

Mitä on transmedia tarinankerronta?

Kurssille: Median murros

22.11.2009

Tehnyt: Terhi Rekilä

Abstrakti

Tämän esseen tarkoitus on pohtia mitä transmedia tarinankerronta on ja mitä eri puolia se pitää sisällään. Käsittelen aluksi transmedia tarinankerronnan teoreettista viitekehystä, jonka jälkeen esittelen siitä reaali maailman esimerkkejä. Tämän jälkeen käsittelen transmedia tarinankerrontaan kohdistuvaa kritiikkiä ja käyn läpi lyhyesti näkemyksiäni transmedian suhteesta kaupallisuuteen. Lopuksi ennen yhteenvetoa esittelen ennusteitani transmedia tarinankerronnan tulevaisuudesta.

1. Johdanto transmedia tarinankerronnan teoriaan

Monissa lähteissä transmedia tarinankerronnan luojaksi esitellään tunnettu media analyttikko Henry Jenkins. Hän määrittelee transmedia tarinankerronnan tarinoiksi, jotka avautuvat useilla media-alustoilla, missä jokainen kanava tuottaa oman erityisen vaikutuksensa ymmärryksemme maailmasta (2006, 334). Jenkins tarkoittaa myös määritelmässään, että kyseessä on integroidumpi lähestymistapa franchise kehitykseen kuin urteksti- pohjaisissa tai komplementtisissa tuote - malleissa on esitetty.

Transmedia tarinankerronta viittaa Jenkinsin (mt. 20-21) mukaan uuteen estetiikkaan, joka on muotoutunut vastaamaan median konvergenssin vaatimuksiin. Tämän pohjalta Jenkins toteaa, että transmedia tarinankerronta asettaa uusia vaatimuksia kuluttajille, ja on toisaalta samalla myös riippuvainen kuluttajista koostuvien tietoyhteisöjen (alkuperäinen termi knowledge communities) aktiivisesta osallistumisesta. Median konvergenssin Jenkins määrittelee meidän kulttuurimme median kiertokulussa ilmentyvänä teknologisin, teollisin, kulttuurisin ja sosiaalisin muutoksina, joihin kuuluu esimerkiksi kuluttajien miltei äärimmäisyyksiin ulottuva etsintä heidän omakohtaisesti toivomilleen viihdekokemuksille.

Jenkins (mt. 21) tarkoittaa, että ymmärtääkseen yhdenkään fiktionaalisen maailman kuluttajan täytyy kerätä tiedonpalasia eri medioista ja vertailla kokemuksiaan verkossa muiden kanssa saavuttaakseen syvän viihdekokemuksen. Transmedia tarinankerronnan tarinat tai maailmathan esitellään useammassa eri medioissa, kuten elokuvina valkokankaalla, kirjoina, peleinä, sarjakuvina ja niin edelleen, joten täyttä kuvaa ei voi muodostaa tutustumalla vain yhteen.

Chan (2008,17) tarkentaa transmedia tarinankerronnan määritelmää toteamalla, että transmedia ei ole suunnattu vain fanipohjan vertikaaliseen integraatioon ja konsolidaatioon, vaan sitä voidaan käyttää fanikentän horisontaaliseen kasvattamiseen. Transmedia tarinankerronnan ympärille onkin luotu myös kaupallisesti toimivia yrityksiä. Yksi tällainen on yhdysvaltalainen Starlight Runner Entertainment. Sen toinen perustaja, Jeff Gomez, kertoo Thompsonin (2009) haastattelussa transmedia tarinankerronnan eroavan muista tarinankerronnan lajeista juuri siten, että siinä tarinasta esitetään eri medioissa eri puolia ja se kutsuu kuluttajat osallistumaan tarinan luomiseen. Transmedia antaa hänen mielestään meille enemmän sitä, mitä me todella haluamme.

Näiden lähteiden pohjalta muodostuneen oman ymmärrykseni mukaan transmedia tarinankerronnassa on kyse tarinankerronnasta, joka täydentyy ja saa eri muotoja eri medioissa, vaikka kyseessä on kuitenkin sama tarina tai laajemmin ymmärrettynä sama maailma. Transmedia tarinankerronta lähtee liikkeelle yritysten, elokuvantekijöiden kirjailijoiden ja muiden tarinankertojien luomien tuotteiden tai maailmojen pohjalta. Näiden tuotteiden tai maailmojen olemus kuitenkin muodostuu ja toteutuu käytännössä lopullisesti vasta kuluttajien luodessa niistä oman käsityksensä, jonka voi saavuttaa parhaiten kollektiivisten yhteisöjen kautta. Yrityksille tämä tarjoaa uudenlaisen mahdollisuuden laajentaa kuluttajakuntaansa.

2. Esimerkkejä transmedia tarinankerronnasta

2.1 Matrix

Jenkins (2006, 21, 95-134) esittelee esimerkkinä transmedia tarinankerronnasta Wachowskin veljesten luomat Matrix-elokuvat. Matrix-elokuvien tarinan pohjalta on ilmestynyt myös pelejä, sarjakuvia ja lyhytanimaatioita. Jenkinsin teemana on, että kaikki nämä eri muodoissa ilmestyneet matrix-tarinat tuovat oman lisänsä matrix-maailmaan, kertovat siitä jotakin lisää. Ne ovat hänen mukaansa myös linkittyneet yhteen. Tämä tarkoittaa nimenomaan sitä, että henkilö, joka on esimerkiksi pelannut pelin saa myös Matrix elokuvakokemuksesta enemmän irti kuin pelkän elokuvan nähnyt henkilö.

Matrixin voi Jenkinsin havaintojen pohjalta sanoa itse asiassa menevän jo niin pitkälle, että pelkän elokuvan katsoja ei välttämättä ymmärrä sen sisältöä juuri ollenkaan, koska ei tiedä tarinasta muiden medioiden kertomia asioita, joihin kuitenkin viitataan elokuvassa. Sen sijaan Matrix-

maailmaan syälle mennyt henkilö, joka on pelannut pelit, lukenut sarjakuvat ja vaihtanut näitä kokemuksia muiden Matrix fanien kanssa, voi saada elokuvasta ylivertaisen elämyksen. Tämä tukee esseeni johdantoluvussa esittelemää teoriaa, jonka mukaan transmedia tarinankerronta asettaa uusia vaatimuksia kuluttajille. Eri asia on, kuinka monet ovat valmiina tarttumaan tähän haasteeseen. Jenkins toteaaakin, että monet Matrixin nähneet tuntevat olonsa jälkikäteen riittämättömiksi (mt. 96).

Jenkins antaa yhtenä esimerkkinä Matrix:in eri medioiden esittämien tarinoiden yhteenliittymästä erään The Matrix Reloaded elokuvassa käydyn keskustelun ja lyhytanimaation nimeltä The Kid's Story:n yhteyden (mt. 105). The Kid's Storyssa esitellään alun perin hahmo nimeltä the Kid, joka esiintyy myös Matrix elokuvassa. Jenkins kertoo, että hahmoa ja hänen taustaansa ei selitetä elokuvassa ollenkaan, vaan Matrixin päähenkilö Neo ja the Kid aloittavat keskustelun ikään kuin jälkimmäisessäkin olisi kyseessä vakiintunut hahmo (mt. 105). Jenkins hahmottaa taustaoletuksena olevan, että kaikki katsojat tietäisivät jo valmiiksi mistä henkilöt keskustelevat (mt. 105). Suurelle osalle yleisöä tämä oletus ei tietysti kuitenkaan The Kid's Story animaatioon tutustumattomana pidä paikkaansa. Niille, jotka kuitenkin ymmärtävät mistä on kyse, tilanne voi varmasti lisätä nautintoa, kun he tunnistavat tilanteet ja voivat tuntea tietävänsä enemmän kuin muut.

Muita Jenkinsin esiin tuomia Matrix pohjaisia esimerkkejä transmediallisuudesta ovat elokuvaan piilotetut cheat koodit Matrix peleihin, erilaiset lavasteisiin upotetut viittaukset muihin teksteihin kuten Raamattuun ja muihin elokuvaan, sekä ulkopuolisten taitelijoiden tuottama materiaali, joissa esitellään jokin elokuvissa esittelemätön puoli Matrix maailmasta (mt. 98-143). Matrix on siis monimutkainen elämys ja se koostuu useista osista. Jenkins kuitenkin kiteyttää transmedia tarinankerronnan olevan enemmän kuin osiensa summa (mt. 104). Tämä on myös varmasti ollut tausta-ajatuksena Matrix-maailman luomisen pohjalla.

2.2 Doctor Who

Doctor Who on Ison-Britannian yleisradiossa, BBCssä, aluperin vuonna 1963 ilmestynyt televisiosarja, jonka pohjalta pyörii uusia jaksoja nykyäänkin (Wikipedia). Doctor Who ei ole kuitenkaan rajoittanut pelkästään alkuperäiseen televisiosarjaan, vaan sen pohjalta on tuotettu muun muassa spin-off sarjoja, video blogeja ja nimenomaan matkapuhelimiin kohdistettuja miniepisodeja (Perryman 2008, 21). Kyseessä onkin yksi transmedia tarinankerronnan esimerkki, joka ottaa konvergenssi kulttuurin vastaan ennen näkemättömällä laajuudella (Perryman mt. 21).

Perrymanin (mt. 29) mukaan yksi BBC:n monimutkaisimmista transmedia tarinankerronnan muodoista oli internetiin luodut metasivustot, jotka pohjustivat Doctor Who:n paluujaksoja televisioon. Yksi näistä Perrymanin esittelemistä sivustoista on nimeltään ”Who is Doctor Who”, joka muun muassa toi esille sarjaan paluun tekevän hahmon ennen sen ilmestymistä televisiossa (mt. 29). BBC myös avasi kyseisen sivuston internetiin ilman viittausta virallisilta BBC:n sivuilta (Perryman, mt. 29). Näin Perryman huomioi kyseisen sivusto pysyneen syrjässä, kunnes fanit huomasivat sivuston yhteyden BBC:hen (mt. 29). Näin näkisin, että kyseessä on transmedia tarinankerronnan ilmentymä, joka todella asettaa vaatimuksia kuluttajille. Heidänhän piti ensin jäljittää yhteys sivuston ja BBC:n välillä saadakseen tietää sen kuuluvan tarinaan.

Transmedia tarinankerronnan rakentaminen ei kuitenkaan ollut BBC:lle ongelmattonta, koska se joutui tasapainottelemaan Doctor Who:n aikuisille ja lapsille suunnatun materiaalin välillä (Perryman 2008, 35). Perryman esittää tästä ongelmasta yhtenä esimerkkinä Doctor Who:n aikuisille suunnatun spin-off sarjan Torchwood, jossa tarinasta ei voitu kertoa juurikaan uusia asioita tai taustoja, koska nuoremmat pääsarjan katselijat eivät voineet niitä näin saada tietoonsa. Perryman pitää Doctor Who:ta kuitenkin onnistuneena transmedia hankkeena (mt. 36). Hänen mielestään se onnistuu pitämään passiiviset, pelkän televisiosarjan katsojat tyytyväisinä samalla kun se antaa aktiivisille kuluttajille mahdollisuuden osallistua laajennettuihin multimedia kokemuksiin, joille ei löydy vertaa Britannian televisiolähetysten historiassa (mt. 36).

3. Kritiikkiä transmedia tarinankerrontaa kohtaan

Oma kritiikkini transmedia tarinankerrontaa kohtaan kohdistuu sen kuluttajalle asettamaan vaativuuteen. Kävin katsomassa Matrixin-trilogian toisen osan sen ilmestyttyä Suomeen ja paikallisen elokuvateatteriini. Pidin ensimmäisestä Matrix-elokuvasta, joten odotukseni olivat korkealla. Koin kuitenkin valtavan pettymyksen Matrix Reloaded:in kohdalla. En pysynyt täysin juonessa mukana ja erityisesti petyin elokuvan loppuun, joka jäi auki eikä selittänyt mihin kaikki johti. Minulle kävi siis juuri niin kuin Jenkinskin (2006) uskoo monille käyvän, en ollut seurannut Matrix tarinaa muista medioista, jolloin jäin pettyneenä ulkopuolelle ihmettelemään mitä juuri näin ja mitä tapahtui.

Näkisin myös transmedia tarinankerronnan asettavan kaupallisen riskin sen tuottajille. Matrix menestyi hyvin, mutta mikäli transmedia tarina ei saavutakaan hard core fanien suosiota

yhdistettynä siihen, ettei valtaosa katsojista ymmärrä sitä, voi se unohtua yleisöltä ja tuottaa suuret tappiot. Itse päätin Matrix Reloaded:in ,etten menisi katsomaan kolmatta Matrix elokuvaa, enkä sitä ole tähän päivään mennessä nähnyt. Minua Matrixin transmediallisuus ei kannustanut vaan lannisti. Toisaalta nyt luettuani Jenkinsin ajatuksia, joissa valotettiin Matrixin eri tapahtumien merkitystä, harkitsen vuokraavani elokuvan nyt ja katsovani sen. Mielestäni transmedia onkin kaupallisesti ja katsojamäärällisesti eräänlainen kaksiteräinen miekka, toisaalta se voi kannustaa tutustumaan tuotteeseen ja toisaalta se voi karkottaa kuluttajat pois.

Toisaalta transmedia ei välttämättä yllä tuottamaan riittävän suurta elämystä kaikista aktiivisimmille tosifaneille, jotka haluavat tulla yllätetyiksi ja osallistua, jotka kaiken kaikkiaan kaipaavat enemmän sisältöä ja uutuutta. Tuottaessaan omaa sisältöään fanit asettavat suuria vaatimuksia yrityksille, ja pettyvät, kun oikea, virallinen tarina ei yllä korkeammalle kuin heidän omat mielikuvituksensa tuotteet. Doctor Who:hon liittyy tämänkaltainen ongelma. Perrywoodin mukaan (2008,35-36) Torchwood sarjan aikuiset katselijat turhautuivat, koska eivät saaneet siitä tarpeeksi uutta näkökulmaa tarinaan, vaan paljastukset jätettiin pääsarjaan. Transmedia tarinankerronta asettaakin mielestäni lisääntyneitä vaatimuksia kuluttajien ohella myös sen tuottajille, sillä heidän tulisi kyetä ylittämään katsojien odotukset joutuen toisinaan samalla tasapainottelemaan tarinaa vähemmän seuranneiden ryhmien odotusten kanssa.

Transmedia tarinankerrontaa on kritisoitu myös nimenomaan sen kaupallisuudesta. Esimerkiksi Askwith (2003) viittaa Antonuccin artikkeliin, jossa Matrix-ilmiota kuvataan enemmänkin älykkäänä markkinointina kuin älykkäänä tarinankerrontana. Askwith (2003) tekee myös toisen Matrixin kaupallisuuden epäilyttävyyttä tukevan lausuman. Vaikka uudet Matrix elokuvat, peli ja animoidut lyhytelokuvat täyttäisivät ensimmäisen elokuvan luomat odotukset, jää silti helposti tunne, että Warner Bros käyttää Matrixin kulttiseuraajia hyväkseen tehdäkseen rahaa vielä kun voi.

4. Pohdintaa transmedia tarinankerronnan ja kaupallisuuden suhteesta

Transmediaa syytetään siis liiallisesta kaupallisuudesta taiteen kustannuksella. Silti Askwithin (2003) kuten myös Jenkinsin (2006) ajatuksista saa selvän käsityksen, ettei Matrixin ja transmedian kaupallisuus ei sinällään tee koko ilmiöstä väärää tai huonoa. Olen heidän kanssaan täysin samaa mieltä. Mielestäni transmedia tarinankerrontaa on turha syyllistää kaupallisuudesta. Tuotetaanhan tavallisia elokuviakin yleensä tuotto mielessä. Läntinen maailma perustuu nykyään

markkinataloudelle ja kapitalismille, joten miksi transmedia pitäisi ottaa kaupalliseksi silmätikuksi. Transmedia tarinankerrontaa tuskin voisi tuottaa kovin laajasti, jos se ei tuottaisi voittoa jolla sille saadaan rahoitusta ja rahoittajia. Viihde on pääpiirteissään kaupallista, miksei siis transmediakin.

Jenkins (2006, 107) myös korostaa, että vaikka transmedia tarinankerronta tuo kaupallista menestystä, luo se myös muuta etua. Hän huomioi, että tuotteiden ristimyyntiä on ollut jo aikoja, mutta transmedia ei jää siihen. Transmediaan liittyy termi yhdessä luominen, jossa yritykset tekevät yhteistyötä alusta lähtien tuottaakseen sisältöä, joka toimii hyvin heidän sektoreillaan ja näin tuottaa kuluttajille uusia elämyksiä samalla lisäten heidän mahdollisuuksiaan kokea jokin tietty tuotemerkki.

5. Tulevaisuudenkuva transmedia tarinankerronnasta

Jenkinsin (2006, 104)) toteama ”kokonaisuus on enemmän kuin osiensa summa” kuvaa mielestäni parhaiten transmedia tarinankerrontaa sen toteutuksen onnistuessa. Onnistuessaan transmedia tarinankerronta tuo myös yrityksille uusia tuottomahdollisuuksia. Uskonkin, että yhä useammin yritykset, erityisesti elokuvayhtiöt ja televisiosarjojen tuottajat, alkavat etsiä mahdollisuuksia transmediasta. Kun transmedia tarinankerronnan yritysten määrä lisääntyy, tulee toki epäonnistumisten määrä kasvamaan, mutta myös onnistuneiden hankkeiden osuus. Tarjonnan lisääntyessä näkisin, että myös yhä useammat kuluttajat tottuvat transmedia tarinankerrontaan ja alkavat aktiivisesti osallistua siihen ja nauttia siitä, näin auttaen tekemään transmedia tarinankerronnasta nykyistä tavallisemman ja tunnetumman viihdemuodon.

Valtaviran uskon kuitenkin tulevaisuudessakin kaipaavan tavallisen tarinankerronnan avuin tuotettuja sarjoja, elokuvia, kirjoja ja muuta viihdettä. Uskon myös, että transmedia tarinankerrontaa harrastavatkin tulevat keskittymään vain tiettyihin transmedia maailmoihin kaivaten rinnalle tavallisia tuotteita. Kuten sanottu, transmedia tarinankerronta asettaa lisääntyviä vaatimuksia kuluttajille. Pystyäkseen saamaan täyden transmedia elämyksen lukuisista transmedia kokonaisuuksista, joutuisi hän panostamaan valtavasti aikaa ja rahaa niiden seuraamiseen.

Voi olla, että jotkut menevät niin syvälle transmedia maailmaan, että kuluttavat kaiken vapaa-aikansa ja mahdollisesti työaikaansakin transmedia-kerronnan seuraamiseen. Nykyään verkon sosiaalista mediaa syytetään joskus tekevän joitakin yksilöitä riippuvaisiksi siitä siihen pisteeseen

että he unohtavat muun elämän ja syrjäytyvät muista. Ehkäpä transmediaa tullaan joskus syyttämään samasta ilmiöstä, mutta kokonaisuudessaan se tulee varmasti säilymään vain yhtenä viihteen muotona, jota ihmiset kuluttavat vapaa-aikansa kuluksi.

6. Yhteenveto

Transmedia tarinankerronta on maailman luomisen taidetta, jossa kokonaisuus on enemmän kuin osiensa summa (Jenkins 2006, 21, 104). Vielä kun tähän ajatukseen yhdistää transmedian kaupallisen aspektin, saavutetaan onnistuneesti transmedia tarinankerronnan käsitteen ydin. Transmediassa esitellään ja kuvataan samaa tarinaa tai maailmaa eri medioissa kuitenkin kertoen siitä eri asioita ja puolia. Kyseessä on ehdottomasti kaupallinen ilmiö, mistä sitä on kritisoitukin. Myös eri yleisöjen tarpeiden täyttäminen voi aiheuttaa ongelmia transmedia tarinankerronnan luojille. Onnistuessaan transmedia kuitenkin tuo kuluttajille uuden, lisäelämyksiä luovan viihde-elämyksen.

Lähteet

Askwith, I. (2003) *A Matrix in every medium*

http://dir.salon.com/story/tech/feature/2003/05/12/matrix_universe/index.html 20.11.2009

Chan, D. (2008) 'Convergence, Connectivity, and the Case of Japanese Mobile Gaming'. *Games and Culture*, 3 (1): 13-25. CSA Sage Premier Tietokanta 19.11.2009

Jenkins, H. (2006) *Convergence Culture: Where Old And New Media Collide*. New York: New York University Press.

Perryman, N. (2008) 'Doctor Who and the Convergence of Media: A Case Study in 'Transmedia Storytelling'' *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 14 (1): 21-39. CSA Sage Premier Tietokanta 19.11.2009

Thompson, V. (2009) *The power of transmedia storytelling*

<http://www.smartplanet.com/people/blog/pure-genius/the-power-of-transmedia-storytelling/695/>
20.11.2009

Wikipedia *Doctor Who* http://en.wikipedia.org/wiki/Doctor_Who 20.11.2009