavat juuri minun tutkielmani kontekstissa.

2.1 Journalismi ja journalistinen sisältö

Koska tutkielmani pohtii journalismin ja viihteen suhdetta matkailuohjelmissa, on minun syytä määritellä, mitä tarkoitan journalistisella sisällöllä, jotta voin ylipäätään tehdä rajanvetoja erilaisten osa-alueiden välillä. Jotta journalistinen sisältö voidaan määritellä, on syytä avata hieman myös itse journalismin määritelmää.

Risto Kunelius määrittelee journalismia teoksessaan viestinnän vallassa seuraavasti:

Journalismi on ajankohtaista ja faktapohjaista joukkoviestintää. - - Välitettyjen sanomien arvoa journalismissa lisääkin juuri niiden tuoreus. Vain hiukan liioitellen voi sanoa, että tuoreus toimii usein eräänlaisena totuuden ja välittömyyden vertauskuvana. - - Nykyisen kaupallisen uutisjournalismin ytimessä on ... ajatus, että journalismi kertoo siitä, mitä maailmassa tapahtuu tai on juuri tapahtunut. Journalistien oma käsitys työstään heijasteleekin pohjimmiltaan realistista tietoteoriaa: sen mukaan tapahtumat todellisuudessa ovat ensin, ja sitten journalismi raportoi ne. Journalismissa on näin kysymys ikään kuin tapahtuneiden tosiasioiden pakkaamisesta ja lähettämisestä yleisölle. (Kunelius 2003, 21.)

Journalismi pyrkii myös ajankohtaisuuden ja faktapohjaisuuden ohella välittämään tätä tietoa massoille sekä tarkkailemaan yhteiskunnallista vallankäyttöä ja tuoda epäkohtia julkisuuteen ja vaikuttamaan niiden ratkaisuun julkisen keskustelun kautta. Eettisestä näkökulmasta journalismin tulisi olla puolueetonta ja tasapuolista sekä yksityisyyttä kunnioittavaa. (Kuutti 2006, 73–74.) Journalistisella sisällöllä tarkoitan ohjelman osa-aluetta tai tasoa, joka pyrkii välittämään katsojalle edellä esiteltyjä asioita ymmärrettävässä ja helposti lähestyttävässä muodossa. Tämä sisältö täyttäisi nimenomaan ajankohtaisuuden, faktapohjaisuuden ja yhteiskunnallisesti merkittävyyden tunnusmerkit.

2.2 Matkailujournalismi

Matkailujournalismilla tarkoitan tutkielmassani matkailua erityisalueenaan käsittelevää journalismia. Mitään virallista totuutta termin käyttöön ei ole, vaan matkailujournalismia voi lähestyä esimerkiksi Heikki Kuutin määritelmistä journalistinen lajityyppi ja genre (Kuutti 2006, 76). Jos matkailujournalismi määritetään omaksi genrekseen, sekä sitä tekevä, että vastaanottava osaa hahmottaa joitakin tälle genrelle tyypillisiä ominaisuuksia, kuten tässä tapauksessa matkustamisen suureen tuntemattomaan, tutusta ja turvallisesta eroavien kulttuurien ja elämäntapojen esittelemisen ja vaikkapa erilaisiin ruokatapoihin tutustumisen. Ilona Savitie määritteli matkailujournalismin pro gradu-tutkielmassaan seuraavasti:

Kun yhdistetään matkailun ja journalismin määritelmät, saadaan väljästi rajattu journalistinen erityisalue: journalismi, joka käsittelee matkailua. Aiemmin jo mainitsin matkailujournalismin käsittelevän lähinnä kodin ja lähipiirin ulkopuolelle suuntautuvaa lomamatkailua. -
- Termi journalismi rajaa tästä matkailujournalismin käsitteestä pois pelkästään myyntitarkoituksessa tuotetun ulkoisen matkailuviestinnän, kuten mainokset ja matkaesitteet. Matkailu puolestaan rajaa journalismin kentästä sisäänsä vain sen alueen, jossa uutisoidaan ja kuvataan nimenomaan matkailua. (Savitie 2004, 10.)

Savitien tapaan rajaan käsittelemäni matkailujournalismin ulkopuolelle puhtaasti kaupalliset tuotteet. Määritelmäni mukaan matkailujournalismia ovat tv:n matkailuohjelmat, erilaisissa medioissa (internet, lehdet, blogit) julkaistut matkareportaasit- ja kertomukset sekä radio-ohjelmat.

Varsinkin televisiosta on matkailuun liittyvää ohjelmistoa joka lähtöön. Esimerkiksi monet metsästys- ja kalastusohjelmat vievät katsojan eri puolille maailmaa. Myös erilaiset ruoanlaittoon keskittyneet ohjelmat tutustuttavat katsojia erilaisiin ruokakulttuureihin. Discovery Channelin Hiuskarvan varassa -seikkailuohjelma vie entisen erikoisjoukkojen sotilaan mitteleämään taitojaan luontoa vastaan ääriolosuhteissa niin Amatsonin viidakossa kuin Alpeilla. (Discovery Channel 2010, hakupäivä 25.11.2010.)

Savitie määrittelee matkailujournalismin yhdistelemällä suoraan termien matkailu

ja journalismi merkityksiä. Savitien mukaan ”matkailu, journalistisena aihepiirinä, käsittää lähinnä lomamatkailun oman lähipiirin ulkopuolelle” (Savitie 2004, 8). Lähestyn kuitenkin käsitettä matkailujournalismi hieman laajemmasta näkökulmasta kuin pakettimatkaa varaava turisti. Savitie vaikuttaa mieltävän matkailujournalismin journalismin erityisalueena turistia palvelevaksi: se antaa vinkkejä siihen, minne ja miten kannattaa mennä ja mitä siellä kannattaa tehdä. Vaikka ääriolosuhteissa selviytyminen Amatsonilla tai Pripyatin hylätyn kaupungin kaduilla käyskentely voivat tuntua tavallisesta sohvamatkailijasta etäisiltä ajatuksilta, voi kuitenkin lähes kuka tahansa länsimaissa syntynyt mennä näihin paikkoihin ja kokea samoja asioita kuin esimerkiksi Madventuresin tekijäkaksikko Riku Rantala ja Tuomas Milonoff, kunhan vain on valmis ylittämään oman mukavuusalueensa. Siinä mielessä on perusteltua lukea myös tavallisesta turismista poikkeavat erilaisiin ympäristöihin menevät mediasisällöt osaksi matkailujournalismia.

2.3 Viihde

Viihde on käsitteistä kenties kaikkein vaikeimmin määriteltävissä, sillä viihde on konseptina hyvin monipuolinen: jokaisella on omat yksilölliset tapansa viihtyä. Kielitoimiston sanakirja kuvailee viihdettä yleisnimeksi ”kevyelle ajanvietteelle, sellaisille tapahtumille, esityksille tai toiminnoille, joiden tarkoitus on tuottaa huvia tai mielihyvää yksittäiselle ihmiselle tai suuremmalle yleisölle. Yleisö voi osallistua viihteeseen passiivisesti (esimerkiksi television katsominen) tai aktiivisesti (esimerkiksi videopelin pelaaminen).” (Kielitoimiston sanakirja 2004.)

Viihteen ja aikaisemmin määritellyn journalistisen sisällön erottaminen toisistaan ei kuitenkaan välttämättä ole niin helppoa kuin voisi olettaa. Ihmisten yksilölliset kiinnostuksen kohteet määrittelevät sen, mitä kukin kokee viihteeksi. Viihteellisyys kun voi tarkoittaa samaa kuin mielenkiintoinen. Näin ollen journalismikin voi olla viihteellistä, eikä siitä suoraan seuraa, että viihteellinen journalismi olisi yksiselitteisesti jotenkin huonompi asia kuin vakavammat lähestymistavat. Journalismia lisättäessä viihde ei vähene ja päinvastoin. Kierrän tätä ongelmallista kahtiajakoa käyttämällä tutkielmassani hyväksi Mats Ekströmin esittelemää

journalismin moodimallia. (ks. Aslama 2005, 59.) Journalismin moodeihin palaan kohdassa Aineisto ja menetelmät.

2.3.1 Käyttötarkoitustutkimus

Ohjelman tekijöinä haluamme palvella katsojaa monella eri aspektilla: toisaalta haluamme viihdyttää satunnaista katsojaa, herättää keskustelua esimerkiksi ohjelman teon aikaan ajankohtaisesta romanikerjäläiskysymyksestä ja tarjota uusia näkökulmia asiaan. Toisaalta taas haluamme tarjota kohderyhmällemme ajankohtaista tietoa Euroopassa matkailusta, eri kohteista ja siitä mitä niissä kannattaa tehdä. Jotta osaisimme vastata erilaisiin katsojien tarpeisiin, meidän on otettava huomioon, millä tavalla mediaa kulutetaan.

Käyttötarkoitustutkimus (käyttösytytutkimus) on hyvin lähellä 1930-luvun Yhdysvalloissa syntynyttä joukkoviestintätutkimusta (mass communication research). Joukkoviestintätutkimus keskittyi selvittämään joukkoviestinnän vaikutuksia yleisöön, esimerkiksi propagandan muodossa. Tuohon aikaan yleisön oletettiin olevan altista hyvin voimakkaillekin viestinnän vaikutteille, toisinsanoen yleisön olevan kriittiköntä vastaanottajamassaa. Käyttötarkoitustutkimuksen lähtökohta taas oli päinvastainen: ”se ei kysynyt, mitä viestintä tekee ihmisille, vaan mitä ihmiset tekevät viestinnällä” (Karvonen 2005, hakupäivä 29.11.2010). Käyttötarkoitustutkimuksen pääasiallisia motiiveja oli joukkoviestinnän kaupallistumisesta johtuen selvittää, mikä teki mistäkin mediasisällöstä suosituksen (Kunelius 2003, 113). Käyttötarkoitustutkimusta harjoitettiin pääosin haastattelututkimuksilla, joilla selvitettiin, että ihmisillä on yksilöllisiä tarpeita, jotka ajavat heitä tiettyjä viestejä välittävän joukkoviestinnän äärelle. Tämän ”mallin mukaan joukkoviestimien seuraaja etsii itselleen hyötyjä ja palkkioita. Välittömällä palkkiolla tarkoitetaan praktisen ja viihteellisen tiedon vastaanottamista ja viivästyneellä palkkiolla vastaanotetun tiedon orientoivaa piirrettä” (Kuutti 2006, 110).

Johdatus viestintätieteisiin -oppimateriaalin laatinut Erkki Karvonen kirjoittaa, että varhaisessa radion saippuaopperoiden kuuntelua tutkineessa tutkimuksessa

Herta Herzog löysi kolme erilaista käyttösyytä:

- 1) Tunteiden ja jännitystilojen purkaminen.
- 2) Toiveajattelu ja omien ongelmien unohtaminen.
- 3) Neuvojen ja käyttäytymismallien hakeminen. (Karvonen 2005, hakupäivä 29.11.2010.)

Kaksi ensimmäistä käyttösyytä viittaavat viihteeseen: viestintää vastaanottava hakee toiminnallaan rentoutumista, mielihyvää ja huvia; helpotusta ja ajanvietettä. Kolmas havainto viittaa Kuutin mainitsemaan viivästyneeseen palkkioon, tietoon. Karvonen esittelee myös Denis McQuallin havaintoja. *McQuall* on erottanut neljä median käyttösyyden ryhmää:

- 1) Rentoutuminen (pako rutiineista ja päivän ongelmista, tunteiden laukaiseminen ja kokeminen).
- 2) Henkilökohtaiset suhteet (media on seurana, hyvä puheenaihe).
- 3) Oma identiteetti (oman elämän ongelmien työstäminen, oman elämän ymmärtäminen, arvojen vahvistaminen).
- 4) Tiedonhankinta (erityisesti mielipidejohtajat). (Karvonen 2005, hakupäivä 29.11.2010.)

Viihde onkin helpoiten selitettävissä käyttötarkoitustutkimuksen havaintojen kautta. Sekä Herzogin että McQuallin havaintojen mukaan yksi tärkeimpiä joukkoviestinnän käyttötarkoituksia on viihtyminen. Viihde on siis se osa-alue esimerkiksi matkailuohjelmassa, joka vastaa näihin käyttötarkoituksiin (Herzogin ja McQuallin kaksi ensimmäiseksi mainitsemaa käyttösyytä). Risto Kunelius esittelee käyttötarkoitustutkimuksen käyttösyyden neljä pääryhmää teoksessaan *Viestinnän vallassa* seuraavasti:

- 1) Irtiotto tai huvitus. Viestimiä käytetään useammallakin tavalla arkielämän paineiden purkamiseen. Niiden avulla paetaan rutiineja ja rajoituksia. - - Niiden avulla paetaan omia ongelmia. - - Niiden avulla puretaan turhia paineita.

- 2) Henkilökohtaiset suhteet. Viestimiä käytetään sosiaalisten suhteiden ylläpidossa ainakin kahdella tavalla. Niiden avulla luodaan kumppanuussuhteita - - [ja tuetaan] - - sosiaalista vuorovaikutusta.
- 3) Identiteetin uusintaminen. Monet viestimien käyttäjät liittyvät yleisöön ja identiteettityöhön. Minän viitepisteenä viestimet toimivat, kun niitä käyttäessä tulee ajatelleeksi omaa elämäänsä. -
- Arvojen vahvistamiseen ja uusintamiseen viestimiä käytetään päivittäin.
- 4) Ympäristön tarkkailu ja tiedonhankinta. (Kunelius 2003, 119–120.)

Käyttösyytutkimus liittyy matkailuohjelmien katseluun siis paljon monipuolisemmin kuin pelkästään niiden viihdyttävyyden ymmärtämisen työkaluna. Matkailuohjelman tekijöiden on ainakin jollakin tasolla huomioitava erilaisia käyttötarpeita, jotta he tavoittaisivat yleisöä ohjelmalleen. Tutkielmani ei kuitenkaan lähesty aihetta käyttötarkoitustutkimuksen näkökulmasta, vaan tarkoitus on arvioida, mitä katsojat haluaisivat mahdollisesti ohjelmalta ja millä tavalla heidät saataisiin viihtymään ohjelman äärellä.

2.4 Matkailu

Maailman matkailujärjestö World Tourism Organization määrittelee matkailun olevan toimintaa, jossa ihmiset matkustavat tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolella olevaan paikkaan ja oleskelevat siellä yhtäjaksoisesti korkeintaan yhden vuoden ajan (12 kuukautta) vapaa-ajanvieton, liikematkan tai muussa tarkoituksessa (Tilastokeskus 2010, hakupäivä 6.12.2010). Tämä määritelmä ei kuitenkaan kerro, millaisia tavoitteita matkailijat asettavat matkalleen.

Tom Selänniemi jakaa väitöskirjassaan (1996) suomalaiset ulkomaanmatkailijat kahteen ideaalityyppiin: kohdesidonnaisiin ja mielikuvasidonnaisiin turisteihin.

Kohdesidonnainen turisti matkustaa täältä jonnekin, johonkin nimenomaiseen maantieteelliseen paikkaan, joka on hänelle jossakin mielessä kiinnostava tai tärkeä. Matkan kohde on jokin tietty paikka, joka halutaan nähdä ja kokea. Mielikuvasidonnaisessa turismissa taas matkustetaan täältä pois, jonnekin, missä arjen huolet eivät paina ja turistina olemisen on helppoa ja miellyttävää. Mielikuvasidonnainen turisti matkustaa mielessään sekä autonomisesti että mainonnan ja tiedotusvälineiden luoma kuva etelästä – paikasta, jossa on aina kesä ja turisti voi vapaammin tehdä asioita niin kuin itse haluavat. Tämä etelä ei välttämättä sijaitse missään tietyssä maantieteellisessä tai kulttuurisessa paikassa, vaan se on alue, joka kattaa Välimeren alueen ja Kanarian saaret, jonka turistikohteet ovat periaatteessa vaihdettavissa keskenään. (Selänniemi 1996, 227.)

Matkailuohjelman tekijöinä me ajattelemme, että matkailuohjelman tulisi tarjota samankaltaisia tuntemuksia ja kokemuksia, kuin aito matkailu. Esimerkiksi suositun Madventures-sarjan kaksi ensimmäistä kautta kuvasivat hyvin paljon niin sanottua fiilistelyä ja rentoutumista, ja ottaen huomioon sarjan menestyksen esimerkiksi vuoden 2005 Venla-palkinnon muodossa (MTV3.fi 2005, hakupäivä 19.4.2011.), voin väittää, että ratkaisu oli oikea.

3 AINEISTO JA MENETELMÄT

Tutkielmani pyrkii selvittämään, miten faktatietoa voidaan välittää viihteellisissä televisio-ohjelmissa. Keskityn matkailuohjelmiin ja matkailujournalismiin kahden esimerkin, Madventures-matkailusarjan ja opinnäytetyön produktio-osana tehdyn RailAway-matkailuohjelman pilottijakson perusteella. Tutkielmassani analysoin yhden Madventures- ja yhden RailAway-matkailuohjelman jakson selvittäen, miten ja millaisiin tulkintoihin ohjelman tekijät katsojaa ohjaavat sekä millaisissa journalismin moodeissa jaksojen sisällä liikutaan.

Analyysini pääasialliset työkalut ovat Mats Ekströmin journalismin moodit (Aslama 2005.) ja Mikko Lehtolan merkitysten kontekstuaalisuus (2004.). Analyysini tarkoitus on pureutua matkailuohjelman rakenteeseen kohta kohdalta avaten sitä, missä moodissa kulloinkin asiaa esitetään ja millaisista merkityksistä tekijät rakentavat eri kohtaukset, toisin sanoen mitkä merkit ja kontekstit määrittävät moodin, ja miten eri moodeista rakentuu kokonaisuutena matkailuohjelman jakso.

Ohjelman tekijät haluavat välittää jotain katsojilleen. Jotta tämä onnistuisi mahdollisimman mielenkiintoisella tavalla, on tekijöiden kiinnitettävä tarkasti huomiota moniin eri tekijöihin: miten ohjelman tarinaa viedään eteenpäin, millaisessa kontekstissa siinä olevat ihmiset ja paikat esitetään, miten vastata yleisön tarpeeseen ja rooliin tässä tapauksessa juuri matkailuohjelman kontekstissa, millaista kuvakerrontaa ja äänimaailmaa ohjelma sisältää ja miten faktojen ja tulkintojen esittäminen erotetaan toisistaan. Näiden osien tekijöistä ja erilaisista ratkaisuista lopulta koostuu katsojien näkemämme ohjelma, ja ihanteellisessa tapauksessa nämä ratkaisut vaikuttavat myös siihen, miten ohjelman viesti koetaan.

3.1. Madventures

Madventures on MTV Oy:n Sub-kanavalla esitettävä matkailuohjelma, jota on tähän mennessä esitetty kolme tuotantokautta. Madventuresin keskeiset tekijät, Riku Rantala ja Tuomas Milonoff, matkustavat ympäri maapalloa ja esittelevät

erilaisia kulttuureja ja ilmiöitä.

Toimittaja Ari Lahdenmäki kuvailee sarjan kahta ensimmäistä tuotantokautta seuraavasti:

Madventures on tv-sarja, jollaista ei ole aiemmin nähty missään päin maailmaa. Sarjaa on tähän mennessä tehty kaksi tuotantokautta, joista ensimmäinen keskittyy travellerikulttuurin dokumentointiin ja esittelyyn, kun taas toinen on selvästi journalistisempi ja tiedostavampi. (Milonoff, Rantala & Lahdenmäki 2008, 353.)

Kolmas, kansainvälinen tuotantokausi esitettiin keväällä 2009. National Geographic osti Madventuresin tv-oikeudet, ja sarjasta tuli laajimmalle levinnyt suomalainen tv-ohjelma. (Ilta-lehti 2009, hakupäivä 19.5.2011.) Aikaisemmista tuotantokausista poiketen kolmannen kauden esityskieli on englantia.

Sarja on herättänyt pahennusta muun muassa kotimaisissa eläinsuojelupiireissä sarjassa esitetyllä koiran syömisellä ja vieraiden kulttuurien suomalaisesta näkökulmasta julmalta vaikuttavalta kohtelulla eläimiä kohtaan. Kolmannella tuotantokaudella esitetty länsiafrikkalainen arpitatuointitapa herätti myös voimakasta keskustelua. Kolmas tuotantokausi otti yhä suuremman harppauksen niin sanottuun journalistisempaan ja tiedostavampaan suuntaan, mutta sarjaa on paikka paikoin leimannut shokeeraavaksikin tulkittava esitystapa. Kolmannessa tuotantokaudessa hakeudutaan äärimmäisyyksien äärelle etsien tämän planeetan kummallisimpia kulttuureja ja tapoja, mikä väistämättä johtaa kärjistävään esitystapaan. Sarjan uutta suuntaa katsellessa on helppo arvioida, ettei sarjan tarkoitus enää ole olla perinteinen matkailusarja, vaan niin sanottu extreme-katsaus kummallisiin vieraisiin kulttuureihin. Madventures vaikuttaakin usein hakeutuvan Ekströmin määrittelemään attraktion journalistiseen moodiin. (Aslama 2005.)

Sarjan keskeisenä antina on voimakas osallistuva journalismi: päähenkilöt Rantala ja Milonoff ottavat osaa eriskummallisiin rituaaleihin ja ääriurheilulajeihin, toisin sanoen he kokevat ääri-ilmiöitä katsojan puolesta. Tästä esimerkkinä voi mainita

esimerkiksi Amazonasiin sijoittunut huumaavan ayahuasca-viinin¹ kokeilun. Madventures ottaa kuitenkin kärkevästi kantaa erilaisiin epäkohtiin kohdemaissaan ja kritisoivat muun muassa globalisaation lieveilmiöitä, proxy-sotia², ihmiskauppaa ja länsimaista ruoan tehotuotantoa.

Analyysini kohteeksi valitsin Madventuresin kolmannen tuotantokauden toisen jakson, Ex-CCCP:n. Sarjan verkkosivuilla kyseisen jakson tapahtumia kuvataan seuraavasti:

Matka ruostuneen rautaesiripun takaiselle radioaktiiviselle vyöhykkeelle! Maailman mittavin ja myyttisin junarata vie Madventuresin kuolemattoman miehen ja maailman hämyimmän urheilulajin luo. (Madventures.tv 2009, hakupäivä 28.3.2011.)

Valitsin kyseisen jakson, koska jaksojen rakenne ja kulttuuriympäristö ovat samankaltaisia. Jaksossa vierailaan Pripyatin suljetussa kaupungissa Ukrainassa, Pietarissa ja Ivolginskissä Venäjällä sekä Kirgisian Bishkekissä. Kolmannen tuotantokauden muissa jaksoissa vierailaan Brasiliassa, Beninissä, Jemenissä, Japanissa, Intiassa, Kiinassa, Papua-Uudessa-Guineassa, Filippiineillä ja Burmassa.

Synopsis

Analysoitava Madventuresin jakso alkaa Venäjän ja Ukrainan rajalta, missä Madventuresin päätoiminen Rantala kertoo tulevan jakson sisällön ja matkareitin, joka sijoittuu entisen Neuvostoliiton alueelle. Ensimmäinen kohde on Tšernobylin ydinvoimalaonnettomuuden saastuttama suljettu vyöhyke, itse ydinvoimala-alue ja Prypjatin kaupunki.

Ukrainasta siirrytään Pietariin, missä Milonoff ja Rantala ajavat kaupungilla panssaroidulla tiedusteluajoneuvolla. Rantala vastaanottaa iilimatohoitoa, jossa käytetyt iilimadot Milonoff myöhemmin syö. Katsojalle esitellään myös urbaaniin

¹ ketšua-kielinen nimi ajahuaskaliaanista (*Banisteriopsis caapi*) valmistettavalle psykoaktiiviselle kasvisuutejuomalle ja tarkoittaa "sielun liaania" tai "kuoleman köynnöstä".

² tarkoittaa sisällissotaa tai paikallista sotaa, johon ulkopuoliset valtiot ovat sekaantuneet tukien sodan vastakkaisia osapuolia.

kuilukeinu, jota pietarilaiset extreme-urheilun harrastajat järjestävät keskeneräisissä kerrostaloissa. Niin sanottua Venäjän mafiaakaan ei unohdeta: tekijät ottavat osaa gangstereiden illanviettoon, ja myös venäläisen rikollisuuden taustoja valotetaan.

Matkaajat suuntaavat Pietarista Siperian pikajunalla aivan Mongolian rajalle asti, Burjatiaan, missä käydään ihmettelemässä burjaattilaisen laman, Dashi-Dorzho Itigilovin, muumiota. Itigilovin kerrotaan muumioineen itsensä mietiskelyllä. Jakson lopuksi matkataan vielä Kirgisiaan ottamaan osaa ”maailman hämyimpään urheilulajiin”, kokboryyn. Kokbory on eräänlainen hevospoolo, jota pelataan vuohen ruholla.

3.2 RailAway

RailAwayn tarinan ensiaskeleet otettiin syksyllä 2008, kun likka Kivi ja minä aloimme suunnitella viestinnän koulutusohjelmassa toteutettavaa matkailuohjelmakokeilua. Ensimmäinen, Latviaan sijoittunut, pilottijakso kuvattiin keväällä 2009. Tuolloin työryhmä oli saanut kolmannen jäsenen, Terhi Tuovisen.

RailAwayn ideana oli löytää vanhan mantereen, Euroopan, matkailuanti. Kohdeyleisöksi määrittelimme nuoret, ensimmäistä Interrail-matkaansa suunnittelevat television katselijat, joille tarkoituksena oli tarjota vaihtoehtoisia kohteita yleisimpien matkakohteiden sijaan. RailAwayn tarkoituksena oli osoittaa, että myös Euroopasta on löydettävissä vielä samoamattomia alueita, jännittäviä ja erikoisia ilmiöitä ja kulttuureja: asioita joita Subtv:llä tuolloin esitetty Madventures esitteli esimerkiksi Kaakkois-Aasiasta. Ohjelmamme tulisi tarjota nuorelle omatoimimatkaajalle vinkkejä, miten päästä mahdollisimman syvälle kohdemaan tunnelmaan mahdollisimman vähällä rahalla. Kokeneemmille taas pyrimme tarjoamaan vaihtoehtoja kaukana niin sanotuista tutuista ja turvallisista Interrail-kohteista. Extreme-matkailuun ohjelman ei ollut tarkoitus ottaa osaa: mielestämme Madventures teki sen jo niin hyvin kuin aihepiiriä voi lähestyä, joten päätimme pyrkiä valtaamaan oman tonttimme.

Ensimmäisen pilottijaksoyrityksemme jälkeen huomasimme, kuinka paljon opittavaa meillä matkailuohjelman tekemisessä vielä oli. Suunta oli kuitenkin oikea, sillä alkuperäisessä Latviaan sijoittuneessa käsikirjoituksessa väläyteltiin esimerkiksi Liepājassa sijaitsevassa entisessä Neuvostoarmeijan sotilastukikohdassa sijaitsevassa vankilassa yöpymistä, johon kekseliäät latvialaiset tarjosivat turisteille mahdollisuuden. Latvian kokemuksista rohkaistuneina päätimme yrittää toisen kerran, ja matkustimme syksyllä 2009 Romaniaan yrittääksemme uudelleen. Vaikka tuolloinkin meitä vainosi epäonni Eurooppaa piinanneen sikainfluenssahysterian muodossa, onnistuimme tuottamaan kokonaisen jakson, joka keräsi muun muassa internetissä mukavasti katsojia ja palautetta. Toinenkin yritys kuitenkin jätti sekä sisällöllisesti että teknisesti toivomisen varaa. Jaksot käsikirjoittanut Kivi lähestyi jopa Madventuresin tekijää Riku Rantalaa, jonka mukaan olimme oikeilla jäljillä, mutta tuotantoyhtiöiden mielenkiinnon herättääksemme meidän tulisi kyetä tuottamaan valmiimman ja ammattimaisemman oloinen tuote.

Päätimme kuvata vielä kolmannen pilottijakson osana opinnäytetyön produktio-osaa. Alkuperäinen tiimi koki muutoksen, sillä Terhi Tuovinen jättäytyi pois produktiosta, ja hänen paikkansa otti mediatuottamista opiskeleva Keijo Lahtinen. Juontajien roolitusta jouduttiin miettimään uudelleen, sillä Tuovisen kautta sarja olisi ottanut huomioon myös hieman pimentoon jääneen naismatkaajan aseman. Tekniseen laatuun päätettiin panostaa tällä kertaa ennen näkemättömällä tavalla, ja pääasialliseksi kuvausvälineeksi valittiin Canonin täyden kennon järjestelmäkamera, joka kykenee videon tallentamiseen. Kyseinen kamera on julkistamisensa jälkeen saavuttanut suosion indie-elokuva- ja musiikkivideopiireissä halpuutensa ja loistavan kuvanlaadun vuoksi. Kolmas RailAway kuvattiin vuoden 2010 syksyllä Bulgariassa. Kolmas jakso on myös analyysini pääasiallinen kohde Madventuresin ohella. Seuraavassa alaluvussa esittelen RailAwayn synopsiksen lyhyehkösti, ennen kuin aloitan varsinaisen kohtaus kohtaukselta etenevän analyysin.

Synopsis

RailAwayn Bulgaria-jakso alkaa Sofiasta, jonne juontajakaksikko likka Kivi ja Keijo Lahtinen humoristisesti kertovat viimein rantautuneensa pitkän venematkan jälkeen. Siellä kaksikko törmää Bulgarian toista itsenäisyyspäivää juhlivaan väkijoukkoon. Bulgarialla on kaksi itsenäisyyspäivää, 3. maaliskuuta juhlistava varsinainen itsenäisyyspäivä, ja Bulgarian vapautumista Osmanien valtakunnasta juhlistava 22. syyskuuta. Juhlinnan keskeltä siirrytään selvittämään, mitä paikkoja bulgarialaiset itse suosittelisivat suomalaiseseen matkailuohjelmaan. Keskusteluissa nousevat esiin muun muassa Mustanmeren etelärannikko sekä Rilan ja Pirinin vuoristoalueet. Näiden vinkkien perusteella jaksossa siirrytään junalla matkustaen kohti Mustaamerta. Junamatkan aikana Lahtinen ja Kivi kertovat viisi syytä matkustaa Bulgariaan.

Mustanmeren rannalla matkaajat löytävät itsensä yhdestä Bulgarian suosituimmista turistiryksistä, Sunny Beachilta. Sunny Beachia koskevan osion lähestymistapa on parodia. Esitystapa pyrkii leikittelemään mielikuvilla, jotka liittyvät halpoihin rantalomakohteisiin. Samalla luodaan voimakasta kontrastia ohjelman seuraavaan kohteeseen, Sinemoretsin, missä aktiviteetit ovat matkajan omissa käsissä eikä paikka ole vielä täysin altistunut massaturismille. Sinemoretsissa keskitytään vaihtoehtoiseen rauhallisen ajanvieton esittämiseen esimerkiksi tunnelmallisen kuvituksen keinoin. Käytännössä Sinemoretsin kohtaus kuvaa Mustanmeren viimeistä kesäpäivää, joka huipentuu ruhtinaalliseen kala-ateriaan pienessä paikallisten suosiossa olevaan lähiruokaa tarjoavaan ravintolaan.

Sinemoretsista siirrytään takaisin Sofiaan hieman vakavamman aihepiirin äärelle. Romaniongelma on viime vuosina noussut julkiseen keskusteluun Romanian ja Bulgarian liittyttyä Euroopan unioniin. Tämä teki myös romanivähemmistöstä EU-kansalaisia, ja täten voivat hyödyntää liikkumisvapautta. Bulgarian romanien tilannetta käsittelevä kohtaus on inserttityyppinen ja eroaa selkeästi ohjelman muista kohtauksista. Kohtauksessa esitetään Bulgarian romanien ongelma, segregatio yhteiskunnasta, mutta pyritään samaan aikaan esittämään myös ratkaisu tähän ongelmaan. Kohtauksessa esiintyy myös ohjelman ainoa

varsinainen asiantuntijalähde, sosialainen taloustoimittaja Stanimir Vaglenov. Bulgariassa talous- ja rikosasiat kulkevat usein valitettavasti käsi kädessä, johtuen samankaltaisesta kehityksestä kuin Venäjällä rautaesiripun riisumisen jälkeen. (Glenny 2008, 36.) Romanikohtauksen aikana vierailaan Facultetan romanislummissa, 24 Chasa -lehden toimituksessa ja koulussa, jossa pyritään integroimaan romaninuoria takaisin yhteiskuntaan.

Romanien kurjuudesta siirrytään keveämpiin tunnelmiin Keijon ja oppaana toimivan Tsetsun vetämään mukavaan päivään Sofiassa. Kohtaus näyttää katsojalle hostellin, Naisten torin, lentopallo-ottelun urheiluakatemian pihalla, illallisen perinteistä ruokaa tarjoavassa ravintolassa ja lopulta tutustumisen Sofian yöelämään dubstep-bileiden muodossa.

Sofiasta matkaajat siirtyvät Bistritsan kylään Rilän vuoristoalueelle, missä he esittelevät paikallisen väestön elämää. Ryhmä majoittautuu paikallisen perheen vieraiksi ja muun muassa illastaa isäntiensä kanssa. Seuraavana päivänä ohjelma huipentuu loppukohtaukseen Yastrebitsin rinteellä.

3.2 Journalismin moodit

Minna Aslama kirjoittaa artikkelissaan *Tietoisku, tarina vai nähtävyys?* erityisesti tv-journalismia koskeneesta tyhmentymishuolesta: joutuuko perinteinen informatiivinen ohjelmisto kilpailun ja viihteellistymistrendin paineessa muuntumaan? Aslaman mukaan tässä yhteydessä on puhuttu niin sanotusta vakavasta journalismista ja sen vastakohtana olevasta populaarijournalismista. (Aslama 2005, 55.) Laatujournalismin on mielletty pyrkivän syvälliseen juttujen käsittelyyn, asiallisuuteen, yhteiskunnallisesti merkittävien juttujen valintaan sekä maltilliseen ja spekulatiiviseen esittämistapaan. Populaarijournalismin ominaisuuksina taas pidetään viihteellisyyttä, sensaatiohakuisuutta, pinnallisuutta, kevyempien juttujen valintaa ja räväkämpää juttujen esittämistapaa. (Huovila 2005, 9.)

Aslaman mukaan televisiojournalismin tyhmentymisestä on kolme väittämää:

ohjelmistojen keventyminen, tv-kulttuurin trivialisoituminen ja journalismin tabloidisaatio. Näitä yhdistävät samat ominaisuudet kuin laatujournalismin ja populaarijournalismin: kahtiajako kevyen ja vakavan, informaation ja viihteen sekä julkisen ja yksityisen välillä. Ruotsalainen mediatutkija Mats Ekström on esittänyt kahtiajaon tilalle jakoa kolmeen perusmoodiin: informaatioon, tarinankerrontaan ja attraktioon. Moodilla Ekström tarkoittaa journalismin lähestymistapaa ja sen ilmenemistä monella tasolla. (Aslama 2005, 59.)

Ekströmin moodimalli välttää dualistisen jaon ehkäpä liian yksipuolisen tulkintamallin. Esimerkiksi matkailuohjelmassa voidaan esittää yhden jakson aikana hyvin monipuolisia sisältöjä. Yhtäältä voidaan esittää esimerkiksi Bulgarian Sunny Beachin alkoholivoittoista turismia humoristisin keinoin, toisaalta taas puuttua samassa maassa rehottavaan järjestäytyneen rikollisuuden ongelmaan päinvastaisesti hyvinkin vakavassa hengessä. Kummatkin tavat esittää asioita pitävät sisällään informatiivisen viestin, eikä voi suoraan määrittää, että kummassakaan tavassa olisi jotain vikaa. Ohjelman sisällä siis voidaan liikkua jopa eri moodien äärilaidoista toiseen. Vaikka ohjelman perimmäinen tarkoitus olisi informoida katsojaa, voi se siinä samalla kertoa mielenkiintoisen tarinan, välillä taas yllättää ja shokeerata.

Minna Aslama on koonnut artikkelissaan Mats Ekströmin esittelemät journalismin moodit taulukkoon, josta käyvät ilmi eri moodeille tyypilliset lähestymistapoihin liittyvät elementit. (ks. TAULUKKO 1.)

TAULUKKO 1. Journalismin moodit (Aslama 2005, 59).

	Informaatio	Tarinankerronta	Attraktio
Viestinnän tavoite	vedota katsojiin tarjoamalla tietoa, joka on relevanttia, uskottavaa ja kiinnostavaa	Saada katsojat mukaan kertomalla tarpeeksi kiinnostava, jännittävä ja dramaattinen tarina	houkutella katsojia spektaakkeleilla, shokeeraavilla tai erikoislaatuilla teemoilla ja toimijoilla
Yleisön tarve	tiedonjano, ajan tasalla pysyminen	kuuntelemisen nautinto ja samastuminen, empatia, jännitys	katsomisen, jopa tirkistelyn nautinto
Journalismin ja journalistin rooli	tiedonvälittäjä (perinteinen journalistinen rooli, joka voi pitää sisällään myös esim. opetuselementin, ”vahtikoira-roolin jne.)	tarinankertoja	järjestäjä, näytteilleasettaja
Yleisön rooli (eli miten juttu tms. sen rakentaa)	tiedonhakija (kansalainen)	kuuntelija	katsoja, yleisö
”Kolmansien osapuolien” (haastateltavat jne.) rooli	tiedonlähde	henkilöhahmo	esiintyjä

Ekströmin moodien, informaation, tarinankerronnan ja attraktion ominaisuuksia on kuitenkin syytä hieman valottaa ennen varsinaiseen analyysiin siirtymistä.

3.3.1 Attraktiojournalismi

Ekströmin mukaan ”attraktiojournalismin päätavoite on nostaa jotain näyttille, ei kertoa faktoja tai tarinaa. Se pyrkii hämmästyttämään, kiehtomaan tai

hätkähdyttämään pikemmin kuin tiedottamaan tai tuottamaan myötäelämisen tunnetta.” (Aslama 2005, 60.) Esimerkiksi RailAwayn tapauksessa attraktiojournalismin moodin sijoittuu Facultetan romanislummissa vierailu. Kyseinen lyhyehkö kohta ei varsinaisesti tuo mitään uutta faktaa romanien tilanteesta, vaan tarjoaa katsojalle mahdollisuuden tirkistellä kurjuutta, jota Bulgarian romanit kokevat. Toinen hyvä esimerkki attraktiojournalismista ja sille ominaisesta itse tuotetusta mediaspektaakkelista on Madventuresin kolmannella tuotantokaudella esitetty kohta, jossa Rantala ja Milonoff päätyvät ihmisyyntiä käsitelleen jakson lopussa syömään ihmisistukkaa ja täten shokeeraavat kannibalismin tabulla.

Attraktiojournalismin elementtejä yksinään ei ole katsottu hyväksi lähestymistavaksi. Minna Aslaman mukaan katsojat saattavat tulkita tällaisen heitä aliarvioivaksi otteeksi. Toisaalta attraktiota voidaan käyttää herättämään ja havahduttamaan: yleisö saadaan pohtimaan vaikkapa median etiikka ja arvoja, kuten Aslama muotoilee (Aslama 2005, 68), tai herättää länsimaalaiset televisionkatsojat pohtimaan omaa etuoikeutettua asemaansa nähdessään muiden ahdinkoa.

3.3.2 Tarinankerronta

Ekström katsoo journalismin olevan osaltaan aina tarinankerrontaa, mutta hänen mukaansa tarinankerronnan tunnistaa päämoodiksi, kun jutulle rakentuu selkeä juoni. (Aslama 2005, 61) Varsinkin tv-journalismissa pyritään usein rakentamaan aiheen ympärille tarina, jota katsoja seuraisi samalla säilyttäen mielenkiinnon käsiteltävään aiheeseen. Tarinankerronnallinen journalismi voi esimerkiksi nostaa esille jotain yhteiskunnallisesti merkittävää asiaa, vaikkapa koulukiusaamista esittävään ohjelmaan yhden tai useamman henkilön tarinan, joiden kautta aihetta lähestytään. Tällöin voidaan mieltää, että varsinaisena päämoodina on tarinankerronta. Loistava esimerkki tarinankerronnallisesta journalismista on Ylen TV2:ssa 7. helmikuuta 2011 esitetty Silminnäkijä: Kouluampujaksi leimattu. Toimittaja Ami Assulin seuraa kouluampujaksi leimatun ruoveteläisen Samuli Saarisen elämää kahden vuoden ajan. (Atuubi 2011, hakupäivä 25.3.2011.)

Ylemmällä tasolla ohjelma käsittelee koulukiusaamista, suomalaisen virkamieskoneiston toimintaa ja kouluampumisten seurauksia, ruohonjuuritasolla taas Saarisen elämää tämän kaiken keskellä. Tarinankerronnallisessa journalismissa ohjelman juoni rakentuu henkilön varaan, kuten Silminnäkijän tapauksessa faktatiedon tullessa siinä sivussa. Tämän tyyppisissä ohjelmissa kuitenkin voidaan liukua myös attraktion, tirkistelyn ja shokeeraavuuden tontille. Asian voisi ehkä muotoilla niin, että jos attraktiomainen esittämistapa tukee kerrottua tarinaa, eikä sen tarkoitus ole pelkästään shokeerata ja vedota ihmisen tirkistelynhaluun, voidaan puhua niin sanotusta hyvästä journalismista.

3.3.3 Informaatio

Informaation moodin käsittelin käytännössä luvussa 2.1 Journalistinen sisältö. Lyhykäisyydessään informaation moodi on sitä, miksi journalismi ja sen tarkoitus perinteisesti mielletään: välittää relevanttia (ja ajankohtaista) faktatietoa yleisölle. Journalismi pyrkii myös ajankohtaisuuden ja faktapohjaisuuden ohella välittämään tätä tietoa massoille sekä tarkkailemaan yhteiskunnallista vallankäyttöä ja tuoda epäkohtia julkisuuteen ja vaikuttamaan niiden ratkaisuun julkisen keskustelun kautta. Eettisestä näkökulmasta journalismin tulisi olla puolueetonta ja tasapuolista sekä yksityisyyttä kunnioittavaa. (Kuutti 2006, 73–74.)

3.4 Konteksteista moodeihin

Tässä alaluvussa paneudun niihin yksityiskohtiin, joiden perusteella voi tunnistaa Ekströmin määrittelemiä journalismin moodeja. Yhdistän siis Ekströmin teoriaa moodeista ja Mikko Lehtosen Merkitysten maailman edustamaa kontekstualismia. Ohjelmien toteuttamistavat sisältävät tulkintaohjeita, joiden mukaan voimme tulkita niitä oikeanlaisissa konteksteissa. Journalismin moodeissakin viestiä asetetaan kerronnallisesti erilaisiin konteksteihin: esimerkiksi toimittajien tai ohjelmassa esiintyvien henkilöiden roolit, viestinnän tavoitteet ja sitä, mitä ohjelma ylipäätään pyrkii tarjoamaan.

Lehtonen kirjoittaa teoksessaan teksteistä, mutta käsitteen voi toki laajentaa koskemaan myös televisio-ohjelmaa. Hänen mukaansa ”tekstien laatijoilla on niitä tuottaessaan mielessään joukko tarkoittamiaan lukijoita.” (Lehtonen 2004, 149.) Matkailuohjelmien kohdalla voidaan olettaa kohteena olevien olevan matkailusta kiinnostuneita henkilöitä. Jos lähdetään pintaa syvemmälle, voi tehdä oletuksia, että tekijöillä on tarkoitus tarjota kohderyhmälleen jotain, esimerkiksi kovaa faktaa tai jännittävän tarinan.

Lehtosen mukaan ”tekstit pyrkivät tarjoamaan lukijoilleen tiettyjä luentatapoja, tiettyjä etusijalle asettuvia tulkintoja itsestään” (Lehtonen 2005, 152). Juuri näiden tulkintavihjeiden perusteella voimme myös määrittää, mitkä elementit tekevät jostain ohjelmasta tai kohtauksesta vaikkapa juuri attraktion moodiin kuuluvan. Katsoja on aikaisemmin näkemänsä perusteella tottuneet muodostamaan erilaisia tulkintatapoja näkemälleen: hän tarkastelee puoli yhdeksän uutisia uutisten kontekstissa, Prismaa tiedeohjelman ja Kauniita ja rohkeita saippuasarjan. Jos siis näkee jotain tavalla, joka vastaa omaa kokemusmallia esimerkiksi asiaohjelmista, tulkitaan myös sitä siinä kontekstissa. Esimerkiksi sijoittamalla niin sanottu kolmas osapuoli haastattelutilanteessa siten, kuten on esimerkiksi uutislähetyksessä nähty, mielletään hänet tietolähteeksi, ei niinkään henkilöahmoksi tai esiintyjäksi.

4 ANALYYSI

Tässä luvussa käyn läpi sekä produktio-osana tekemämme RailAway-jakson sekä yhden Madventuresin jakson sarjan kolmannelta tuotantokaudelta. Analyysini on kaksivaiheinen: aluksi käyn jaksot läpi kohtausta kohtausta jakaen ne Mats Ekströmin kolmeen journalismin moodin sen mukaan, mitä kohtaukset kulloinkin edustavat. Toisessa vaiheessa pyrin erittelemään ne elementit ja merkit, joiden perusteella olen tämän jaon tehnyt. Selkeyttämisen vuoksi olen jakanut ohjelmien analyysit useampaan alalukuun lineaarisesti.

4.1 RailAway

4.1.1 Alku – tutustuminen

RailAway alkaa kuvakollaasilla ohjelman paikoista, mikä vihjailee katsojalle, mitä tuleman pitää. Sitä seuraa kohtausta, jossa ohjelman juontajat Keijo Lahtinen ja likka Kivi soutavat Sofian keskuspuiston kupeessa sijaitsevalla lammella. Kohtauksen tarkoitus on puhtaasti tarinankerronnallinen: se on ohjelman aloituskohtausta, joka esittelee ohjelman juontajat. Se myös pohjustaa siirtymää seuraavaan kohtaukseen keskelle itsenäisyyspäivää juhlivaa väenpaljoutta. Ekströmin moodimallijaottelussa kohtausta sijoittuu aika yksiselitteisesti tarinankerronnan moodiin: se pyrkii herättelemään katsojaa mukaan matkalle Bulgariaan, ja journalistien rooli on puhtaasti henkilöahmona ja tarinankertojana. (Aslama 2005, 95.)

Kohtauksen aikana juontajat kertovat olleensa kaksi kuukautta liikenteessä, mikä pyrkii rakentamaan aasinsiltaa siirtymälle Suomesta. Bulgarian jakson olisi kuitenkin tarkoitus olla myös tuotantokauden keskivaiheille sijoittuva jakso, millä selitetään puheet kahden kuukauden matkaamisesta. Kohtausta sisältää myös omituista huumoria: Sofia sijaitsee sisämaassa, joten Kivi ja Lahtinen eivät mitenkään ole voineet saapua kaupunkiin veneellä. Kohtauksen kuvitus antaa kuitenkin vinkkejä vinksahaneesta sisällöstä muun muassa kalansilmäobjektiivin käytön myötä. Kalansilmäobjektiivin käyttöä ei juuri näe missään

vakavahenkisessä ohjelmassa, joten katsoja osaa sen myötä sijoittaa ohjelmaa oikeanlaiseen kontekstiin. Kalansilmän käyttö on suosittua muun muassa rulla- ja lumilautailuvideoissa, joiden yleisön voisi yleistäen ajatella olevan nuorempaa polvea, ja jo aloituskohtauksen perusteella katsoja voi odottaa poikkeavaa ja luovaa kuvakerrontaa.

Lammelta siirrytään Bulgarian parlamenttitalon edustalle, missä väkijoukko juhlistaa Bulgarian Osmanien valtakunnasta vapautumisen vuosipäivää. Vaikka kohtauksessa ei dialogilla kerrotakaan paljoa, katsoja ehtii sen aikana nähdä välähdyksen siitä, millaisia ovat bulgarialaiset perinneasut ja kansantanssit sekä kuulla perinteistä musiikkia. Moodiksi kohtaukselle määrittelen tarinankerronnan, vaikka kohtaaminen sisältääkin tietoa Bulgarian historiasta, mikä valitettavasti jää kuitenkin kuriositeetin tasolle. Kohtaaminen on osa tarinallista jatkuvuutta edellisen ja seuraavan kohtauksen kanssa ja nostaa ilmi myös jakson tavoitteen löytää Bulgarian monet kasvot.

Seuraava kohtaaminen päästää tavallisen bulgarialaisen vastaamaan kysymykseen, missä paikoissa Bulgariassa on syytä vierailla. Kyseinen kohtaaminen on toteutettu gallupina, mikä tuo mieleen myös television asiaohjelmien inserttien esittämistavan. Gallup sijoittuu Ekströmin jaottelussa informaation moodiin, sillä kohtauksen tavoite on tarjota uskottavaa ja relevanttia tietoa katsojalle tietolähteiden ollessa tavallisia bulgarialaisia – kukapa paremmin tuntisi paikat kuin alueella koko ikänsä asunut. Journalistin rooli kohtauksessa on välittää tieto vierailun arvoisista paikoista katsojille. Gallup antaa myös viitteitä ohjelman seuraavista kohteista.

Lyhyen siirtymän kautta puistosta edetään junaan, jossa juontajat kertovat tietopaketin, miksi matkustaa Bulgariaan. Kivi ja Lahtinen ottavat perinteisemmän journalistisen roolin, mikä pitää sisällään opetuselementin: he asiantuntijan roolissa antavat esimerkkejä, miksi nuoren matkailusta kiinnostaneen kannattaisi matkustaa juuri Bulgariaan.

4.1.2 Sunny Beach – Ohjelma ohjelman sisällä

Sunny Beach on kohde, joka lienee pohjoismaiselle Bulgarian matkaajalle tunnetuin, sillä se on maan suurin rantalomakohde. (Tjäreborg 2011, hakupäivä 8.4.2011.) RailAwayn Sunny Beachin osuus on tavallaan ohjelma ohjelman sisällä. Sunny Beachilla katsojalle haluttiin näyttää, millainen paikka nuoren rantalomailijan näkökulmasta, ja millaisia aktiviteetteja se pitää sisällään. Lähestymistavaksi valittiin suomalaisen rantalomakäyttäjätymisen parodiointi: juopottelua, rannalla loikoilua, yöelämää ja muita massaturistikohteiden aktiviteetteja. Ratkaisuun ohjelma ohjelman sisällä päädyttiin, koska koyleisön kokemukset parodian ymmärtämisestä olivat ristiriitaisia, eikä riskiä siitä, että koko ohjelma leimautuisi Sunny Beachin osuuden vuoksi, haluttu ottaa.

Sunny Beachin osuus erotetaan muusta ohjelmasta kalansilmän käytöllä, räikeällä värimaailmalla ja kohinalla, jonka tarkoitus on jäljitellä lomavideoiden ilmettä sekä yläreunaan sijoitetulla planssilla. Osuuden on tarkoitus olla kaksisuuntainen parodia, sillä se toisaalta irvailee rantaturisteille ja pakettimatkailuun liitetyille mielikuville, toisaalta taas omatoimimatkailejoiden ilmiöön liittämille mielikuville.

Sunny Beachille näytetään erinäisiä, jopa typeräitäkin vaikuttavia ajanviettomahdollisuuksia, kuten hevosajelua, ketjuravintolassa ruokailua ja pinkissä Cadillacissa oluen juomista. Näiden elementtien vahvuutta paljastaa osuus parodiaksi kuitenkin epäiltiin, joten aikaisemmin mainittuihin ratkaisuihin päädyttiin viestin perille menemisen varmistamiseksi. Journalistisessa mielessä osuus on puhdasta attraktiota: katsoja päästetään tirkistelemään toimittajien paheellisia aktiviteetteja. Oudot tilanteet seuraavat toisiaan, eikä niitä pysähdytä selittelemään.

Kuitenkin tämä omituinen esitys näyttää vilaukselta koko joukon syitä, miksi ihmiset matkustavat Sunny Beachille, ja ohjelmaa katsova saa niin sanotusti rivien välistä tietoa itse kohteesta ja sen tunnelmasta.

4.1.3 Sinemorets – Mustanmeren viimeinen kesäpäivä

Turistirysän jälkeen katsojalle annetaan lupaus: ohjelmassa aiotaan löytää oma ranta, jota massaturismi ei vielä ole ehtinyt löytää. Tällaisen kohteen kerrotaan löytyvän Sinemoretsin kylästä läheltä Turkin pohjoista rajaa. Kohtaus pohjaa pitkälti kuvalliselle tunnelmoinnille, millä luodaan kuvaa viimeisestä kesäpäivästä Mustanmeren rannalla. Rannalla törmätään harppuunakalastajaan, josta attraktiojournalismin mukaisesti syntyy erikoinen roolihahmo, esiintyjä. Kalastaja vahvistaa matkalla syntynyttä havaintoamme siitä, että bulgarialaiset ovat kovin kansainvälistä väkeä ja varsinkin rautaesiripun murruttua paljon väkeä siirtyi muun muassa Yhdysvaltoihin uutta elämää etsimään. Yksi ohjelmamme suurimpia heikkouksia näin jälkikäteen ajatellen on se, ettei asioita juurikaan selitetä: pienet tietopaketit esimerkiksi juuri siirtolaisuudesta Yhdysvaltoihin olisivat lisänneet ohjelman informaatioarvoa. Nyt pallo heitetään liiaksi katsojalle, ja paljon jää tulkittavaksi rivien välistä.

Kesäpäivä saa päätöksensä pienessä kalaravintolassa, jossa Kivi kertoo myös Sinemoretsin muuttuvan pikkuhiljaa turistikohteeksi. Myös suomalaisia matkajia käy paikassa, ja verkkokeskustelujen mukaan Sinemoretsia on luonnehdittu tylsäksi ja huonoksi matkakohteeksi, minkä käsityksen Kivi pyrkii juonnossaan osoittamaan virheelliseksi. Katsojien mahdollinen arvostelu ja ohjeistaminen voi olla vaarallinen ratkaisu, mutta ohjelmaan haluttiin myös kantaaottavampaa otetta. Halusimme painottaa, että myös Bulgarialla on tutustumisen arvoinen kulttuuri sekä historiassa että nykypäivässä. Sinemoretsin osuutta voi luonnehtia tarinankerronnan moodiin kuuluvaksi, sillä se seuraa lineaarisesti yhden päivän tapahtumia, mitä tehdäänkin selväksi sekä juonnoissa että kuvakerronnallisesti. Draamaa lähdetään rakentamaan lupauksesta löytää oma ranta, joka myöhemmin löydetään läheltä Turkin rajaa. Tunnelmoinnin kautta päivä etenee kohti iltaa.

4.1.4 Bulgarian romanit

Noin ohjelman puolella välissä koetaan täyskäännös: lähestymistapa muuttuu ajankohtaisohjelmista tutuksi, mikä mukailee Ekströmin informaation moodia. Tätä

tuetaan hyvin monilla valinnoilla sekä kuvituksessa, viestinnän tavoitteessa tuoda ilmi romanien tilannetta heidän lähtömaissaan ja kolmansien osapuolten asemointina tietolähteiksi, ei tarinaa eteenpäin vieviksi hahmoiksi. Journalistin rooli on selkeästi tiedonvälittäjä: hän kysyy kysymyksiä ja valottaa aihetta omilla juonnoillaan. Elementtejä attraktiojournalismistakin kuitenkin on, sillä katsoja päästetään näkemään romanien ahdinkoa, mutta esimerkiksi tirkistelyn nautinnosta tuskin kuitenkaan on kyse, vaan enemmän tarpeesta näyttää realistista kuvaa vähemmistön elämästä. Valinta käyttää lapsia kuvituksessa ja haastatteluissa oli toki tunteita herättävä, mutta se tuo samalla aiheeseen liittyviä ihmiskohtaloita esille. Tästä huomataankin, että hyvin lyhyen ajan sisällä voidaan tasapainoilla useammassa moodissa, ja parhaimmassa tapauksessa ne tukevat toisiaan. Kertojaääntä jota usein kuulee asia- ja ajankohtaisohjelmissä, ei kuitenkaan haluttu käyttää, koska tällöin toteutustapa olisi eronnut liiaksi muusta ohjelmasta. Kohtauksessa haastatellaan bulgariaalaista taloustoimittajaa Stanimir Vaglenovia, joka on tutustunut myös bulgarialaiseen järjestäytyneeseen rikollisuuteen. Toteutustapana on hyvin perinteinen haastattelu, millä haluttiin vahvistaa Vaglenovin asemaa asiantuntijana katsojan silmissä.

Aihevalinta, Bulgarian romanien tilanne, oli tuolloin suomalaisessa valtamediassakin käsittelyssä, sillä Suomen katukuvassa näkyneet romanikerjäläiset olivat pääosin kotoisin Romaniasta ja Bulgariasta. (Popova 2010, hakupäivä 24.3.2011.) Halusimme näyttää katsojille romanien oloja heidän kotimaassaan, ja myös löytää mahdollisen ratkaisun itse ongelmaan. Romaneja käsittelevä kohtaaminen eteneekin seuraavan kaavan mukaisesti: aluksi esitellään ongelmat, joita ovat muun muassa rikollisuus, köyhyys ja syrjäytyminen yhteiskunnasta. Tätä tehdään haastatteleamalla sekä romaneja itseään että asiantuntijana toimivaa Vaglenovia, joka valottaa myös kerjäläisyyden taustalla toimivaa rikollisuutta.

Ongelman esittelystä edetään ratkaisuehdotuksen esittämiseen: romanilapsia pyritään integroimaan valtaväestöön sijoittamalla heitä samoihin kouluihin valtaväestön kanssa. Näkemämme perusteella vaikutti siltä, että yksi suurimpia ahdinon taustalla olevia vaikuttimia oli romanien todella heikko koulutustilanne. Ilman koulutusta ei myöskään voi saada työtä, mikä taas johtaa syrjäytymiseen.

Esitämme ongelman ratkaisuksi siis tilanteen ratkaisemista kerjäläisten kotimaissa, ei tarjoamalla ilmaista majoitusta Helsingin Kalasatamassa, mikä vain mahdollistaa kerjäämisen taustalla olevan rikollisuuden ja hyväksikäytön olemassaolon. Tämä näkemys saadaan esitettyä katsojalle myös romanien itsensä mielipiteenä romanijärjestön Rumyan Russinovinkin suulla. Lopuksi otetaan kontaktia myös suoraan katsojaan: auttaa voi, muttei antamalla kerjäläiselle paria kolikkoa.

4.1.5 Mukava päivä Sofiassa

Ajankohtaisohjelmamaisen romaneja käsitelleen kohtausten jälkeen ohjelmassa siirrytään taas perinteisempään matkailuohjelmien ilmaisutapaan. Toinen juontajista, Keijo Lahtinen, esittelee katsojille Sofian ajanvietto- ja majoittautumismahdollisuuksia. Hän esittelee majapaikan mukavuuksia ja hintatasoa, ja myös kyseisen hostellin osoite näytetään kuvituksessa. Sofian kohtaus pääsääntöisesti esimerkiksi Matkapassista tuttua kaavaa: vinkkejä rahan käytöstä, nähtävyyksistä, ruokailusta ja ostoksista. Kuvituksella katsojalle tarjotaan tunnelmia kaduilta ja torialueilta. Kronologisesti etenevän päivän alkupuolen katson kuuluvan edellä mainituista syistä informaation moodiin. Urheiluakatemia pihalla käyty lentopallo-ottelu taas on mukana osana päivän tapahtumia, sijoittaen kohtausten tarinankerronnan moodiin: informaatioarvo on ohkainen, mutta kohtaus vie kuitenkin tarinaa, tässä tapauksessa mukavaa päivää Sofiassa eteenpäin kohti iltaa.

Illallisella katsoja tutustutetaan bulgarialaiseen ruokakulttuuriin fikserinä³ toimineen Cvetan Savoy'n johdolla. Ruokakulttuuriin tutustuminen on matkailuohjelmissa itsestään selvää, ja varsinkin Bulgarian alhaisen hintatason vuoksi on perusteltua kertoa matkaa suunnitteleville, ettei edes kalliiden näköisiä ruokapaikkoja tarvitse vierastaa. Päivä päättyy kierrokseen Sofian yöklubeille, joiden ei tarvitse hävetä muiden metropolien tarjonnan rinnalla. Samalla katsojille pyrittiin osoittamaan, että Sofian yöelämä on turvallinen.

³ fikseri on toimittajan kulttuurinen ja kielellinen tulkki.

4.1.6 Tavalliset bulgarialaiset

Ohjelman viimeinen osuus vietetään Rilan vuoristoalueella, missä tutustutaan perinteisempään bulgarialaiseen elämäntapaan, jollaista valtaosa maassa edelleen viettää. Paikka paikoin Bulgariassa on vielä havaittavissa lievää takapajuisuutta, mitä nimenomaan lähdettiin etsimään Bistritsan pikkukylästä, paikasta, josta Bulgariaan matkaava turisti viimeisenä voisi kuvitella löytävänsä itsensä. Vuoristokylän osuus kuitenkin demonstroi loistavasti paikallisten ystävällisyyttä ja vieraanvaraisuutta: majapaikka löytyy, vaikkei yhteistä kieltä olisikaan. Yhteinen illanvietto vahvistaa tätä kuvaa. Toteutustapa on lähimpänä attraktiota.

Kohtaus maalaillee bulgarialaisia väeksi, joka ei ole kadottanut juuriaan modernisoitumisen myötä, vaan varsinkin maaseudulla perinteitä ja perinteistä elämäntapaa vaalitaan vahvasti. Tätä voi tavallaan mieltää suomalaisen televisionkatsojan näkökulmasta jopa eksoottiseksi. Tällaisiin yksityiskohtiin tavallinen matkaaja ei välttämättä tule edes kiinnittäneeksi huomiota. Ohjelma päättyy viimein Yastrebetsin rinteelle kiitoksiin, mikä ei välttämättä kuitenkaan ole kovin perusteltua, jos ottaa huomioon, että jakson on tarkoitus sijoittua tuotantokauden keskivaiheille.

4.2 Yhteenveto RailAwaysta

Ohjelman analyysin loppuksi teen vielä yhteenvedon siitä, miten Ekströmin kolmen moodin välillä liikuttiin eri kohtauksissa ohjelman aikana. Analyysissakin paljastuneen ohjelman kronologisen rakenteen vuoksi tarinankerronnan moodin elementtejä on lähes joka kohtauksessa. (ks. TAULUKKO 2. RailAwayn rakenne.)

TAULUKKO 2. RailAwayn rakenne

Aloitus	Aloituskohdauksessa tasapainoillaan tarinankerronnan ja informaation moodeissa. Toisaalta juontajille rakennetaan heidän henkilöhahmoja, toisaalta taas annetaan vinkkejä Bulgariasta informaation moodissa.
Sunny Beach	Ns. ohjelma ohjelman sisällä. Parodioi rantalomakäyttäytymistä moodin ollessa pääosin attraktiota. Myös tarinankerronnallisia elementtejä on havaittavissa ohjelmassa toistuvan kronologisen kerronnan vuoksi.
Sinemorets	Tarinankerronnan moodissa toteutettu yhden päivän tapahtumien kuvaus pienessä rannikkokylässä
Romanit	Ohjelman ns. vakavin osuus, jonka toteutustapa on ottanut voimakkaita vaikutteita asia- ja ajankohtaisohjelmien toteuttamisesta. Moodina informaatio: kerrotaan faktatietoa Bulgarian romanien tilanteesta Sofiassa.
Sofia	Informaation ja tarinankerronnan moodeihin sijoitettu kohtaaminen, jonka yleisilme on tuttu perinteisistä matkailuohjelmista, kuten Matkapassista.
Bistritsa	Bulgarialaisten perinteisempää elämäntapaa ja vieraanvaraisuutta attraktion keinoin esittelevä kohtaaminen, jossa pelataan enemmänkin kuvituksella kuin sanallisesti esitetyllä informaatiolla.

4.3 Madventures

4.3.1 Tšernobyli

Heti ohjelman alussa katsojalle tehdään selväksi, että jaksossa liikutaan entisessä Neuvostoliitossa, mitä painotetaan muun muassa kuvituksessa näkyvillä Puna-armeijan muistomerkeillä ja piikkilanka-aidoilla, joilla viitataan Neuvostoliiton sulkeutuneisuuteen sekä kulkupelinä toimivalla Ladalla. Rantala ilmoittaa myös välittömästi, mitä tuleman pitää: tarkoitus on aluksi todistaa entisen Neuvostoliiton lohdutonta perintöä ja sitten siirtyä Pietariin, missä epänormaalit ja omituiset ilmiöt odottavat. Siperiasta taas hän kertoo löytyvän vastauksen ikuisen elämän arvoitukseen. Jo tästä on pääteltävissä, etteivät kohteet ja tapahtumat ole niitä, joita tavallinen matkaja kokee. Tšernobylin alueesta puhutaan ”kuoleman vyöhykkeenä”, ja Milonoff ja Rantala esittelevät varotoiminaan olevia geigermittaria ja joditabletteja. Näillä yksityiskohdilla pyritään selvästikin painottamaan matkan vaarallisuutta.

Rantala paljastaa, että he pääsevät kuvaamaan itse ydinvoimalaan, mikä on hänen mukaansa harvinaista. Heidän oppaanaan toimivalla Viktor Naomovilla on henkilökohtaisia kokemuksia ydinonnettomuudesta. Katsoja päästetään ihmettelemään ydinvoimalan valvomoa, jonka lattioiden kerrotaan yhä pitävän päällään radioaktiivista pölyä. Tämä kohtaaminen viimeistään paljastaa Madventuresin todellista luonnetta: viestinnän tarkoitus ei niinkään ole tarjota informaatiota, vaan ennemminkin kertoa jännittävää tarinaa, shokeerata ja päästää katsoja ihmettelemään erikoislaatuista paikkaa, tapoja ja ihmisiä. Varsinkin ydinvoimalaan sijoittuvaa kohtausta voi pitää hyvin vahvasti attraktion moodiin kuuluvana: faktoja uhrataan, jotta tilanne voidaan esittää jännittävämpänä.

Jaksossa ei kerrota, että turistit ovat voineet tutustua verrattain helposti ”kuoleman vyöhykkeeseen” jo pitkään, kuten Helsingin Sanomissa toukokuussa 2003 ilmestyneessä matkailujutussa *Turistirysiin kyllästyneille: käynti Tshernobylissa* kerrotaan. (Kaurala 2003, hakupäivä 31.3.2011.) Rantala myös antaa ymmärtää, että katsoja näkee valvomon, jossa kohtalokas päätös pudottaa reaktorin teho sallitun raja-arvon alapuolelle aikoinaan tehtiin (Ojanperä 2011, hakupäivä 26.3.2011.), vaikka kyseessä on luultavasti yksi kolmesta muusta reaktorin valvomosta.

Valvomon jälkeen tutustutaan Prypjatin kaupunkiin, jossa Rantala ja Milonoff muun muassa kiertävät mittaamassa säteilyä geigermittareillaan. Kuriositeettina voi mainita, että kyseinen aktiviteetti kuuluu vuonna 2011 avattavaksi kaavailtuun viralliseen Tšernobylin turistikierrokseen. (Walker 2010, hakupäivä 31.3.2011.) Prypjatissakin kiertely on attraktiota: katsoja on yleisöä, joka seuraa, mitä journalisti näytteilleasettajan roolissaan päättää katsojalle näyttää. Kuvitukseltaan keskitytään pitkälti tunnelmoimaan autiossa kaupungissa, sosialistisen kokeen luultavasti pitkäikäisimmässä muistomerkissä.

4.3.2 Pietari

Pripyatin maisemista hypätään Pietariin, jossa matkaa taitetaan Puna-armeijan entisellä kalustolla. Nyky-Venäjältä maalailtaan kuvaa, jossa rahalla kaikki on

mahdollista. Tämä luultavasti onkin tietyn varauksin totta, mutta kyseisen kohtausten anti jää attraktion asteelle.

Attraktion moodin tiellä jatketaan myös kohtauksella iilimatoparantolasta. Perinteisen iilimatohoidon kerrotaan saavan suosiota Venäjällä, mutta kohtauksen sävy on kuitenkin enemmän tämän oudolta vaikuttavan tavan ihmettely, eikä esimerkiksi terveysvaikutuksista kerrota sen enempää. Varsinaiseen shokeeraamiseen mennään seuraavaksi, sillä hoidossa käytetyt iilimadot syödään. Tyyli onkin lähempänä niin kutsuttuja sekoilusarjoja, kuten amerikkalaista Jackassia ja sen kotimaista vastinetta Extreme Duudsonia. Samaa linjaa jatkaa myös pietarilaisten extreme-urheilijoiden järjestämä kuilukeinu kaupunkiympäristössä. Toki katsoja saadaan jännittämään tätä kokeilevan toimittajan puolesta, mutta journalistinen anti jää vähäiseksi. Rivien välissä Pietarista onnistutaan kuitenkin välittämään kuva kaupungista, jossa on kirjavat mahdollisuudet ääri-ilmiöitä janoavalle.

Pietarin osuuden kiinnostavin informaatioarvo tulee Venäjän järjestäytyneeseen rikollisuuteen tutustumisesta. Milonoff ja Rantala johdattavat katsojat keskelle gangstereiden illanviettoa, omanlaistansa äärimmäisyyttä. Kohtaus kuitenkin mielestäni yhdistelee attraktion shokeeraamisarvoa tietoon siitä, miten rikolliset itse kokevat elämäntapansa ja Venäjän rikollisuuden.

4.3.3 Burjatia

Matka jatkuu Siperian rataa pitkin Burjatian tasavaltaan, lähelle Mongolian rajaa. Sieltä Rantala kertoo löytyvän ratkaisu ikuisen elämän arvoitukseen. Tämä ratkaisu paljastuu olevan burjaattilaisen laman, Dashi-Dorzho Itigelovin, muumioitunut ruumis. Rantala kertoo Itigelovin ruumiin olevan niin hyvin säilynyt, että näyttää, kuin hän olisi kuollut 12 tuntia sitten. Ruumista ei kuitenkaan saa kuvata. Kohtaus jää kuitenkin ontoksi lyhytensä vuoksi, buddhalaista tapaa käydään vain ihmettelemässä. Taustalla olevaa itsensä muumioimisilmiötä, johon Itigelovinkin tapauksen voi katsoa kuuluvan, olisi voinut avata kertomalla esimerkiksi itsensä muumioineista japanilaisista Sokushinbutsu-munkeista (Aarnio

2008, hakupäivä 19.4.2011.) Tällaisenaan kohtaaminen sijoittuu attraktion moodiin: katsojalle annetaan mahdollisuus tirkistellä oudon kulttuurin tapoja.

4.3.4 Kirgisia

Burjaateista loikataan Kirgisiaan, josta Rantala kertoo maailman vanhimman extreme-urheilulajin löytyvän. Tämä laji on kirgisialainen muunnos poolosta, kokböry, jota pelataan vuohen ruholla. Myöskään kokböryn pelaaminen ei tee muutosta Madventuresin attraktioon painottuvaan ilmaisuun.

4.4 Yhteenveto Madventuresista

Analyysini perusteella Madventures-sarja vaikuttaa olevan attraktiojournalismia. Kuten aikaisemmin käsitellessäni sarjan taustoja kävi ilmi, Madventures on pyrkinyt shokeeraamaan esimerkiksi esittämällä koiran syömistä tai länsi-afrikkalaista arpitatuointitapaa. Sarjassa hakeudutaan äärimmäisyyksien äärelle etsien tämän planeetan kummallisimpia kulttuureja ja tapoja, ja tämän lupauksen ohjelma aika hyvin lunastaakin. Madventuresia tarkasteltaessa on kuitenkin huomioitava, ettei se enää sijoitu mihinkään perinteiseen genreen, eikä sitä täten voida suoraan tarkastella samassa kontekstissa niin sanottujen perinteisempien matkailuohjelmien, kuten Matkapassin kanssa. Madventures ottaa monenlaisia vapauksia esittämistavassaan: toimittajat ovat esiintyjä, jotka järjestävät erilaisia outoja spektaakkeleja, erikoisia henkilöitä ja shokeeraavia teemoja yleisön nähtäväksi.

Sarjan tekijät ovat tehneet tietoisesti valinnan hyödyntää nimenomaan attraktion elementtejä ohjelmassaan. Se, onko tämä katsojan aliarvioimista, on makuasia. Madventuresin voi katsoa lyövän ottavat sen luokan vapauksia totuttuun kerrontaan nähden, että jo tämän perusteella katsoja osaa mukautua oikeanlaiseen vastaanottotapaan. On vaikea kuvitella, että kukaan suunnittelisi omaa lomamatkaansa Rantalan ja Milonoffin edesottamuksien perusteella tai tekisi

perustavanlaatuisia johtopäätöksiä sarjassa nähtyjen maiden kulttuureista, varsinkaan jos tarkastelee tätä kolmatta tuotantokautta.

Attraktion valitsemisen pääelementiksi voi katsoa olleen menestysresepti: Madventuresista tuli laajimmalle levinnyt suomalainen tv-sarja National Geographic Societyn ostaessa sarjan esitysoikeudet 189 maahan. (Iltalehti 2009, hakupäivä 19.5.2011)

4.5 Vertailukohtana Matkapassi

Vertailen vielä lyhyesti Madventuresin ja RailAwayn toteutustapaa Matkapassiin, brittiläiseen matkailusarjaan, jota on tehty vuodesta 1994 alkaen. Matkapassin katson edustavan niin sanottuja perinteisiä matkailuohjelmia, sillä sen lähestymistapa painottaa informaation moodiin sivuuttaen attraktion elementit lähes kokonaan.

Vertailukohtana käytän Matkapassiin 91. jaksoa, jossa juontaja Megan McCormick matkaa Portugalissa ja Azoreilla. Hän aloittaa matkansa Douiron laaksosta, portviinin syntysijoilta, vaeltaa pyhiinvaeltajien mukana Fatimaan ja seuraa erikoista härkätaistelua Santaremissa. Azoreilla näyttelevät pääosaa valaat. Vaikka Matkapassi onkin juontajavetoinen matkailuohjelma, sen toimittajan rooli on perinteinen tiedonvälittäjänä oleminen. Matkapassissa on myös opetuselementtejä: se tutustuttaa katsojaa kohdemaan kulttuuriin ja sen piirteisiin yleisemmin, kuten portviinin historiaa valottamalla, ei onkimalla kulttuurin kummallisuuksia tirkisteltäväksi. Matkapassissa myös erikoisemmat ilmiöt, kuten paljon kritisoitu härkätaisteluperinne, esitetään neutraalissa valossa eikä mässäilyyn ryhdytä. Taistelua kuvataan kuin mitä tahansa urheilulajia. Matkapassin pääosassa ovat toimittajan ohella selkeästi eri matkakohteet ja niiden tärkeimmät aktiviteetit ja nähtävyydet, eikä paikallisiin oteta henkilötasolla kontaktia. Yksi selittävä tekijä eroavaisuuksille Madventuresin attraktiolla ja Matkapassin turvallisen tuntuiselle lähestymistavalle on varmastikin ohjelmien kohderyhmät: Madventures vetoaa räväkkyydellään nuorempiin reppureissaajiin, Matkapassi taas varttuneempaan yleisöön.

5 LOPPUPÄÄTELMÄT JA POHDINTA

Tein tutkimukseni aikana yhden tärkeän havainnon: matkailuohjelmien suunta vaikuttaa olevan kohti attraktion moodia, jos tarkastelee analysoitua Madventures-sarjaa ja varsinkin sen menestystä. Madventures on laajimmalle levinnyt suomalainen tv-ohjelma, johon muita matkailuohjelmia nykyään verrataan.

Attraktion moodia on pidetty epäsuotuisana. Minna Aslaman mukaan katsojat voivat tulkita attraktion heitä aliarvioivaksi tai kiusaantua esimerkiksi liian yksityiselle alueelle menemisestä. Myös havainto siitä, että ”attraktiolle perustuvassa journalismissa erilaisuutta ei haluta tehdä muille ymmärrettäväksi ja tutuksi, vaan pikemminkin pyritään korostamaan outoutta,” (Aslama 2005, 68) pätee hyvin Madventuresin esittämistapaan. Tähän havaintoon päädyin käyttämällä kriteereinä Mats Ekströmin moodimalliin sisältyvää journalismin lähestymistapaa ja sen ilmenemistä.

Mielestäni eräs tekijä attraktiojournalismin karsastamiseen on, etteivät katsojat osaa asettaa attraktion elementtejä sisältäviä ohjelmia tai kohtauksia mihinkään tuttuun ja turvalliseen kontekstiin. Tällä siis tarkoitan Lehtosen esittämiä tiettyjä luentatapoja. Attraktio on jotain, mihin ei ole totuttu. Attraktioelementit voivat ihanteellisessa tilanteessa olla mausteena, joka ravistelee katsojia hereille, mutta pelkkä attraktio ei toimi, ellei sitä kyetä yhdistämään laajempaan kontekstiin. Matkailuohjelmien suunta kuitenkin saattaa olla attraktiossa. Katsojapalautteemme on lähtökohtaisesti verrannut RailAwayta Madventuresiin, ja voi olla, että vastaisuudessa varsinkin nuorempi yleisö odottaa matkailuohjelmilta samantyyppisiä elementtejä kuin Madventuresista. On mielenkiintoista nähdä, voiko attraktiosta kehittyä vallitseva normi matkailuohjelmille, lähestymistapa joka hyväksytään ja sitä jopa odotetaan. Entä voisiko samanlainen kehitys laajentua koskemaan muutakin journalismia?

RailWayn kohdalla pyrimme erottamaan attraktion moodia sisältävät kohtaukset selkeästi muista ja muutenkin käyttämään attraktiota harkiten. Nykyisellään eri

elementtien yhdistäminen kuitenkin voi tehdä kokonaisuudesta sekavan oloisen tilkkutäkin, joka pyrkii tarjoamaan jotain kaikille.

On myös huomioitava mahdollisuus, että RailAway ja Madventures eivät edes olisi journalistisia ohjelmia, vaan asiaa sisältäviä viihdeohjelmia. Tällaista rajanvetoa on kuitenkin hankala tehdä, sillä eittämättä esimerkiksi RailAwayn romaneja koskeva osuus täyttää journalismin tunnusmerkit. Madventures ja RailAway pyrkivät tuomaan katsojille informaatiota vierailemistaan maista ja niiden kulttuureista, mutta samaan aikaan olemaan viihdyttävä kertomalla kiinnostava tarina olemalla jännittävä joskus jopa shokeeraten katsojia.

Havaintoani matkailuohjelmien siirtymisestä attraktion moodiin tukee Aslaman esittämää väittämää siitä, ”että kaupallisuus ja kiristynvä kilpailu tuovat ruutuun määrällisesti lisää viihteellisiä ohjelmia, sillä niiden avulla eri kanavat pyrkivät houkuttelemaan mahdollisimman suuria yleisöjä” (Aslama 2005, 55). Kuten aikaisemmin kirjoitin, Madventures on laajimmalle levinnyt suomalainen tv-sarja, ja se myös äänestettiin yleisön toimesta parhaaksi televisio-ohjelmaksi vuonna 2010. (HS.fi 2010, hakupäivä 17.4.2011.) Se, johtuuko tämä menestys helposti lähestyttävästä attraktiosta vai yksinkertaisesti sarjan hyvydestä, on enemmänkin subjektiivinen mielipide, johon en voi ottaa kantaa. Asiaa voisi kuitenkin selvittää esimerkiksi käyttötarkoitustutkimuksen kautta haastatteleamalla koeyleisöä: koetaanko Madventuresia lainkaan journalistiseksi ohjelmaksi ja millaisia tunteita sarjan voimakas attraktiopainotus herättää. Huomionarvoinen seikka on myös ohjelmien kohdeyleisö: tuskin kaikki Matkapassista nauttivat viihtyisivät Madventuresin parissa yhtä hyvin ja toisin päin.

Entä mitä havainnostani seuraa? Attraktiolla on mahdollista saada suuri määrä katsojia, mikä toki varmasti on ohjelmantekijöiden toivomuskin. Attraktion tulkitseminen negatiiviseksi asiaksi kuitenkin yksinkertaistaa asioita liiaksi. Aslaman mukaan hollantilainen mediatutkija Irene Costera Meijer mittaisi journalismin julkista laatua neljään yksityiskohtaan huomiota kiinnittämällä: tuottaako ohjelma sosiaalista koheesiota ja yhteistä kokemusta; puhutteleeko se siis mahdollisimman suurta joukkoa katsojia? Entä tuottaako ohjelma kansalaisuutta samalla kunnioittaen erilaisia yksilöitä ja heidän elämäntapojaan?

Aktivoidaanko ohjelmalla osaltaan katsojia tarjoamalla sosiaalisille kysymyksille erilaisia ratkaisuvaihtoehtoja taustoineen ja seurauksineen? Rakennetaanko dialogia ja konsensusta debatin sijaan? (Aslama 2005, 68.) Sekä Madventures että RailAway toteuttavat näitä Costera Meijerin mittareita, mutta ylilyöntejäkin sattuu. Esimerkkinä ylilyönnistä voisin nostaa analysoimassani Madventuresissa esitetyn Tšernobylin ydinvoimalaan sijoittuneen osion, jossa katsojia johdetaan joko tarkoituksenmukaisesti tai vahingossa harhaan mielenkiintoisemman tarinan kertomiseksi. Totuudessa tulisi pysyä, tai vaihtoehtoisesti esittää asiat niin, että katsojalla on mahdollisuus erottaa faktat fiktiosta.

Itselleni tutkielma-aiheeni valotti televisiojournalismin taustoja sekä viihteen ja journalismin yhteiseloja. Attraktion ja informaation välillä tasapainotteleminen avaa monenlaisia mahdollisuuksia esimerkiksi RailAwayn kaltaisen projektin kohdalla. Attraktioelementtiä käytettäessä toimittajalla on kuitenkin suuri vastuu, sillä attraktiosta voi tulla tehokeinon sijasta itsetarkoituksellista.

6 LÄHTEET

Aarnio, M. 2008. Muumioksi kuudessa vuodessa. Hakupäivä 19.4.2011, <http://www.mtv3.fi/helmi/kuudesaisti/artikkeli.shtml/627726>.

Aslama, M. 2005. Tietoisku, tarina vai nähtävyys? Suomalaisen televisiojournalismin moodeista. Tiedotustutkimus 4-5/2005. Tampere: Tiedotusopillinen yhdistys..

Atuubi. 2011. Kouluumpujaksi leimattu. Hakupäivä 25.3.2011, <http://atuubi.yle.fi/node/12465>.

Discovery Channel, 2010. Man vs Wild. Hakupäivä 25.11.2010, <http://dsc.discovery.com/tv/man-vs-wild/>.

Glenny, M. 2008. McMafia : matka kansainväliseen alamaailmaan. Porvoo : WS Bookwell.

Hobsbawm, E. 1999. Äärimmäisyyksien aika, Tampere: Osuuskunta Vastapaino.

HS.fi. 2010. Madventures äänestettiin parhaaksi tv-ohjelmaksi. Hakupäivä 17.4.2011, <http://www.hs.fi/kulttuuri/artikkeli/Madventures+%C3%A4%C3%A4nestettiin+parhaaksi+tv-ohjelmaksi/1135252049560>.

Huovila, T. 2005. Toimittaja – tiedon etsijä ja vaikuttaja. Helsinki: WSOY.

Iltalehti. 2009. National Geographic osti Madventuresin tv-oikeudet.

Hakupäivä 19.4.2011, http://www.iltalehti.fi/viihde/2009112310647491_vi.shtml.

Karvonen, E. 2005. Johdatus viestintätieteisiin. Hakupäivä 29.11.2010, <http://www.uta.fi/viesverk/johdviest/tekijat.html>.

Kaurala, H. 2003. Turistirysiin kyllästyneille: käynti Tshernobylissä. HS.fi. Hakupäivä 31.3.2011, <http://www.hs.fi/matkailu/artikkeli/Turistirysiin+kyllästyneille+käynti+Tshernobylissä/HS20030514SI1ME01700?>.

Kielitoimiston sanakirja. 2004. Kotimaisten kielten tutkimuskeskuksen julkaisuja 132. Helsinki: Kotimaisten kielten tutkimuskeskus ja Kielikone Oy.

Kunelius, R. 2003. Viestinnän vallassa – Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin. Helsinki: WSOY.

Kuutti, H. 2006. Uusi mediasanasto, Jyväskylä: Atena.

Lehtonen, M. 2004. Merkitysten maailma, Tampere: Vastapaino.

Madventures. 2009. Madventures 3 episodes. Hakupäivä 28.3.2011, http://www.madventures.tv/fi/episodes_s3.php.

Milonoff, T. Rantala, R. & Lahdenmäki, A. 2007. Madventures : kansainvälisen seikkailijan opas. Porvoo : WS Bookwell.

MTV3.fi 2005. Venla 2005 tulokset. Hakupäivä 19.4.2011, <http://www.mtv3.fi/ohjelmat/sivusto.shtml/viihde/venla?418324>.

Ojanperä, K. 2011. Tshernobyl on ydinvoimahistorian ainoa supertuho. Tekniikka & talous. Hakupäivä 26.3.2011, <http://www.tekniikkatalous.fi/energia/japani/article593592.ece>.

Pietilä, A.-P. 2007. Uutisista viihdettä, viihteestä uutisia – Median muodonmuutos. Helsinki: Arthouse.

Popova, H. 2010. ILMIOITÄ: Bulgarian romanit elävät syrjässä ja syrjittynä. YLE.fi, Hakupäivä 24.3.2011, http://yle.fi/uutiset/ulkomaat/2010/03/bulgarian_romanit_elavat_syrjassa_ja_syrjittyna_1501010.html.

Savitie, I. 2004. Matkakertomuksia vai oikeaa journalismia – Matkailujournalismin rooli suomalaismediassa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Selänniemi, T. 1996. Matka ikuiseen kesään: kulttuuriantropologinen näkökulma suomalaisten etelänmatkailuun. Helsinki : Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Tilastokeskus. 2010. Käsitteet ja määritelmät. Hakupäivä 6.12.2010, <http://www.stat.fi/meta/kas/matkailu.html>.

Tjäreborg. 2011. Sunny Beach, Bulgaria. Hakupäivä 8.4.2011,
<http://www.tjareborg.fi/bulgaria/sunny-beach>.

Walker, P. 2010. Chernobyl: now open to tourists. Guardian. Hakupäivä 31.3.2011,
<http://www.guardian.co.uk/world/2010/dec/13/chernobyl-now-open-to-tourists>.