



RUOKALA LOKKI, (Kamome Shoduko, engl.nimi Kamome Diner)

Valmistumisvuosi: 2006

Maa: Japani

Ohjaus: Naoko Oigami

Kesto: 104min

Ikäraja: S , Koulukinon materiaali on tehty lukiolaisille.

Elokuvan näyttelijät: Satomi Kobayashi (Sachie), Hairi Katagiri (Midori), Jarkko Niemi (Tommi Hiltunen), Masako Motai (Masako), Markku Peltola (Matti) ja Tarja Markus (Liisa)

Teemoja: Ruokakulttuuri, Suomi-kuva ja suomalaisuus, kulttuurien kohtaaminen ja ystävyys, naisen asema, tuotesijoittelu (product placement)

Lyhyesti elokuvan taustoista:

Ruokala Lokki -elokuva perustuu Yoko Muren teokseen. Elokuvakäsikirjoituksen teoksesta on tehnyt ohjaaja Naoko Oigami. Elokuvan lehdistömateriaalissa Yoko Mure mainitaan kirjailijaksi, jonka teokset viehättävät erityisesti naislukijoita. Ruokala Lokkia varten häneltä pyydettiin erikseen tekemään aiheesta teksti, joka on muokattavissa elokuvakäsikirjoitukseksi. Jo Murelta tilatussa alkuperäisteoksessa tarina sijoittuu Suomeen.

Ohjaaja Naoko Oigami on opiskellut elokuvaohjaajaksi Yhdysvalloissa Kalifornian yliopistossa. Ruokala Lokki on hänen toinen pitkä elokuvansa.

Elokuvan tekemisessä on käytetty paljon suomalaisapua. Esimerkiksi kuvausryhmä oli liki kokonaan suomalainen.

Ohjaaja itse on sanonut, että elokuvasta olisi tullut huomattavasti nopeatempoisempi, mikäli se olisi kuvattu Japanissa. Ohjaajan mukaan suomalaisen kuvausryhmän rauhallisuus välittyi ja näkyi elokuvassa.

Ruokala Lokki on ensimmäinen kokonaan Suomessa kuvattu japanilainen elokuva. Tärkeässä osassa oleva ruokala on oikeastikin olemassa oleva Kahvila Suomi, joka sijaitsee Helsingissä Pursimiehenkadulla.

Helsingin Sanomat kirjoitti heinäkuussa (30.7.2006), että Ruokala Lokiksi naamioitu kahvila Suomi on kevään ja kesän aikana täytynyt japanilaisturisteista. Kahvilanpitäjän Tapani Jokelaisen mukaan ensimmäiset japanilaiset tulivat kahvilaan elokuvan innoittamina jo viikon kuluttua siitä, kun elokuva oli Japanissa saanut ensi-iltansa maaliskuussa.

Lyhyesti elokuvasta:

Ruokala Lokki kertoo japanilaisesta naisesta Sachiesta (Satomi Kobayashi), joka on perustanut ravintolan Helsinkiin. Ravintolan nimeksi hän on antanut Ruokala Lokki. Suomalaiset lokit ovat hänestä isoja ja hausalla tavalla lihavia: ne syövät nauttien. Lokit muistuttavat Sachien mielestä myös hänen lemmikkikissaansa Nanaota. Sachien japanilainen ravintola ei vain oikein tahdo menestyä. Siellä ei käy yhtään asiakasta. Säännöllisesti ikkunan taakse

ilmestyy suomalaisia, jotka ihmettelevät ravintolaa.

Eräänä päivänä ravintola saa asiakkaan. Japania puhuva suomalainen nuori mies Tommi Hiltunen (Jarkko Niemi) astuu sisään. Yhtenä päivänä ravintolaan tulee mies keski-ikäinen mies Matti (Markku Peltola), joka opettaa Sachien tekemään parempaa kahvia. Suomeen saapunut myös toinen yksinäinen japanilaisnainen Midori (Hairi Katagiri). Häneen Sachie törmää vahingossa etsiessään kirjakaupassa sanoja japanilaisen sarjakuvasanankarin Gatchamanin tunnuslaulun sanoja. Sachie esittäytyy ja kysyy muistaisiko Midori sanat. Midori muistaa.

Midori kertoo vasta tulleen maahan, hän ei tiedä kuinka kauan aikoo viipyä. Suomeen hän matkusti siksi, että oli sokkona valinnut kartalta, minne matkustaisi, ja valinta osui Suomen kohdalle.

Sachie tarjoaa Midorille yöpymispaikkaa luonaan. Kiitokseksi Midori tarjoutuu auttamaan ruokalassa.

Yhdessä naiset koettavat houkutella uusia asiakkaita, mutta kohtuullisen heikoin tuloksin, kunnes he keksivät leipoa korvapuusteja. Tuoreen pullan tuoksu houkuttelee ruokalaan ihmisiä. Japanilaista ruokaa Sachie ei heille vielä pääse tarjoamaan, mutta pullakahvilla on tie asiakasvirralle ainakin avattu.

Ruokala Lokkiin saapuu myös kolmas japanilainen nainen, Masako (Masako Motai), jonka matkatavarat ovat kadonneet. Masako kertoo hoitaneensa vanhempiaan 20 vuotta, siis näiden kuolemaan asti. Sen jälkeen hän oli vapaa lähtemään. Kohdemaaksi Suomi valikoitui siksi, että Masako oli nähnyt Japanin televisiossa ohjelmaa ilmakitaransoiton MM-kisoista, jotka pidettiin Suomessa. Myös Masako alkaa autella Lokissa.

Vähitellen suomalaiset löytävät tiensä Ruokala Lokkiin ja myös japanilainen ruoka alkaa maistua heille. Kolmikko saa myös suomalaisia ystäviä.

Suomi-kuva – suomalaisuus

Me suomalaiset olemme äärimmäisen kiinnostuneita siitä, mitä muut meistä ajattelevat. Tässä asiassa emme ole yksin. On kysymys hyvin inhimillisestä ja universaalista ilmiöstä.

Kaikissa maissa ja kulttuureissa ollaan kiinnostuneita tietämään, mitä muut ajattelevat.

Mitä suomalaisuus on? Mistä meidät tunnetaan?

Suomalaiset eivät, kuten eivät muutkaan kansallisuudet muodosta kovin homogeenistä joukkoa. Kuitenkin useimmille varmaan tulee mieleen hyvin samankaltaisia asioita, kun puhutaan siitä, mitkä asiat tyypillisesti edustavat suomalaisuutta tai minkälaisen luonteenpiirteiden tai tapojen ajatellaan olevan tyypillisiä suomalaisille.

Pohtikaa, mitä suomalaisuus on tai voisi olla? Mikä tai mitä teidän mielestänne on Suomi-kuva ja mitä se sisältää?

Ruokala Lokki -elokuvassa nähdään monia aiheita, jotka ovat suomalaisille tuttuja ja itsestään selviä, mutta ovatko ne suomalaisuutta tai Suomi-kuvaa?

Näkykö Suomi-kuva tai suomalaisuus elokuvassa? Keskustelkaa aiheesta.

Ruokala Lokki -elokuvassa Midori sanoo Sachielle, että suomalaiset ovat ujoja, ystävällisiä ja rauhallisia, mutta myös niin kovin surullisia.

Pohtikaa, miksi Midori ajattelee suomalaisten olevan surullisia.

Elokuvassa mainitaan Tove Janssonin Muumit muutamaan kertaan. Midori juo kahvinsa Muumi-mukista ja luki elokuvassa myös *Vaarallinen juhannus* -teosta.

Edustavatko Muumit jollakin tavalla suomalaisuutta vai ovatko ne vain suomalaisen taiteilijan luomia maailmallakin tunnettuja hahmoja?

Elokuvassa näkyy myös reilu joukko suomalaisia tuotemerkejä (tuotemerkkien kaikkia tuotteita ei kuitenkaan välttämättä valmisteta Suomessa). Ruokala Lokki on kalustettu Artekin pöydin ja tuolein, astiat ovat liittala Groupiin kuuluvien liittalan, Arabian ja Hackmanin. Myös Marimekon vaatteita ja muuta tekstiilitavaraa näkyy elokuvassa.

Keskustelkaa siitä, voivatko perinteisesti vahvat kotimaiset tuotemerkit olla suomalaisuutta tai Suomi-kuvaa? Tuleeko

teille maailmalta mieleen tuotemerkkejä tai brändejä, jotka liitätte heti mielessänne johonkin maahan ja/tai kansallisuuteen? (Esimerkiksi Yves Saint Laurent, Volvo, Coca Cola, Pepsi, Ferrari, BMW, jne.)

Midori, Masako ja Sachie ihmettelevät myös, miten Suomessa järjestetään kaikenlaisia erikoisia MM-kilpailuja esimerkiksi ilmakitaransoitosta, kännykänheitosta ja eukonkannosta. **Mitä tällaiset kilpailut kertovat suomalaisuudesta, vai kertovatko ne mitään?**

Monia suomalaiskatsojia varmaan naurattaa elokuvan kohtaus, jossa keski-ikäinen Liisa (Tarja Markus) astelee humalassa sisälle Ruokala Lokkiin ja vaatii Koskenkorvaa. **Miten arvioitte ulkomaalaisten katsojien suhtautuvan kohtaukseen? Naurattaako se? Ymmärretäänkö se?**

Lukuehdotuksia omaehtoisesti tutustuttavaksi:

Hannes Sihvo (Toim): Toisten Suomi. Mitä meistä kerrotaan maailmalla. (2. painos 2001)
Neil Hardwick: Hardwick's sauce eli Niilin tähteet. Pakinoita. (1988)
Roman Schatz: Suomesta, rakkaudella. (2006)

Kulttuurien kohtaaminen

Ruokala Lokki on elokuva myös ystävydestä. Siinä kolme erilaisin syin Suomeen tullutta japanilaista naista ystävyysty keskenään melko mutkattomasti. Sen sijaan suomalaisiin ystävyystyminen on hitaampaa.

Ystävyystyminen kielimuurin yli on haasteellista. Keskusteleminen ilman yhteistä kieltä on vähintäänkin hidasta, mutta voi osoittautua myös ylivoimaiseksi. Suomalaisenkin on ulkomailla helpompi ryhtyä juttusille toisen suomalaisen kanssa, koska kieli on yhteinen.

Ruokala Lokki -elokuvassa ruokapaikan ensimmäinen asiakas Tommi osaa japania, ja se helpottaa tilannetta. Tommista ei kuitenkaan näytä tulevan kovin läheistä ystävää Sachielle, tai muillekaan. Kanssakäyminen on kohteliasta, mutta jää etäiseksi, vaikka kielimuuria ei ole. Sen sijaan

Liisa ystävyysty koko naiskolmikron kanssa. **Pohtikaa, miksi näin käy?**

Naisen asema

Kun Sachie tapaa Midorin ensimmäistä kertaa ja hän kertoo olevansa ravintoloitsija, ihmettelee Midori, että Sachie toimii yrittäjänä ilman miestä. Myös Masako ihmettelee, että Sachie pitää ruokalaa yksin.

Suomalaiset ovat tottuneet siihen, että naiset ovat työelämässä ja toimivat myös yrittäjinä. Japanissa naiset ovat yhä koulutetumpia ja yhä enemmän mukana työelämässä, mutta käsitykset perhe-elämästä ja naisten työssäkäynnistä ovat silti perinteisempiä kuin Suomessa.

Japanissa naiset useimmiten edelleen jättävät työelämän kokonaan mennessään naimisiin, tai viimeistään siinä vaiheessa, kun he saavat lapsia.

Jako on monille naisille jyrkkä, he valitsevat joko kodin tai työelämän. Tosin yhä useampi nainen valitsee perheen sijasta työn, eikä mene ollenkaan naimisiin. Syntyvyys onkin laskenut kovasti. Suomalainen nainen synnyttää keskimäärin 1,8 lasta ja japanilainen nainen vain 1,3. Syntyvyyden laskun ajatellaan olevan suora seuraus siitä, että naiset haluavat tehdä työtä kodin ulkopuolella. (Lähde: Ylen Atlas-ohjelma 21.9.2006)

Suomessa naisten aseman ajatellaan maailman mittakaavassa olevan hyvä. **Pohtikaa, onko vielä parannettavaa? Missä asioissa?**

Ruokakulttuuri

Sachie ja Midori keskustelevat myös eri maihin liittyvistä ruokamielikuvista. Italiasta heille tulevat mieleen pastat ja pizzat, Koreasta kimchi(*) sekä Suomesta ja Japanista kala, Suomesta erityisesti lohi.

Sachien mielestä kala oli syy perustaa ruokapaikka Suomeen. Sachien mukaan suomalaiset arvostavat hyvää perusruokaa. Se on myös syy siihen, että hän halusi perustaa ruokalan, ei varsinaista ravintolaa. Sachie ei halua tarjota ruokalassaan japanilaisen ruokakulttuurin tunnetuimpia tuotteita, kuten sushia ja sakea, vaan japanilaista perusruokaa.

Sachielle japanilaista perusruokaa ovat riisipallot, joista Ruokala Lokin suomalaisetkin asiakkaat elokuvan lopussa nauttivat. Aivan heti suomalaisasiakkaat eivät japanilaista ruokaa tarjoavaan Lokkiin kuitenkaan tulleet.

Pohtikaa, törmääkö ruokakulttuuri ennakkoluuloihin vai tietämättömyyteen?

Riisipalloja (jap. onigiri) syödään Japanissa yleisesti. Riisipalloja tehdään itse tai niitä ostetaan niin kutsuttuna take away -ruokana. Riisipalloista pyöritellään pallon muotoisten lisäksi myös litteitä ovaalin muotoisia tai kolmiomaisia.

Yksinkertaisimmillaan riisipalloon käytetään vain riisiä ja suolaa sekä nori-merilevälevyä kääreeksi. Tavallisemmin riisipallojen sisään kuitenkin laitetaan jotakin täytettä, esimerkiksi kalaa.

Kun Sachien ruokalaan ei tule ihmisiä niin Midori ehdottaa, että riisipalloja tehtäisiin suomalaisille tutummilla täytteillä. **Mitä täytteitä Midori ja Sachie kokeilevat?**

(poroa, jokirapuja, ja silliä)

Riisipallot suomalaisille tutuilla täytteillä eivät kuitenkaan maistu Sachielle, Midorille eivätkä myöskään ruokalan ainoalle asiakkaalle Tommille.

Eri ruokakulttuureja yhdistelevällä ruuanvalmistuksella on nimikin, mikä?

Fuusiokeittiö (fusion kitchen), tunnetaan myös nimellä cross kitchen.

Sachien intohimona on tehdä asiakkaille ”sielun ruokaa”, siis sellaista ruokaa joka täyttää vatsan ja antaa energiaa, mutta tarjoaa syöjälleen myös hyvän ja rauhasan mielen.

Pohtikaa, millaista ruokaa tai mitä itse haluaisitte syödä silloin, kun kaipaatte sielun ruokaa?

Mikäli aikaa ja kiinnostusta riittää ja käytössä on esimerkiksi netti, niin selvittääkää mitä ovat seuraavat japanilaisen keittiön ruoka-aineet tai ruuat:

Hyvä ja luotettava lähde netissä on esimerkiksi www.ruokasanastot.net.

1. miso
2. sushi
3. sashimi
4. nori
5. wasabi

6. tempura
7. tonkatsu
8. tofu
9. fugu
10. sake

(*) Kimchi on korealaisten kansallisruoka. Kimchi valmistetaan hapankaalin tapaan Perusraaka-aine on yön yli suolavedessä liotettu kiinankaali. Muut ainekset vaihtelevat vuodenajan ja tekijän mukaan. Kimchissä voidaan käyttää esimerkiksi valkosipulia, inkivääriä, retikkaa, purjosipulia, päärynää ja punapippuria.

Kimchiä valmistettaessa kaikki muut raaka-aineet paitsi kiinankaali yhdistetään. Sen jälkeen seos laitetaan kiinankaalin lehtien väliin ja lopuksi täytetyt kiinankaalit pakataan tiiviisti astiaan. Tavallisen kimchin valmistuminen kestää kahdesta kolmeen viikkoa. (Lähde: Gastronomie 3/2005)

Product placement – Tuotesijoittelu

Product placement eli tuotesijoittelu voidaan määritellä elokuvaan tai tv-ohjelmaan sijoitettujen maksettujen tuotteiden (piilo)mainonnaksi. Ilmiö ei tosin ole uusi, vaan yhtä vanha kuin elokuva itse.

Suomessa tuoreimmat tuotesijoittelulla kohua aiheuttaneet elokuvat tai tv-sarjat ovat olleet Aleksi Mäkelä *Pahat pojat* -elokuva (2002), Suomen Big Brother -sarjan ensimmäinen tuotantokausi ja Sillä silmällä ohjelma.

Pahat pojat -elokuvan sopimus Expert-kodinkoneketjun kanssa on ensimmäisiä laajasti huomattuja elokuva-alan sponsorisopimuksia. Expert-keiju mainosti elokuvaa muun muassa omissa tv-mainoksissaan. Mainonta oli näkyvää ja kuluttajalle lienee selvä, mikä osa oli kodinkoneliikkeen mainontaa.

Sen sijaan Big Brother- ja Sillä silmällä -ohjelmia on arvosteltu sellaisesta piilomainosasta, jossa katsojalla on arveltu hämärtyvän ero mainonnan ja ohjelman muun sisällön välillä. Sillä silmällä -ohjelmassa stailattaville henkilöille neuvottiin tiettyjen tuotteiden käyttöä ja samalla mainittiin tuotemerkit.

Kansainvälisesti product placementilla tehdään miljoonien arvoisia sopimuksia elokuvaliiketoiminnassa. Tuotteiden pääsemisestä mukaan elokuvaan jopa

kilpaillaan. Yksi kilpailijoista on Nokia, jonka matkapuhelimia on nähty useissa kansainvälisissä menestyselokuvissa, kuten esimerkiksi *Charlien enkelit*, *Pyhimys* ja *Mission Impossible*.

Kotimaisissa elokuvissa tuottajien mukaan ei vielä liiku kovin merkittäviä summia. Ruokala Lokissa näkyy ainakin suomalaisittain tunnistettavia tuotemerkkejä (mm. Iittala, Arabia, Hackman, Artek, Marimekko).

Luuletteko, että näitä tuotemerkkejä voidaan tunnistaa muissa maissa?

Tehtävä: Arvioikaa omaa medialukutaitoanne? Tunnistatteko piilomainonnan tai tuotesijoittelun? Onko tuotesijoittelulla (sellaisella jonka tunnistatte) vaikutusta omaan kulutuskäyttäytymiseen?

Oppimateriaalin laati toimittaja Riitta Käppi .

Oppimateriaalin on tuottanut Anna-Liisa Puura-Castrén Koulukinosta.