

”Se on hyvä renki tuo viihde”

Komediantekijöiden käsitykset poliittisen satiirin ulkopuolisen tv-komedian yhteiskunnallisesta roolista sekä tekijän vallasta ja vastuusta

Maiju Mirjam Pellikka
Helsingin yliopisto
Valtiotieteellinen tiedekunta
Politiikan ja viestinnän maisteriohjelma
Viestinnän opintosuunta
Maisterintutkielma
Toukokuu 2021



Tiedekunta – Fakultet – Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Koulutusohjelma – Utbildningsprogram – Degree Programme Politiikan ja viestinnän maisteriohjelma	
Tekijä – Författare – Author Maiju Mirjam Pellikka			
Työn nimi – Arbetets titel – Title "Se on hyvä renki tuo viihde" – Komediantekijöiden käsitykset poliittisen satiirin ulkopuolisen tv-komedian yhteiskunnallisesta roolista sekä tekijän vallasta ja vastuusta			
Oppiaine/Opintosuunta – Läroämne/Studieinriktning – Subject/Study track Viestintä			
Työn laji – Arbetets art – Level Maisterintutkielma		Aika – Datum – Month and year Toukokuu 2021	Sivumäärä – Sidoantal – Number of pages 81 + liite
Tiivistelmä – Referat – Abstract			
<p>Tv-komedian yhteiskunnallinen tutkimus on keskittynyt vahvasti poliittiseksi satiiriksi luettavaan komediaan, eli komediaan, joka käsittelee selkeästi politiikkaa, sen instituutioita tai poliitikkoja. Kuitenkin esimerkiksi huumorin vaikutuspyrkimykset toimivat samalla tavalla riippumatta siitä, onko sisältö puhdasta poliittista satiiria vai ei, ja poliittisen satiirin ulkopuolisesta tv-komediastakin voidaan löytää lukuisia yhteiskunnallisia ominaisuuksia. Koska tv-komedialla kulutetaan paljon, on tärkeää pohtia sen roolia yhteiskunnassa. Tässä pohdinnassa oleellisia ovat myös kysymykset tv-komedian tekijöiden vallasta sekä vastuusta.</p> <p>Tv-komedian tekijät määrittelevät työllään väistämättä sitä, millainen yhteiskunnallinen rooli tv-komedialla oikein on ja miten he sitä käyttävät. Tästä syystä tämän tutkielman tavoitteena on selvittää tv-komedian tekijöiden käsityksiä poliittisen satiirin ulkopuolisen tv-komedian yhteiskunnallisesta roolista sekä tekijöiden vallasta ja vastuusta. Tutkielman teoreettinen viitekehys nojaa mediavallan teorioihin, joiden kautta tv-komedian yhteiskunnallista roolia tarkastellaan. Pohjalla on Williamsin ja Delli Carpinin (2011) määritelmä poliittisesti relevantista mediasta.</p> <p>Tutkielman aineisto koostuu viidestä teemahaastattelusta, joita analysoidaan laadullisen sisällönanalyysin keinoin. Haastateltavat ovat alalla tunnustettuja tv-komedian käsikirjoittajia, ohjaajia ja näyttelijöitä, joilla on vankka kokemus tv-komedian tekemisestä Suomessa.</p> <p>Haastateltavat tiedostivat poliittisen satiirin ulkopuolisen komedian mahdollisen yhteiskunnallisen ulottuvuuden, mutta käsitykset vaihtelivat sen suhteen, oliko tällainen ajattelu läsnä heidän työssään. Kolme vastaajaa koki, etteivät he mieti työtään yhteiskunnallisesta ulottuvuudesta käsin, ja he suhtautuivat myös varauksellisemmin komedian mahdollisiin vaikutuksiin sekä heihin tekijöinä liitettyyn valtaan. Kaksi vastaajista halusi taas tietoisesti tuoda sisältöjensä kautta heille tärkeitä yhteiskunnallisia teemoja esiin, he suhtautuivat komedian vaikuttavuuteen varmemmin ja he näkivät itsellään olevan myös selkeästi valtaa tv-komedian tekijöinä.</p> <p>Vastuuseen liittyvien käsitysten osalta edellä mainitut jakolinjat eivät olleet läsnä ja haastateltavien käsitykset vastuusta vaihtelivat: yksi haastateltavista ei nähnyt itsellään vastuuta tv-komedian tekijänä kun taas neljä vastaajaa koki heillä olevan vastuuta, mutta heilläkin käsitykset vastuun luonteesta vaihtelivat. Vastuuseen liitettiin ihmisarvon kunnioituksen ja vahingon tuottamisen välttämisen periaatteita, ja oikeus tekijän omien arvojen seuraamiseen koettiin tärkeänä.</p>			
Avainsanat – Nyckelord – Keywords televisio, komedia, komediantekijät, yhteiskunnallinen rooli, yhteiskunnallisuus, politiikka, vaikuttavuus, vaikutus, valta, vastuu			
Ohjaaja tai ohjaajat – Handledare – Supervisor or supervisors Henrik Rydenfelt			
Säilytyspaikka – Förvaringställe – Where deposited Helsingin yliopiston kirjasto, Helsingfors universitets bibliotek, Helsinki University Library			
Muita tietoja – Övriga uppgifter – Additional information			

SISÄLLYS

1 ALUKSI	1
1.1 Johdanto	1
1.2 Tutkielman rajaukset	5
2 LÄHESTYMISTAPOJA TV-KOMEDIAN YHTEISKUNNALLISEEN ROOLIIN	7
2.1 Poliittisesti relevantti tv-komedia	7
2.2 Televisiokomedian valta	9
2.3 Televisiokomedian vaikuttavuus	11
2.3.1 Maailmankuva	12
2.3.2 Huomion suuntaaminen	16
2.3.3 Televisiokomedian suostuttelevuus	20
2.4 Katsojan rooli	23
2.5 Komediantekijän vastuu	24
2.6 Tutkimuskysymykset	27
3 METODOLOGIA JA AINEISTO	29
3.1 Puolistrukturoitu teemahaastattelu	29
3.2 Aineisto	30
3.3 Haastateltavien valinta	34
3.4 Laadullinen sisällönanalyysi	36
3.5 Analyysin eteneminen	37
4 TV-KOMEDIAN YHTEISKUNNALLINEN ROOLI	40
4.1 Televisiokomedian yhteiskunnallisuus	40
4.2 Televisiokomedian vaikuttavuus	45
4.3 Yhteenveto	50
5 TEKIJÖIDEN TYÖ JA ROOLI	53
5.1 Oma työ ja sen tavoitteet	53
5.2 Tekijöiden valta	57
5.3 Tekijöiden vastuu	60
5.4 Yhteenveto	65
6 LOPUKSI	68
6.1 Johtopäätökset	68
6.2 Pohdinta	71
LÄHTEET	75
LIITTEET	82
LIITE 1 Teemahaastattelurunko	82

1 ALUKSI

1.1 Johdanto

Vuonna 2020 yli 4-vuotiaat suomalaiset katsoivat televisiota keskimäärin 2 tuntia ja 42 minuuttia päivässä (Finnpanel 2021). Vuonna 2019, jolloin ihmiset eivät vielä olleet koronaviruspandemian vuoksi lukittautuneet koteihinsa, tv:n katseluun käytetty aika oli vain 5 minuuttia pienempi (emt.). Nämä luvut eivät sisällä suoratoistopalveluita tai katselua, mikä tapahtuu muiden laitteiden kuten puhelimien kautta. Siitä huolimatta voidaan sanoa, että televisiolaitteella ja sen sisällöllä on keskeinen rooli ihmisten elämässä tänäkin päivänä, vaikka television kuolemaa povattiinkin vielä muutama vuosi sitten ahkerasti (Lotz 2014, 1).

Komedialla on vahva asema tässä televisiosisältöjen kulutuksessa. Esimerkiksi Yle Areenan vuoden 2019 kymmenestä katsotuimmasta ohjelmasta puolet oli komediaohjelmia (Finnpanel 2020). Myös kotimaisen C More -palvelun viime vuoden 2020 kymmenestä suosituimmasta sarjasta puolet oli komediaohjelmia (C More 2021), samoin kuin Elisa Viihde Viaplayn kymmenestä suosituimmasta kotimaisista Elisa Viihde -alkuperäissarjoista viisi oli vuonna 2020 komediaohjelmia (Elisa Oyj 2021). Koska tv-komediaa kulutetaan paljon, on tärkeää pohtia ja tutkia sen roolia ja tehtävää yhteiskunnassa.

Tätä pohdintaa harjoitetaan julkisessa keskustelussa aika ajoin huomaamattakin. Yksi eniten keskustelua herättänyt esimerkki tästä on, kun vuoden 2019 lopulla nykyinen kansanedustaja ja näyttelijä Pirkka-Pekka Petelius pyysi julkisesti anteeksi vanhoja 80- ja 90-luvulla televisiossa esitettyjä nunnuka-sketsejä, joiden on katsottu vahvistaneen saamelaisiin kohdistuvia rasistisia stereotypioita (Vihreät 2019). Myöhemmin Petelius esitti anteeksipyynnön myös romaneille, joita hänen tekemänsä tv-sketsit olivat myös loukanneet.¹ Petelius perusteli anteeksipyyntöään sketsien haitallisilla vaikutuksilla niiden keskiössä olleille ihmisryhmille (Vihreät 2019).

¹ Anteeksipyynnöstä uutisoitiin tässä Helsingin Sanomien jutussa: <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000006349529.html>, haettu 20.04.2021.

Tiedotteessaan hän totesi tänä päivänä ymmärrettävän paremmin ”vähemmistöjä syrjiviä rakenteita yhteiskunnassamme ja kulttuurissamme” ja ymmärtävänsä vastuunsa kulttuurin tekijänä (emt.).

Nämä Peteliuksen kommentit antoivat ymmärtää, että tv-komedialla olisi hänen mukaansa jonkinlainen yhteiskunnallinen rooli, eikä sitä voi tarkastella muusta yhteiskunnasta tai sen rakenteista irrallisena asiana. Peteliuksen anteeksipyyntö herätti vahvoja reaktioita puolesta ja vastaan: toiset kiittivät Peteliusta tämän vastuunkannosta, kun taas anteeksipyynnöstä suuttuneet kokivat poliittisen korrektiuden menneen liian pitkälle. Komedian kriittinen tarkastelu koetaankin usein epämiellyttävänä ja jopa sen rajoittamisena. Huumorin tutkija ja toimittaja Janne Zareffin (2020, 245–246) mukaan huumorista tehdystä tutkimuksesta huolimatta huumorin logiikoita ymmärretään julkisessa keskustelussa huonosti. Huumorin selittäminen koetaan hänen mukaansa epämiellyttävänä, ja tämä asennoituminen voi Zareffin mukaan altistaa enemmän huumorin vaikutuksille ja pyrkimyksille.

Nämä komedian ja huumorin vaikutukset ja pyrkimykset eivät välttämättä ole tekijän tietoisia tavoitteita tai pyrkimyksiä, vaan huumorin ominaisuuksia, jotka ovat läsnä tekijän tarkoitusperistä riippumatta (Borum Chattoo ja Feldman 2020, 57). Vaikka huumori pyritäänkin erottamaan erilaisilla verbaalisilla vihjeillä vakavasta ja tavallisesta kommunikaatiosta (Kuipers 2015, 8), se ei kuitenkaan kehystämisestään huolimatta ole vain triviaalia ja ohimenevää hassuttelua vaikka se voi vaikuttaa vähempiarvoiselta kuin vakavilta kuulostavat traagisuus ja synkkyys (Holm 2017, 7). Komiikkaa ja huumoria tutkinut Arne Kinnunen (1994, 9–10) toteaaakin, että ”mitä suurempi koomisen voima, sitä vahvemmin vakava on läsnä”. Tutkimuksen mukaan huumori on välttämätön osa sitä, miten maailmaa ymmärrämme, sillä huumorin kautta määrittelemme jatkuvasti sosiaalista todellisuuttamme (Holm 2017, 8). Huumoria sisältävät tekstit kantavat aina mukanaan tiettyjä juurtuneita ideologisia oletuksia, joilla on rooli sosiaalisesti jaettujen rakenteiden välityksessä ja luomisessa (emt.; ks. myös Kolehmainen 2015, 43). Huumori ei ole koskaan muista yhteiskunnan ilmiöistä irrallaan, eikä esimerkiksi rasismista tai naisvihasta voi irtautua pelkän huumorin varjolla (Lockyer ja Pickering 2008, 817–818).

Tv-komediantekijät määrittelevät jatkuvasti oman työnsä kautta sekä omaa rooliaan että sitä, millainen yhteiskunnallinen rooli tv-komedialla on ja mihin sitä loppujen lopuksi käytetään. Koska tv-komedian maksajia ovat loppupeleissä katsojat, on katsojankin kannalta tärkeää tietää, millaisin periaattein tv-komedialla tehdään. Kuten Sayre ja King (2010, 110) tuovat esiin, monet viihdesisällöt on luotu viihdyttämisen lisäksi myös valistamaan ja suostuttelemaan yleisöjä tekijälle itselleen tärkeisiin aiheisiin liittyen. Monesti komediantekijöihin saatetaan lisäksi liittää yleisiä ominaisuuksia automaattisina yhteiskunnallisina kommentoijina ilman mitään todellista tietoa tekijöiden tarkoitusperistä. Mediatuottaja ja -tutkija Katy Borum Chattoon ja mediatutkija Lauren Feldmanin (2020, 191) mukaan koomikot eivät aina nosta syrjittyjä ääniä kuuluviin tai yritä tarjota uusia näkökulmia yhteiskunnallisiin teemoihin, vaan joskus komedian avulla yhteiskunnallisia teemoja vähätellään ja marginaalissa olevia ryhmiä vastaan saatetaan jopa hyökätä. Borum Chattoon ja Feldmanin mukaan tämän vuoksi komedian valtasuhteiden ja tarinankertojan tutkiminen on olennainen osa medialukutaitoa, ja siksi komedian vallasta ja tarkoitusperistä olisi tärkeää käydä keskustelua. Tähän keskusteluun tämä maisterintutkielma myös pyrkii osallistumaan.

Tämän maisterintutkielman tarkoituksena on selvittää, millaisia käsityksiä suomalaisilla tv-komediantekijöillä on poliittisen satiirin ulkopuolisen tv-komedian yhteiskunnallisesta roolista ja tekijöiden vallasta ja vastuusta. Tutkielman aineisto koostuu viidestä suomalaisen tv-komediantekijän teemahaastattelusta, joita analysoidaan laadullisen sisällönanalyysin keinoin. Tutkielman teoreettinen viitekehys nojaa pääasiassa mediavallan eri teorioihin, eli tv-komedia nähdään tässä tutkielmassa yhtenä mediamuotona. Yhteiskunnallinen rooli sisältää tässä yhteydessä myös komedian vaikuttavuuteen liittyvät käsitykset. Keskusteluun tv-komedian yhteiskunnallisesta roolista kuuluu oleellisesti keskustelu tekijöiden vallasta sekä vastuusta, ja siksi myös tekijöiden näihin teemoihin liittyviä käsityksiä tarkastellaan tässä tutkielmassa. Tutkimus tv-komediasta ja komediasta ylipäätään on painottunut vahvasti poliittisen satiirin lajityyppiin, vaikka komedian mahdolliset vaikuttavat ominaisuudet ovat läsnä riippumatta siitä, käsitelläänkö siinä politiikkaa ja poliitikkoja vai joitain muita teemoja. Tästä syystä tämä maisterintutkielma keskittyy tarkastelemaan poliittisen satiirin ulkopuolisen tv-komedian yhteiskunnallista roolia.

Tutkielman tarkoituksena ei ole niin sanotusti testata, miten paljon tv-komediantekijät tietävät tai uskovat tutkimuksen muodostamiin teorioihin ja käsityksiin esimerkiksi komedian vaikuttavuudesta tai tekijöiden vallasta. Komediantekijät ovat oman alansa ammattilaisia toisin kuin usein alan ulkopuolelta sitä kommentoivat ja tarkkailevat tutkijat. Tekijöiden käsityksiä ei tässä yhteydessä voi kuitenkaan verrata tai peilata mihinkään muuhun kuin jo tehtyyn tutkimukseen. Toisaalta tutkimus ei myöskään anna yksiselitteistä vastausta sille, mikä tv-komedian yhteiskunnallinen rooli, vaikuttavuus tai tekijöiden valta loppujen lopuksi on, vaan tutkimus on paikoin ristiriitaista eikä missään tapauksessa itsestään selvää. Lisäksi tutkimus ei ole aina pysynyt riittävällä nopeudella mukana muuttuvassa mediamaisemassa.

Aiemmin tv-komediantekijöiden käsityksiä liittyen heidän työhönsä tai omaan rooliinsa on tutkittu kansainvälisesti esimerkiksi komedian ja aktivismin suhteen näkökulmasta (Borum Chattoo ja Feldman 2020, luku 6) tai niiden viihteen tekijöiden näkökulmasta, jotka käsittelevät töissään yhteiskunnallisia aiheita epätavanomaisesti (Klein 2011). Suomessa komediantekijöitä on tutkittu pääasiassa poliittisen satiirin kontekstissa, viime aikoina esimerkiksi journalismin ja satiirin välisestä suhteesta (esim. Koivukoski 2019). *Naurattajien* (Marjamäki 2007) ja *Toopelivision* (Annala 2006) kaltaiset suomalaista tv-komediala käsittelevät teokset esittelivät yleisesti suomalaisia komediantekijöitä, mutta eivät hyödyntäneet mitään jo tehtyä tutkimusta.

Komediantekijöiden näkemyksiä liittyen poliittisen satiirin ulkopuolisen tv-komedian yhteiskunnalliseen rooliin, vaikutuksiin, valtaan tai vastuuseen ei ole siis tutkittu tällä tavalla ja tästä rajatusta näkökulmasta aiemmin. Tämänkin vuoksi tekijöiden itsensä käsitykset ovat ensiarvoisen tärkeitä, sillä heidän näkemyksistään voi nousta sellaisia näkökulmia, mitä teoria ei ole vielä tavoittanut. Borum Chattoo ja Feldman (2020, 129) korostavat myös, että koska komediantekijät itse muokkaavat sitä, kuinka komedia toimii kulttuurituotannon muotona ja yhteiskunnallisen muutoksen agenttina, on erityisen tärkeää tietää, kuinka he määrittelevät omaa rooliaan (ks. myös Delli Carpini ja Williams 1994, 79). Komediantekijöiden

käsitykset määrittävät väkisinkin heidän luomiaan tuotteita, niiden roolia ja tarkoituspäätä, ja siksi tekijöiden käsitysten kuuleminen ja tutkiminen on tässä yhteydessä tärkeää. Teoria tai tekijät yksin eivät voi määrittää vastausta kysymykseen tv-komedian yhteiskunnallisesta roolista: sen vuoksi niitä käsitellään tässä tutkielmassa rinnakkain.

1.2 Tutkielman rajaukset

Tutkielmassani on kaksi rajausta: rajaus televisioon ja rajaus poliittisen satiirin ulkopuoliseen komediaan. Käytän työssäni termiä *televisio*, josta on käsitteenä tullut tänä päivänä hyvin monisyinen. Television ei voi enää tänä päivänä katsoa tarkoittavan vain fyysistä televisio-laitetta ja sen välittämiä lineaarisia sisältöjä. Lotz (2014, 29–30) lähestyy television käsitettä enemmän sen kuluttamiseen liittyvien tapojen ja kokemusten kautta. Tätä lähestymistapaa hyödynnän myös tässä tutkimuksessa. Tässä työssä televisio tarkoittaa lineaarisen sisällön lisäksi suoratoistopalveluiden tuottamaa sisältöä, joiden kulutuskäytännöt ovat hyvin samanlaiset kuin perinteisen television. Se, millä laitteella televisiota katsotaan ei määrittele televisiota, vaan sen kuluttamiseen liittyvät käytännöt. Televisiota ovat kaikki ne laitteet, jotka välittävät tai tuottavat sisältöä, joka ymmärretään televisiona (Lotz 2014, 22).

Rajaus poliittisen satiirin ulkopuolisiin komediasisältöihin toimii toisena tutkimukseni rajauksista. Tässä tutkielmassa käytän komediaa ja huumoria yläkäsitteinä naurattamaan pyrkiville tv-tuotteille. Borum Chattoo ja Feldman (2020, 62) tuovat esiin viisi eri medioituneen komedian lajia: dokumentin (*documentary*), käsikirjoitetun episodimaisen komedian (*scripted episodic tv*), satiiriset uutiset (*satirical news*), sketsihuumorin (*sketch*) ja stand-up:in. Tätä jaottelua hyödyntäen rajaan työni käsittelemään *käsikirjoitettua episodimaista komediaa* sekä *sketsihuumoria* ja pyrin rajaamaan poliittisen satiirin tarkasteluni ulkopuolelle. Tämä rajaus johtuu siitä, että poliittisen satiirin ulkopuolinen draamakomedia, juonelliset episodimaiset komediasarjat sekä huumoriin tai sketseihin nojaavat viihdeohjelmat ovat jääneet usein tieteellisessä tutkimuksessa poliittisen satiirin varjoon.

Kiinnostukseni on niissä ohjelmissa ja niiden ohjelmien tekijöissä, joita katsoessaan katsoja ei tietoisesti ajattelisi katsovansa poliittista tai poliittisia teemoja käsittelevää sisältöä.

Rajaukseni poliittisen satiirin ulkopuolelle on kuitenkin keinotekoinen. Zareff (2020, 22–23) määrittelee satiirin jotain kritisoivaksi ja kriittiseksi tavaksi katsoa maailmaa mutta huomauttaa, ettei satiiri itsessään ole kuitenkaan huumorin keino tai muoto. Zareffin mukaan poliittinen satiiri on satiirin alalaji, joka kritisoi huumorin keinoin julkista valtaa, vallankäyttöä ja vallankäyttäjiä. Zareffin mukaan poliittinen satiiri ei kuitenkaan ole oma genrensä, vaan sitä voi löytyä eri komediagenreistä kuten sitcomeista ja sketsisarjoista, eli toisin sanoen se ei rajoitu pelkästään johonkin tiettyyn Borum Chattoon ja Feldmanin (2020, 62) erittelemän medioituneen komedian lajiin. Vaikka ajatukseni onkin tässä tutkimuksessa keskittyä poliittisen satiirin ulkopuolista komediaa koskeviin käsityksiin, en kykene rajaamaan poliittista satiiria välttämättä kokonaan työstäni pois, eikä se välttämättä olisi edes tarkoituksenmukaista.

Seuraavassa luvussa esittelen näkökulmia, joilla poliittisen satiirin ulkopuolisen tv-komedian yhteiskunnallista roolia voi lähestyä. Näiden näkökulmien tarkoitus on osaltaan perustella sitä, miten tv-komedialla voidaan nähdä olevan yhteiskunnallinen rooli, ja niitä peilataan haastatteluaineistoon. Luvun kaksi päätteeksi esittelen myös tutkimuskysymykseni. Kolmannessa luvussa käyn läpi tutkielmani menetelmät, eli teemahaastattelun sekä laadullisen sisällönanalyysin. Käyn läpi haastateltavien valintaa, analyysin etenemistä sekä omia sidoksiani tähän tutkielmaan liittyen. Neljännessä ja viidennessä luvussa käyn läpi tutkielmani keskeisiä tuloksia ja löydöksiä. Johtopäätöksissä luvussa kuusi pyrin selvittämään, mitä tutkielmani tulokset tarkoittavat laajemmassa mittakaavassa.

2 LÄHESTYMISTAPOJA TV-KOMEDIAN YHTEISKUNNALLISEEN ROOLIIN

2.1 Poliittisesti relevantti tv-komedia

Tutkimukseni keskittyy poliittisen satiirin ulkopuoliseen tv-komediaan, jonka yhteys poliittisuuteen tai yhteiskunnallisuuteen voi joskus tuntua kaukaa haetulta.

Esimerkiksi mediatutkija Neil Postman on klassikkoteoksessaan *Huvitamme itsemme hengiltä* (1985) argumentoinut, että televisio ja viihde rapauttavat julkista keskustelua eikä televisiolla voi mitenkään olettaa olevan yhteiskunnallisia tehtäviä. Postman on kuitenkin jäänyt melko yksin ajatustensa kanssa. Esimerkiksi Williams ja Delli Carpini (2011, 114) nostavat esiin, kuinka usein juurikin populaarikulttuuri tuottaa vahvinta kritiikkiä yhteiskunnan instituutioita ja arvoja kohtaan.

Delli Carpini ja Williams esittivät jo vuonna 1994 (s. 75), että politiikan määritelmän pitäisi muodollisten politiikan instituutioiden, prosessien, asialistojen ja harjoitetun politiikan lisäksi sisältää myös politiikan perustan ja ideat, joihin koko politiikka ja hallinto perustuu, eli esimerkiksi ajatukset vallasta, tasa-arvosta ja oikeudesta. Tätä perustaa ja ideoita he kutsuivat politiikan kolmanneksi tasoksi. He kritisoiivat jo tuolloin, että suuri osa television vaikutusten tutkimisesta keskittyy vain sisältöihin, jotka käsittelevät politiikan instituutioita tai harjoitettua politiikkaa unohtaen kokonaan tämän politiikan niin sanotun kolmannen tason. Tämän voi huomata vielä tänäkin päivänä tv-komedian tutkimuksen ollessa edelleen vahvasti keskittynyt poliittiseen satiiriin, joka juurikin yleensä käsittelee joko politiikan instituutioita, sen henkilöitä tai harjoitettua politiikkaa.

Myös Valenius (2000, 168–169) käsittää poliittisen ja politiikan sen perinteistä määritelmää laajempaan, ja politiikka ja poliittinen sisältävät hänelle ”sellaisen inhimillisen toiminnan, jonka tulkitaan kyseenalaistavan ja/tai pyrkivän vaikuttamaan sekä muuttamaan vallitsevia käsityksiä ja arvostuksia yhteiskunnasta, sen sisäisestä järjestyksestä, jäsentensä välisistä suhteista, arjesta jne.”, mikä sopii erityisesti komedian kontekstiin. Kaikenlaisen huumorin voi ajatella haastavan

tieteellisiä ja sosiaalisia normeja aina jollain tavalla, kun se leikkii niillä naurun keinoin (Gray, Jones ja Thompson 2009, 8–9). Huumorin voi katsoa aina kannustavan kritiikkiin ja sen avulla voi käsitellä tehokkaasti monia vallan ja politiikan teemoja (emt., 11).

Valeniuksen mukaan (2000, 171) se, että huumorin avulla pystyy ”ylittämään rajoja” ja sanomaan asioita, mitä ei julkisesti muuten voisi sanoa, tekee poliittisen luennan komediaohjelmista mahdolliseksi. Hänen mukaansa (emt., 183) esimerkiksi tilannekomedioiden poliittisuus syntyy luennasta eli siitä, annetaanko niille katsomistilanteessa poliittisia merkityksiä. Tämä merkityksenantoprosessi ei välttämättä ole tietoista poliittista toimintaa. Poliittiseksi toiminnan voi hänen mukaansa tehdä jo se, että joillekin paitsioon jääneille asioille annetaan näkyvyyttä, luodaan uusia samaistumismalleja tai toimitaan ylipäätään paikkana avoimemmalle keskustelulle. Huumori tarjoaakin muista mediasisällöistä poiketen suhteellisen avoimen tilan kritiikille ja pohdiskelulle, joille voi joissain yhteiskunnissa olla vain vähän tilaa (Gray ym. 2009, 10). Lisäksi huumorin avulla voi esittää vapaammin yhteiskunnassa vaimennettuja mielipiteitä (Hietalahti 2015, 21). Myös Kolehmainen (2015, 43) toteaa, ettei huumori ole vain ”yhteiskunnallisten asioiden reflektointia”, vaan se kykenee myös tuottamaan yhteiskunnallisia kysymyksiä keskusteluun.

Politiikan voi katsoa laajentuneen perinteisten instituutioiden ulkopuolelle, minkä johdosta populaarikulttuurista on muodostunut ”julkisen keskustelun ja poliittisen vaikuttamisen näyttämö” sen lisäksi, että politiikka on viihteellistynyt ja poliitikot esiintyvät esimerkiksi viihdeohjelmissa (Valenius 2000, 170). Myös Delli Carpinin ja Williamsin (1994, 78) mukaan viihdeohjelmista on tullut hyvin tärkeä julkisen keskustelun paikka. Esimerkiksi vapaus, tasa-arvo, oikeudenmukaisuus ja identiteettiin liittyvät kysymykset ovat perustana monille poliittisille kysymyksille, ja samaan aikaan ne ovat monien viihdeohjelmien kuten komedian keskiössä (Williams ja Delli Carpini 2011, 113; myös Delli Carpini ja Williams 1994, 78). Tämän näkemyksen mukaan myös poliittisen satiirin ulkopuolinen tv-komedia käsittelee politiikkaa sen perusarvojen kautta.

Kaiken mediatoiminnan ja viihteen määrittelemineksi ei kuitenkaan ole toimiva ratkaisu, minkä vuoksi Williams ja Delli Carpini (2011, 122) ovat pyrkineet muodostamaan määritelmän poliittisesti relevantille medialle. Heidän mukaansa

”Politically relevant media shape opportunities for understanding, deliberating, and acting on (1) the conditions of one’s everyday life, (2) the life of fellow community members, and (3) the norms and structures of power that shape these relationships.”

Näin ollen poliittisesti relevantti media muokkaa mahdollisuuksia vaikuttaa, ymmärtää ja pohtia yksilön arkielämän olosuhteita, muiden yhteisön jäsenten elämää sekä vallan normeja ja rakenteita, jotka muokkaavat näitä suhteita. Mediaviestien poliittisuus on riippuvainen poliittisesta, yhteiskunnallisesta ja taloudellisesta ympäristöstä, jossa ne esiintyvät, eli laajemmasta diskursiivisesta ympäristöstä (Williams ja Delli Carpini 2011, 124–125). Jonkin sisällön poliittinen relevanttius ei ole itsestään selvää, vaan se on riippuvainen kontekstista: siitä mitä sisältö tekee ja mihin sitä käytetään, ja tästä voidaan aina keskustella (emt.). Poliittisen satiirin ulkopuoliseen tv-komediaan voidaan siis perustellusti yhdistää myöskin poliittisia ja yhteiskunnallisia sävyjä, joskin näiden sävyjen relevanttius on aina tilanteesta riippuvainen. Tämänkin vuoksi tekijöiden käsitykset ovat oleellisia ja mielenkiintoisia.

2.2 Televisiokomedian valta

Tv-komedian yhteiskunnallista roolia voi lähestyä ja perustella vallan näkökulmasta käsin. Näkökulmia valtaan on monia, ja median valtaa on usein lähestytty symbolisen vallan kautta. Symbolinen valta tapahtuu informoinnin ja viestinnän keinoin (Thompson 1995, 17). Symbolinen valta muodostaa tosiasioita maailmasta ilmausten kautta, ja saa näin ihmiset uskomaan, näkemään, vahvistamaan ja muuttamaan näkemyksiä maailmasta ja sen toiminnasta (Bourdieu 1991, 170). Media tarjoilee yleisölleen siis symbolimaailmaa, joka on tärkeässä osassa ihmisen asettumisessa yhteiseen sosiaaliseen todellisuuteemme (Seppänen ja Väliverronen

2012, 180). Symbolista valtaa tarkastellaan usein diskurssien eli vakiintuneiden ilmaisu-, ajattelu- sekä kielenkäytön tapojen kautta, jotka muokkaavat myös niiden kohteena olevia objekteja (Seppänen ja Väliverronen 2012, 103–105) sekä representaation käsitteen kautta, jonka mukaan kaikki mediatuotteet, kuten television komediaohjelmat, ovat ja koostuvat esityksistä, jotka näyttävät maailman tietyssä valossa ja tuottavat samalla tietoa kohteistaan (emt., 92–96). Bourdieu on kuvaillut (1999, 27–28) television katsojiin käyttämää symbolista valtaa hyvin haitalliseksi, sillä televisiolla on hänen mukaansa paljon sellaista valtaa, jota niin tuotanto kuin vastaanottoakaan ei välttämättä tiedosta. Tämän vuoksi hän kutsuu television valtaa symboliseksi väkivallaksi, jollaiseksi hän määritteli sellaisen symbolisen vallan, jossa ovat osallisena sekä sen kohde että käyttäjä niin, ettei kumpikaan osapuoli tiedosta tätä valtaa.

Symbolisen vallan käsitteen lisäksi tv-komedian valtaa voi tarkastella muistakin näkökulmista käsin, eivätkä nämä eri näkökulmat sulje toisiaan pois (Heiskala 2001, 243). Yhden tunnetuimman vallan teoretisoijan Max Weberin (1978, 53) mukaan valta on ihmisen, ryhmän tai instituution kyky tehdä oman tahtonsa mukaisesti niin, ettei muiden mahdollinen vastustus siihen vaikuta. Vallan mittarina toimii Weberin mukaan se, kuinka paljon oma tahto näkyy muiden toiminnassa. Tämän näkökulman mukaan valta on epätasaisesti jakautuva *resurssi*, jonka avulla muut saadaan toimimaan halutulla tavalla; kun toisen toimijan valta kasvaa, se vähentää automaattisesti toisella toimijalla olevaa valtaa. (Heiskala 2001, 242–243; ks. myös Kunelius, Noppari ja Reunanen 2010, 18–21.) Valta voi kuitenkin olla myös *kollektiivista*: eri tahojen valtaresurssit voivat toimia yhdessä molempia hyödyttäviin päämääriin pääsemiseksi, kuten esimerkiksi politiikkaverkostoissa tapahtuu (Heiskala 2001, 243). Kolmas vallan luonnehdinta on lähtöisin Michel Foucaultilta, joka näki vallan *rakenteellisena*. Rakenteellisen näkökulman mukaan yksilöt asettuvat rakenteiden synnyttämiin valtapositiioihin samalla niitä ylläpitäen. Resurssin sijaan valta nähdään tässä näkökulmassa suhteiden verkostona, joka vaikuttaa myös siinä toimivien yksilöiden identiteetteihin. (Heiskala 2001, 244–245.)

Perinteisesti puhuttaessa median vallasta valta kytketään usein journalisteihin, jotka tekevät päätöksiä uutisissa näkyvistä aiheista ja näkökulmista. Mediaesitysten

luominen ei kuitenkaan ole vain toimittajien vastuulla, vaan suuri osa mediatoiminnasta on jotain muuta kuin journalismia (Herkman 2001b, 218; myös Seppänen ja Väliverronen 2012, 185). Television viihde- ja komediaohjelmissa nämä tekijät ovat koomikoita, käsikirjoittajia, ohjaajia ja muita tuotannon jäseniä, jotka vaikuttavat valinnoillaan ohjelman sisältöihin. Journalistien tavoin he tekevät päätöksiä aiheista, rakentavat niille kehyksiä ja luovat samalla todellisuutta. Katsoja ei myöskään välttämättä erottele katsomaansa sisältöjä faktaan ja fiktion (Delli Carpini ja Williams 1994, 96), ja tämä jako tutkimuksessa johtaa usein television poliittisen merkittävyyden aliarvioimiseen (emt., 76). Tv-komedian tekijöitä voi myös ajatella ikään kuin tietynlaisina portinvartijoina ja näin merkittävänä vallanpitäjinä, ja tämän vuoksi heidän omia käsityksiään heidän rooliinsa liittyen on tärkeää tutkia.

2.3 Televisiokomedian vaikuttavuus

Valta käsitetään yleensä vaikuttamisena, ja tv-komedian yhteiskunnalliseen rooliin ja valtaan liittyvät olennaisesti käsitykset siitä, millaisia vaikutuksia tv-komedialla on. Vaikka teoriakatsaukseni lähteekin siitä ajatuksesta, että tv-komedia voi vaikuttaa katsojaan, ei lähtöajatukseni ole, että yksittäinen televisio-ohjelma voisi itsessään muuttaa maailmaa. Borum Chattoon ja Feldmanin (2020, 38) mukaan televisiokomedia kykenee pitkällä aikavälillä yhdessä muiden vaikuttimien kanssa vaikuttamaan esimerkiksi keskustelua tai huomiota herättämällä yleiseen mielipiteeseen, käytökseen tai yleiseen ilmapiiriin, ja tämä kehitys tapahtuu nimenomaan yleisöön eli katsojiin kohdistuvien vaikutusten kautta. Tällä ajatuksella lähestyn myös itse tv-komedian vaikutuksia tässä tutkimuksessa.

Median vaikutuksista käytävään keskusteluun liittyy olennaisesti se, mitä vaikutuksella tarkoitetaan. Sayre ja King (2010, 111) jaottelevat viihteellisen median vaikutukset kolmeen tyyppiin: psykologisiin vaikutuksiin, eli miten viihde voi vaikuttaa ajatuksiin ja mielipiteisiin erilaisista yhteiskunnallisista asioista, tietyistä ryhmistä tai itsestä; käytösvaikutuksiin, eli voiko viihde vaikuttaa käytökseen; ja fysiologisiin vaikutuksiin, johon kuuluvat muun muassa vaikutukset sykkeeseen,

hengitykseen tai jopa immuunijärjestelmään. Myös Kunelius (2003, 127–128) nostaa esiin neljä näkökulmaa tarkastella vaikutusta: kehen tai mihin vaikutus kohdistuu, missä tämä vaikutukseksi kutsuttu muutos tapahtuu, tarkoitetaanko vaikutuksella ylipäätään muutosta sekä millä ajanjaksolla vaikutusta tarkastellaan. Tässä maisterintutkielmassa tarkoitan vaikutuksella psykologisia tai käyttäytymiseen liittyviä vaikutuksia, jotka kohdistuvat yksilöihin ja sitä kautta esimerkiksi yleiseen mielipiteeseen. Muutos, johon vaikutuksella tähdätään, tapahtuu tiedon tasolla asenteissa, ja tätä kautta se voi vaikuttaa myös yksilön käytökseen. Vaikutus voi tarkoittaa muutoksen lisäksi myös esimerkiksi olemassa olevien asenteiden vahvistamista.

2.3.1 Maailmankuva

Yksilön maailmankuvaan kuuluvat muun muassa hänen käsityksensä maailmasta, luonnosta, avaruudesta, itsestä, suhteesta toisiin, yhteiskunnasta, kansasta, valtiosta sekä historiasta (Manninen 1977, 16–17). Kultivaatioteoria on yksi kuuluisimmista malleista, joilla television mahdollisia vaikutuksia yksilöön ja tämän maailmankuvaan on käsitelty. Sitä on hyödynnetty erityisesti väkivaltaisten televisio-ohjelmien kohdalla, ja teorian mukaan ohjelmien katsojille kasaantuvat vaikutukset ovat hyvin merkittäviä sekä pitkäaikaisia (Kunelius 2003, 145). Teorian pääkehittäjän George Gerbnerin mukaan televisio luo symbolisen ympäristön, jossa katsoja elää, ja tämän kautta se vaikuttaa yksilön maailmankuvaan ja näin koko yhteiskuntaan. Televisio ei teorian mukaan siis välttämättä vaikuta katsojaan suoraan esimerkiksi faktoilla, vaan se toistaa tiettyjä kuvia ja käsityksiä maailmasta, joiden kautta myös katsoja oppii maailmasta sekä muista ihmisistä. (Gerbner, Gross, Morgan ja Signorielli 1986.)

Kultivaatioteoriaa on kritisoitu paljon esimerkiksi liiasta yksinkertaistamisesta ja siitä, ovatko television välittämät sisällöt oikeasti niin yhtenäisiä kuin teoria olettaa, mutta esimerkiksi Sayre ja King (2010, 133–134) puolustavat kultivaatioteoriaa. Heidän mukaansa teoria ei tarkoita, että televisio voisi radikaalisti muuttaa yhteiskunnallisia näkökulmia, vaan televisio voi pikemminkin vakiinnuttaa yhteiskunnallisia rakenteita vahvistamalla olemassa olevia valtasuhteita ja

yhteiskunnallisia uskomuksia. Heidän mukaansa televisio, tv-komedia mukaan lukien, kultivoi ja muodostaa todellisuutta maailmasta, ja tästä todellisuudesta tulee kulttuurisesti hyväksytty, koska uskomme sen olevan totta.

Se, että tietyt asiat tai ihmisryhmät ovat komediassa aina naurun kohteena, voi luoda tällaisen samankaltaisen kuvien ympäristön, jonka perusteella katsoja muodostaa käsityksiä maailmasta tai vahvistaa olemassa olevia käsityksiään. Esimerkiksi Ford, Wenzel ja Lorion toteavat vuonna 2001 julkaistun tutkimuksensa tuloksissa, kuinka seksistiselle huumorille altistuminen vaikutti miesten seksismin sallimiseen ja sietoon varsinkin niiden miesten joukossa, joilla oli jo ennestään paljon negatiivisia käsityksiä ja stereotyyppioita naisista. Tämä seksistinen huumori loi tutkimuksen osallistujille käsityksen tietynlaisesta seksismin tason normista, ja näitä syntyneitä normatiivisia standardeja he käyttivät oman seksistisen käytöksensä arviointiin.

Kultivoinnin lisäksi televisiota on syytetty dominoivien ideologioiden tai vallitsevien asiaintilojen, *status quon*, vahvistamisesta (ks. myös Delli Carpini ja Williams 1994, 95). Ideologian käsite eroaa Mannisen (1977, 25) mukaan maailmankuvasta siinä, että maailmankuva on enemmän subjektiivinen käsite, joka jokaisella ihmisellä on ilman aktiivista työstämistä, kun taas ideologian hän näkee enemmän yhteiskunnallisena, useille yksilöille yhteisenä käsitteenä. Bourdieu käsitteli ideologiaa symbolisen vallan yhteydessä. Bourdieun (1991, 167) mukaan symbolinen tuotanto voi toimia dominoivan ideologian vallan välineenä välittämällä ja vahvistamalla yhteiskunnan niin sanottua dominoivaa ideologiaa katsojille. Lodziakin (1986, 37) mukaan televisio on vahvasti ideologinen väline, ja sen viestit tukevat yleensä hallitsevien ryhmien mielenkiinnon kohteita. Myös Fiske (1987, 21) on Lodziakin kanssa samoilla linjoilla: hänen mukaansa televisio voi uudelleen tuottaa hallitsevaa ajatusta siitä, mikä on todellisuutta ja miten todellisuus muodostuu. Toisaalta hän tuo myös esiin television kyvyn kyseenalaistaa tätä dominoivaa ideologiaa (emt., 84). Television ideologisen vaikutuksen luonne ei ole kovinkaan yksiselitteinen: se voi sekä haastaa että vahvistaa niin sanottua yhteiskunnassa vallalla olevaa dominoivaa ideologiaa.

Huumorikaan ei ole ideologioista vapaa. Holmin (2017, 6) mukaan uudet tavat vitsailla eli uudet huumorin muodot ovat myös uusia representaatioita maailmasta ja uusia tapoja, joilla katsoa maailmaa. Kukaan ei voi kieltää omia ideologisia sidoksiaan huumorin avulla, vaikka usein huumori saatetaan nähdä virheellisesti vastakkaisena ja jopa vahingollisena kaikille ideologioille (Gray ym. 2009, 8). Huumori ei siis ole väline, jolla ideologia voitaisiin pyyhkiä jotenkin pois. Huumori voi vahvistaa valtakulttuuria (Bergson 1994, 67) mutta myös kannustaa kritiikkiin vallan hallitsevia rakenteita kohtaan. Huumoria voivat käyttää sekä dominoivat että alistetut ryhmät hallitsevien ja niitä vastustavien voimien välissä. (Gray ym. 2009, 10.) Huumori on itse asiassa tehokas tapa hyökätä jotain vastaan, sillä huumoria vastaan on hankala nousta: huumoria arvosteleva voi saada esimerkiksi huonon maineen tosikkona (Billig 2005, 8).

Televisiokomedia voi välittämiensä kuvien kautta vaikuttaa myös katsojan minuuden ja identiteetin muodostumiseen, sillä median tarjoilema symbolimaailma on tärkeässä osassa ihmisen identiteetin rakentumisessa sekä asettumisessa yhteisesti jaettuun sosiaaliseen todellisuuteen (Seppänen ja Väliverronen 2012, 180). Kulttuuristen merkitysjärjestelmien, kuten kielellisten diskurssien ja ideologioiden kautta ihmiset omaksuvat käsityksiä siitä, keitä he ovat ja eivät ole, tai millaisia he voisivat tai haluaisivat olla. Mediakulttuurilla on näiden merkitysten muodostamisessa oleellinen rooli. (Herkman 2001a, 380–381.) Lodziakin (1987, 103) mukaan television ideologinen vaikutus perustuukin television katsojille tarjoamiin tekijäpositioihin, joista katsoja oppii tunnistamaan itsensä.

Yksilö voi tunnistaa itsensä myös vitsien tarjoamista tekijäpositioista. Lipposen (1996) tekemän tutkimuksen mukaan perhepiirissä kerrotut seksiin ja seksuaalisuuteen liittyvät vitsit sosiaalistivat nuoria patriarkaatin roolimalleihin hahmojen kehystämisen kautta, sillä samalla ne loivat käsityksiä siitä, keitä he ovat ja keitä he eivät ole. Nämä vitsit määrittivät negatiivisten ominaisuuksien kautta, millaista on miehen ja naisen oikea, hyväksyttävä seksuaalisuus ja maskuliinisuuden hyväksytyt ominaisuudet. Jos esimerkiksi nainen oli miehen tapaan seksuaalisesti itsenäinen ja aktiivinen, hänet esitettiin huonomaineisena, kuten huorana, seksuaalisilta tavoiltaan naurettavana tai miehen kannalta mahdottomana

seksikumppanina, kuten nunnana. (Lipponen 1996, 227–237.) Toisaalta televisiokomedian humoristisuus mahdollistaa katsojalle itsensä tunnistamisen hänelle tarjotuista tekijäasemista toisin tavoin. Herkmanin (2001a, 381) sanoin huumori ”saattaa minäprosessimme leikkiin, jossa kiinteät määritelmät menettävät merkityksensä”. Herkmanin mukaan huumorin avulla yksilö voi olla hetken ”se toinen”, mikä voi rapauttaa tai vahvistaa perinteisiä asetelmia riippuen siitä, halutaanko erontekoa murtaa vai vahvistaa.

Itseen liittyvien käsitysten lisäksi televisiokomedia voi vaikuttaa ihmisten käsityksiin muista ja näin sekä yhdistää että erottaa ihmisiä toisistaan. Huumori voi aiheuttaa yhteisöllisyyttä ja sitä kautta synnyttää myös kuviteltuja yhteisöjä esimerkiksi silloin, kun ihmiset jakavat komediasketsejä sosiaalisessa mediassa (Borum Chattoo ja Feldman 2020, 52). Nämä yhteisöt voivat toimia kimmokkeena epäoikeudenmukaisuuksiin tarttumiselle (Zareff 2020, 176). Borum Chattoon ja Feldmanin (2020, 54) mukaan komedia voi myös vahvistaa kollektiivisia identiteettejä ja voimauttaa marginaaliryhmiä, jos komediassa annetaan näkyvyyttä aliedustetuille ryhmille ja paljastetaan epätasa-arvoa.

Yhteisöjen muodostamisen lisäksi televisiokomedia voi erottaa ihmisiä ja tehdä näkyväksi eroja ihmisten välillä. Huumoria voidaan käyttää tekosyynä loukata ja sillä voidaan satuttaa (Kuipersin 2015, 9). Pelkästään nauru voidaan nähdä arvolatautuneena ilmauksena, sillä se viestii, ettei naurun kohde ole niin sanotusti kunnossa (Hietalahti 2015, 26). Henri Bergson (1994, 9–10) on tunnetusti todennut, että huumori vaatii ”sydämen vaivuttamista anestesiaan”. Tällä hän tarkoittaa sitä, että löytääkseen huumoria toisen ihmisen tilanteesta, on välttämätöntä suhtautua heihin ilman sympatiaa ja olla kiinnittämättä huomiota siihen kärsimykseen tai nöyryytykseen, mikä heille voi huumorista aiheutua. Kuipersin (2015, 9–10) mukaan esimerkiksi etnisen vitsin kertominen voi olla tapa viihdyttää ja tuoda keskusteluun etniseen ryhmään liittyviä herkkiä teemoja, mutta samalla sen tarkoituksena voi olla tuoda esiin negatiivisia asenteita tätä etnistä ryhmää kohtaan. Tämä voi tapahtua esimerkiksi loukkaavan ilmaisun kautta varsinkin, jos kyseisen ryhmän edustajia on paikalla. Vitsin tarkoituksena voi siis olla myös vahingoittaminen ja kyseisen ryhmän edustajien rajaaminen ulkopuolelle.

Televisiokomedia voi siis yhdessä muiden mediatekstien kanssa kultivoida katsojille tietynlaista kuvaa maailmasta, vahvistaa tai haastaa yhteiskunnassa vallitsevia ideologioita, antaa rakennuspalikoita ihmisen minuuden muodostamiseen ja sekä yhdistää että erottaa ihmisiä toisistaan. Tämä prosessi voi tapahtua tekijästä riippumatta, eli oli se sitten tiedostettua tai tiedostamatonta, ja tämän vuoksi tv-komediantekijöiden käsityksiä aiheesta on tärkeää tutkia.

2.3.2 Huomion suuntaaminen

Median vaikutuksia on vaikutustutkimuksen suuntauksessa tutkittu *agenda-setting* -, *kehystäminen*- ja *priming*-käsitteiden kautta, jotka sopivat myös televisiokomedian kontekstiin. *Agenda-setting* -teorian mukaan media kykenee vaikuttamaan huomiota suuntaamalla siihen, mitä asioita ihmiset pitävät tärkeinä ja ylipäättään huomion arvoisina. Manuel Castellsin (2009, 203–204) mukaan *agenda-setting* -teoria perustuu ajatukselle, että viestin lähettäjä, kuten tutkielmani tapauksessa komediaohjelman tekijä, antaa ohjelman käsittelemälle asialle relevanttiuden leiman käsittelemällä sitä, ja tämän johdosta myös yleisö kokee tämän asian tärkeäksi. Media voi määritellä sitä, mistä puhutaan, mitä asioita nostetaan esille ja mistä asioista ihmisille muodostuu mielipiteitä (Kunelius ym. 2010, 50; Sayre ja King 2010, 123). Näin myös televisio kykenee määrittelemään puheenaiheita (ks. Bourdieu 1999, 72).

Myös huumori käyttää *agenda setting* -valtaa nostamalla väistämättä tiettyjä asioita julkisuuden valokeilaan ja lisäämällä aihevalinnoillaan mielikuvia tiettyjen asioiden tärkeydestä yleisön keskuudessa. Tätä Zareff (2020, 167–172;175) käsittelee poliittisen satiirin kontekstissa ja korostaa, kuinka valtaa on myös jättää joku huomiotta ja kyseenalaistamatta huumorin avulla. *Noin Viikon Uutisten* studioyleisöllä toteuttamansa kyselytutkimuksen perusteella Zareff päätteli, ettei satiirin vallassa ole oikeastaan kyse siitä, mistä asioista ihmiset tietävät, vaan mistä katsojat tuntevat tietävän eniten ja mitä asioita he pitävät tärkeinä. Tämä taas voi vaikuttaa siihen, miten katsojat mahdollisesti ryhtyvät konkreettisiin toimiin jonkin

asian puolesta. Tämä näkemys soveltuu myös televisiokomediaan poliittisen satiirin ulkopuolella: samalla tavalla kuin poliittinen satiiri myös sen ulkopuolinen komedia voi nostaa esiin yhteiskunnassa ajankohtaisia teemoja tai aiheita ja jättää toiset aiheet huomioimatta. Lisäksi huumorin herättämät positiiviset tunteet, jotka voivat syntyä esimerkiksi huumorin oivaltamisesta, voivat lisätä huumorin aiheeseen kohdistuvaa huomiota ja asian muistamista (Borum Chattoo ja Feldman 2020, 42).

On kuitenkin hyvä tiedostaa, ettei televisiokomedia muiden medioiden tapaan ole muusta yhteiskunnasta riippumaton, vaan se seurailee julkisuudessa muutenkin vallalla olevia puheenaiheita (Kunelius ym. 2010, 398). Castellsin (2009, 205–206;208) mukaan media-ammattilaiset arvottavat tiettyjen teemojen tärkeyttä ja näkökulmia valtionjohdon tiedonantojen ja keskustelujen mukaan. Tämä pätee myös televisiokomedian kohdalla, joka voi ammentaa aiheitaan muuten julkisuudessa pinnalla olevista tai muuten maailmalla tapahtuvista ajankohtaisista teemoista ja keskusteluista. Toisaalta on tärkeää muistaa, että nämäkin ovat niitä valintoja, jotka antavat toisille aiheille tilaa samalla, kun toiset jäävät taka-alalle.

Tämän päivän lukuisten eri alustojen pirstaloimassa mediamaisemassa on kuitenkin lukuisia eri esityslistoja, joista ei välttämättä enää muodostu kaikille yhteistä asialistaa, vaan *agenda-setting* -teorian kaltaiset vaikuttamisen prosessit ovat paljon monimutkaisempia (Bennet ja Pfetsch 2018, 249). Varsinkin television kohdalla yleisöt ovat tänä päivänä hyvin fragmentoituneet, eli ihmiset eivät enää kokoonnu suurin joukoin katsomaan suoria lähetyksiä, vaan ovat hajautuneet eri suoratoistopalveluiden pariin katsomaan niitä ohjelmia, joita haluavat ja milloin haluavat. Tämän vuoksi televisio ja sen sisällöt eivät enää välttämättä kykene luomaan esimerkiksi yhteisiä puheenaiheita tai toimimaan yhteisenä kulttuurisena foorumina ihmisille. (Lotz 2014, 33;38–39.) Toisaalta komediaohjelmista leikatut klipit voivat tänä päivänä lähteä leviämään sosiaaliseen mediaan ja tavoittaa sieltä uusia yleisöjä (Lotz, 2014, 75–76), mutta toisaalta näiden klippien mahdollisesti saamat uudet kontekstit ja merkitykset eivät ole silloin enää tekijän hallussa.

Aiheiden lisäksi näkökulmat aiheisiin ovat keskeisiä, ja median vaikutustutkimuksen piirissä näiden näkökulmien valinnan valtaa kutsutaan *priming*-efektiksi. *Priming*-

efektin mukaisesti media voi muokata näkökulmia, joita ihmiset ottavat huomioon arvioidessaan eri asioita. Media voi siis viestiä jonkin näkökulman olevan olennainen jotain tiettyä asiaa tai toimijaa arvioitaessa. (Castells 2009, 204.) Myös Zareff (2020, 176;180;186;189) viittaa priming-efektiin käsitellessään poliittista satiiria, ja sanoo näkökulmittamiseen liittyvän vallankäytön olevan usein piilossa. Zareff vertaa näkökulman valintaa puolen valitsemiseen, ja huomauttaa näiden näkökulmien valintojen ohjaavan myös yleisöä sekä normalisoivan tiettyjä tapoja, käytänteitä ja asenteita. Hän kuitenkin myös lisää, ettei valittu näkökulma ole välttämättä loppujen lopuksi se, minkä katsoja itselleen poimii (emt., 194–195), vaan yleisöt voivat ennen kaikkea löytää sisällöistä vahvistusta omille ajatusmalleilleen (emt., 196).

Kolmas olennainen vaikutustutkimuksen käsite on *kehystäminen*, joka vaikuttaa yleisön asenteisiin ja tapaan, joilla asioista puhutaan (Kunelius ym. 2010, 50–51). Kehystämisessä valitaan ja korostetaan tiettyjä faktoja sekä tapahtumia ja luodaan niiden välille yhteyksiä, jolloin tuetaan tietyn tulkinnan syntymistä (Castells 2009, 204). Tänä päivänä on kuitenkin huomattava, että ihmiset voivat tuottaa ja valita itse näitä kehyksiä omien sosiaalisten verkostojen kautta, ja perinteisen median rooli tässä on pienentynyt (Bennet ja Pfetsch 2018, 248).

Komediassa tällaista kehystämistä voidaan tehdä esimerkiksi eri vähemmistöjen edustajille stereotyyppien kautta. Stuart Hallin (1999, 190–191) mukaan stereotyypeillä ihmisen ominaisuuksia pelkistetään, liioitellaan, yksinkertaistetaan ja jähmetetään samalla, kun niillä tehdään näkyväksi eroja hyväksyttävän normaalin ja epänormaalin välille. Stereotyyppien avulla pidetään yllä sosiaalista ja symbolista järjestystä, joissa ihmiset ovat eriarvoisissa asemissa. Herkman (2001b, 221–222) jatkaa, että stereotyyppinä pidetään yleensä epänormaaleina ja joinain muina, minkä perusteella heidät voidaan sulkea ulkopuolelle esimerkiksi vallan keskuksista. Stereotyypeillä voidaan myös oikeuttaa jonkun ryhmän marginalisointia yhteiskunnassa (Hansen ja Cooke-Jackson 2010, 264). Stereotyyppit ovat siis tietynlaisia eri ihmisryhmien ja -tyyppien kehystämisen tuloksia.

Huumori on kuitenkin aina myös keino saada vanhat merkitykset epävakaalle pohjalle, minkä seurauksena vanhoja stereotyyppioita voidaan uudistaa (Herkman

2001a, 378). Huumorin avulla stereotyyppioille voidaan nauraa, kyseenalaistaa niiden valtasuhteet ja tehdä ne ylipäättään näkyviksi (Herkman 2001b, 224–225). Grayn ym. (2009, 9) mukaan huumoriin sisältyy aina potentiaali normien kritiikille. Tämä prosessi voi olla tiedostamaton, mutta huumori tarjoaa Grayn ym. mukaan aina ainakin potentiaalisesti mahdollisuuden vieraantumiseen ja maailman näkemiseen uusin silmin. Herkmanin (2001a, 378) mukaan usein on kuitenkin riskinä, että etenkin valtakulttuurin esittäessä vähemmistöstereotyyppioita niitä vahvistetaan ja uusinnetaan purkamisen sijaan. Tästä hyvä esimerkki on jo johdannossa mainitsemani nunnuka-sketsit, joissa leikiteltiin saamelaisiin kohdistuvilla stereotyyppioilla juopotellen ja saamelaispukuihin pukeutuen. Vaikka ohjelman tekijät ovat kertoneet halunneensa vain ravistella stereotyyppioita, ohjelman on koettu enemmänkin vahvistaneen niitä rasistisiksi tulkituilla sketseillä (ks. Rytsä, 2007). Lipponen (1996, 236) myös kyseenalaistaa, saavatko normaalista rajatut ryhmät ääntään koskaan kunnolla kuuluville, sillä esimerkiksi miehistä ei ole olemassa blondivitsien kaltaisia hahmoja.

Vaikka televisiolla ei olisi suoria ja mitattavia vaikutuksia katsojiin, televisiosisältöjen mahdollisuus kannustaa katsojia ajattelemaan ja puhumaan on merkittävä (Klein 2011, 909; ks. myös Borum Chattoo ja Feldman 2020, 41–42). Borum Chattoon ja Feldmanin (2020, 38) mukaan se, että sketsishow't ja komediasarjat voivat herättää huomiota, keskustelua, antaa näkyvyyttä sekä muuttaa kehystämisen kautta tapoja, joilla ihmiset suhtautuvat yhteiskunnallisiin teemoihin tai ylipäättään ajattelevat niitä, voi pitkässä juoksussa yhdessä muiden tekijöiden kanssa muuttaa yleistä mielipidettä, kulttuurista käytöstä tai ilmapiiriä.

Huomionarvoista televisiokomedian kohdalla on, että huumori on parempi keino herättää toivoa ja myötätuntoa kuin ilman huumoria esitetty vakava, jopa masentava tieto (Borum Chattoo ja Feldman 2020, 46). Esimerkiksi uutismedia epäonnistuu usein viestimään ilmastonmuutoksesta tavalla, mikä saisi ihmiset kiinnostumaan siitä (emt., 89). Borum Chattoo ja Feldman (2020, 101) havaitsivat omassa tutkimuksessaan, että komediavideot ilmastonmuutoksesta saivat aikaan katsojissa enemmän toivoa kuin ilmastonmuutosta käsittelevä uutisvideo. Komediovideot antoivat katsojille nautintoa, minkä vuoksi he olivat todennäköisimmin etsimässä

lisää tietoa ja keskustelemassa ilmastonmuutoksesta. Samankaltaisiin tuloksiin he päätyivät toisessa tutkimuksessaan (emt., 122), jonka mukaan köyhyyttä käsitelleen komediallisen dokumentin katsojat tunsivat tietävän aiheesta enemmän, saavuttivat enemmän tosiasioihin perustuvaa tietoa ja olivat todennäköisemmin ryhtymässä toimenpiteisiin taloudellista epätasa-arvoa vastaan esimerkiksi vapaaehtoistyöllä tai adressin allekirjoittamalla, kuin vakavan dokumentin katsoneet. Tv-komedia ei siis ole vain viihdettä, vaan se voi olla tehokas tapa viestiä ihmisille yhteiskunnallisista teemoista, tarjota uusia näkökulmia ja kannustaa jopa toimintaan.

2.3.3 Televisiokomedian suostuttelevuus

Tv-komedialla voi katsoa olevan erityisiä suostuttelevia ominaisuuksia, minkä vuoksi sen yhteiskunnallisen roolin pohtiminen on erityisen tärkeää. Viihteellisyys ja huumori vetävät katsojaa sisällön puoleen, ja erityisesti ne voivat vetää puoleensa sellaisia ihmisiä, joiden ajatukset muuten olisivat konfliktissa sisällön välittämien ajatusten kanssa (Borum Chattoo ja Feldman 2020, 45). Komediallisuus voi laskea vastustusta näille sisällön viesteille: vitsin prosessointi argumentin prosessoinnin sijaan voi laskea kykyä vasta-argumentoida (Young 2008, 134), ja huumorin herättämien positiivisten tunteiden vuoksi yleisö voi olla halukkaampi katsomaan jotain heitä häiritsevää sisältöä, kuten homoavioliittoa, huumorikontekstissa (Borum Chattoo ja Feldman 2020, 45). Sisällön aiheuttama nautinto voi auttaa yksilöitä käsittelemään aiheita tai teemoja, joita he eivät muuten välttämättä uskaltaisi käsitellä (Moyer-Gusé 2008, 418). Nautinnon hakeminen voi myös vähentää halukkuutta vasta-argumentointiin, kun nautintoa ei haluta pilata arvioimalla väitteiden todenperäisyyttä (Young 2008, 124; Moyer-Gusé, Mahood ja Brookes 2011, 767). Ylipäätään sisällön viihteellisyys voi laskea sisällön välittämiin viesteihin varauksella suhtautumista ja lisätä viestien suostuttelevuutta (Borum Chattoo ja Feldman 2020, 47).

Tarinallisella rakenteella on keskeinen rooli suostuttelevuudessa. Tarinallisuus vähentää katsojan käsitystä siitä, että hänelle välitetyt viestit olisi tarkoitettu suostuttelemaan, mikä vähentää viestien vastustusta (Moyer-Gusé 2008, 415). Borum

Chattoon ja Feldmanin (2020, 66) mukaan episodimaisen television tarinankerronta sitouttaa katsojat ja syventää kauden kuluessa heidän suhdettaan hahmoihin varsinkin, jos katsojat nauravat show'n hahmojen kanssa (ks. myös Moyer-Gusé 2008, 409). Carpenter ja Green (2012, 170) käyttävät termiä *transportation*, vapaasti suomennettuna kuljetus, sitoutuneisuuden sijaan. Heidän mukaansa tässä kuljetuksessa katsoja unohtaa ulkopuolisen maailman, keskittyy syvästi kertomukseen ja uppoutuu tarinan maailmaan, minkä vuoksi hän voi olla haluton kyseenalaistamaan tarinan todenperäisyyttä. Heidän mukaansa *transported individuals*, narratiiviin kuljetetut yksilöt eivät yleensä halua häiritä kokemustaan kritisoidulla tarinalla tai kyseenalaistamalla sen tosielämän pätevyyttä. Lisäksi syvä keskittyminen kertomuksen tapahtumiin voi vähentää tarinan väitteille vastargumentointia, koska suurin osa yksilön henkisistä voimavaroista on omistettu tarinan kuvittelemiseen (emt., 174).

Tarinan hahmot ovat tärkeä osa tätä sitoutuneisuuden prosessia. Narratiivin lisäksi katsoja sitoutuu hahmoihin ja on vuorovaikutuksessa niiden kanssa monin tavoin, kuten identifioitumalla heihin (Moyer-Gusé 2008, 409–411; 416–419). Nämä kaikki voivat auttaa katsojaa kyseenalaistamaan omia mielipiteitään ja altistumaan viestien suostuttelevuudelle. Moyer-Gusé (2008, 419–420) ehdottaakin, että normien kanssa ristiriidassa olevat hahmot voivat kyetä muuttamaan katsojan käsityksiä normeista, koska esimerkiksi katsojan muodostama parasosiaalinen suhde vastanormeja ilmaisevien hahmojen kanssa vahvistaa sisällön suostuttelevia vaikutuksia. Lisäksi hän toteaa, että hahmojen tuttuus ja heihin luottaminen ovat tekijöitä, jotka voivat vähentää katsojan tarvetta muodostaa vastaväitteitä sisällölle (emt., 416).

Tätä ilmiötä ovat tutkineet komedian kontekstissa esimerkiksi Collins, Elliot, Berry, Kanouse ja Hunter (2003). He tutkivat kondomin tehokkuutta koskevien väitteiden vaikutusta teineihin *Frendit*-televisiosarjan kautta, jonka yhdessä jaksossa sarjan hahmo tulee raskaaksi kondomin käytöstä huolimatta. Tutkijat päättelivät, että televisio on hyvä tapa seksuaalikasvattaa nuoria yhdessä vanhempien kanssa näyttämällä heille samaistuttavien seksuaalisesti aktiivisten yksilöiden kokemuksia, ja tämä voi olla tehokkaampaa kuin esimerkiksi perinteinen luokkahuoneopetus.

Borum Chattoo ja Feldman (2020, 46) kuitenkin huomauttavat, että vaikka komedia voi vähentää katsojan vastustusta suostutteleville viesteille, se ei kuitenkaan suoraan tarkoita, että komediolla olisi suostuttelevia vaikutuksia. Se, että katsoja katsoo komediaohjelmaa juurikin komediaohjelmana, voi aiheuttaa sen, ettei katsoja pidä ohjelmaa vakavasti otettavana tai tärkeää tietoa jakavana (Nabi, Moyer-Gusé ja Byrne 2007, 49; ks. myös Potter ja Warren 1998, 41). Moyer-Gusén, Mahoodin ja Brookesin (2011) tekemän tutkimuksen mukaan ne katsojat, joille vahinkoraskauteen liittyvät juonenkäänteet esitettiin huumorin kanssa, olivat todennäköisemmin taipuvaisia harrastamaan suojaamatonta seksiä verrattuna niihin katsojiin, joilta kyseiset vahinkoraskauteen liittyvät vitsit oli leikattu pois niin, että muu raskauteen liittymätön huumori oli videoon jätetty. Tutkijat päättelivät, että suoraan käsiteltävään aiheeseen liittyvä huumori voi trivialisoida aihetta. Aiheeseen liittymätön huumori ei kuitenkaan trivialisoitumista aiheuttanut, minkä vuoksi huumori tulisi heidän mukaansa nähdä hyvänä työkaluna vetää katsojia jonkun tietyn sisällön tai aiheen puoleen.

Tämä puoleensa vetäminen ja huomion kiinnittäminen voi itse asiassa olla jopa tärkeämpää kuin komediasisällön suostuttelevuus. Se, että komedia houkuttelee katsojia sisällön pariin ja vähentää vastustusta herkille tai katsojan ajatusmaailman kanssa yhteensopimattomille aiheille, voi olla tärkeä aiheisiin sitoutumisen kannalta. (Borum Chattoo ja Feldman 2020, 47.) Komedia voi olla parempi tapa kiinnittää huomiota kuin muuttaa käytöstä, mutta tästä huolimatta komedia voi myös vaikuttaa käytökseen ja suostutella: se riippuu Borum Chattoon ja Feldmanin (emt., 58) mukaan täysin komediasta itsestään ja yleisöstä, joita se saavuttaa. Erilaisilla komedian muodoilla voi heidän mukaansa olla erilaisia tehtäviä ja ne voivat saada aikaan erilaisia reaktioita yleisössä. Nämä kaikki näkökannat argumentoivat sen puolesta, että myös poliittisen satiirin ulkopuolisella tv-komediolla voi olla merkittävä yhteiskunnallinen rooli, ja tekijöillä on vaikutusta sen muodostumiseen.

2.4 Katsojan rooli

Televisiokomedian yhteiskunnallista roolia tarkastellessa katsoja ei ole vain passiivinen kohde tai sivustaseuraaja, sillä televisiokomedian mahdollinen valtasikä vaikutusprosessi katsojaan ei ole yksisuuntainen. Castells (2009, 32) huomauttaa vallan olevan suhde, jossa valtasuhteen toisella osapuolella on aina mahdollisuus vastustaa valtaa. Jokaisessa valtasuhteessa on oltava mukana myös alistumista vallan alle, jotta valtasuhde toimii. Kun vallan vastustus nousee suuremmaksi kuin vallan hyväksyntä, vallakas toimija menettää valtansa.

Katsojalla on vaikutusta siihen, miten televisiokomedia häneen loppujen lopuksi vaikuttaa, sillä katsojat lukevat ja tulkitsevat aktiivisesti mediatekstejä passiivisen kuluttamisen sijaan (esim. Kunelius 2003, 236). Vaikka television mediatekstin, kuten komediaohjelman, rakenne voi yrittää rajoittaa sen tulkinnan vain yhteen tapaan, erilaiset tulkinnat ovat silti aina mahdollisia (Fiske 1987, 93). Tämä monimerkityksellisyys pätee erityisesti huumorin kohdalla. Huumoria ei pystytä käsittelemään ja tulkitsemaan eri tilanteissa aina samalla tavalla, vaan sen tulkinta riippuu aina yksilöstä (Holm 2017, 84). Näin ollen televisiokomediaa voidaan oikeastaan tulkita yhtä monella eri tavalla kuin on katsojia, eikä tätä tulkintaa voida oikeastaan hallita tai edes ennustaa.

Katsoja tulkitsee television viestit aina niin, että ne sopivat häneen omaan viitekehukseensa (Lodziak 1986, 30–31), mikä koostuu lukuisista eri tekijöistä kuten sukupuolesta, iästä ja tulotasosta yhteisöllisiin identiteetteihin (Kunelius 2003, 237). Fiske (1987, 82–83) mukaan katsojan tulkitessa televisiota, tämän oma diskurssi käsiteltävästä aiheesta kohtaa tekstissä ylläpidetyn diskurssin. Kun nämä diskurssit ovat eri mieltä tai niillä on erilaiset lähtökohdat ja näkökulma käsiteltävään asiaan, syntyy lukijalle diskurssien konflikti. Lukijan oma diskurssi on yleensä vahvempi kuin tarjottu diskurssi, jolloin mediateksti ei muuta lukijan käsitystä aiheesta. Myös Hietalan (1993, 156–157) mukaan katsojat ovat taipuvaisia ymmärtämään oman ajatusmaailmansa kanssa yhteensopivia viestejä ja hylkäämään sen kanssa ristiriitaiset viestit: vaikka katsoja ymmärtäisikin hänelle annetun viestin

merkityksen, hänellä on valta olla hyväksymättä sitä. Katsoja voi pyrkiä välttelemään oman ajatusmaailmansa vastaista informaatiota, havainnoida vain oman ajatusmaailman kanssa yhtenäisiä ajatuksia ja asenteita tai vähätellä ristiriitaa aiheuttavia sisältöjä (Sayre ja King 2010, 121–122; myös Kunelius 2003, 138).

Lisäksi katsojan tekemään tulkintaan vaikuttaa tilanne, jossa hän sisältöä kuluttaa (Kunelius 2003, 237). Televisio tulee aina meidän luoksemme sekä meidän kulttuuriseen tilaamme esimerkiksi olohuoneeseen, ja näin se tulee osaksi meidän diskurssejamme (Fiske 1987, 74). Televisio eroaa siis esimerkiksi elokuvateatterista, joka on katsojalle vieras paikka (emt.). Tänä päivänä television katsojilla on ennennäkemättömät valintojen mahdollisuudet sekä kontrolli omaan katsomiskokemukseensa, sillä he voivat katsoa televisiota milloin haluavat ja miltä laitteelta haluavat (Lotz 2014, 35; myös Castells 2009, 96). Viimeisten vuosien ja vuosikymmenten aikana valtaa on valunut entistä enemmän katsojille erilaisten videonauhureiden, kaukosäädinten, kaapeliverkkojen (Lotz 2014, 26) ja viimeisimpänä eri suoratoistopalveluiden kautta. Televisiokomedian vaikuttavuus ja tekijöiden valta ei siis ole kovin yksiselitteistä, vaan katsojalla on tässä prosessissa oleellinen rooli.

2.5 Komediantekijän vastuu

Tutkimuksessa on siis usein esitetty, että tv-komedia voi vaikuttaa ja sillä voi olla katsojaan valtaa. Valtaan kuuluu olennaisesti myös vastuu, ja erilaiset käsitykset vallasta voivat heijastua myös käsitykseen vastuusta. Kuten aiemmin todettu, mediavalta on perinteisesti yhdistetty journalisteihin, mutta samalla tavalla se koskee muitakin mediaesitysten luoja (esim. Herkman 2001b, 218) kuten komediantekijöitä. Vastuun osalta journalistien ja komediantekijöiden rinnastaminen ei kuitenkaan toimi samalla tavalla, sillä journalisteihin ja komediantekijöihin kohdistetaan erilaisia odotuksia: komediantekijöitä eivät sido journalistiset normit, objektiivisuuden ihanteet tai odotukset tiedon tuottamisesta (Peifer 2012, 269–270). Komedista ja uutistuotannosta voidaan kuitenkin löytää monia yhteisiä piirteitä (emt., 270): niitä välitetään samalla tavalla joukkoviestintävälineen eli television kautta, ja ne

molemmat kärsivät, jos niitä sensuroidaan tai alistetaan valtiovallan tai muiden tahojen intresseille. Journalismin tapaan komedian voi ajatella toimivan parhaiten, kun se saa vapaasti etsiä ideoita, kyseenalaistaa ja kritisoida (emt.).

Huumorin vastuusta ja rajoista ei ole olemassa mitään yleispätevää määritelmää tai luonnehdintaa, vaan niitä ovat sitoneet maalaisjärkeen tai yleiseen ymmärrykseen nojaavat periaatteet (Peifer 2012, 268–269). Keskustelussa huumorin vastuusta tai etiikasta esiintyy usein käsityksiä huumorin sensuroinnista, sääntöjen tekemisestä tai monitulkintaisuuden vähentämisestä (emt.). Yksi tapa lähestyä komedian vastuuta onkin libertaristinen näkökulma. Tämä John Miltonin ajatuksista kehittynyt käsitys nojaa siihen, että ihmiset ovat lähtökohtaisesti järkeviä hyviä, ja tämän vuoksi täysi ilmaisunvapaus johtaa totuuden ja hyvän saavuttamiseen (Sayre ja King 2010, 252). Tämän näkökulman mukaan komedian täytyisi siis olla ennen kaikkea vapaa, ja tämä vapauden toteutuminen johtaa automaattisesti hyvään.

Toinen tapa lähestyä vastuuta on globaalien yhteiskunnallisen vastuun teoria (*global social responsibility theory*), jota Peifer (2012) on hyödyntänyt poliittisen huumorin rajojen tutkimiseen. Globaalien yhteiskunnallisen vastuun teoria on jatkokehitelmiä Yhdysvalloissa alkunsa saaneesta yhteiskunnallisen vastuun teoriasta (*social responsibility theory*), jonka mukaan median tulisi palvella niin sanottua yhteiskunnallista hyvää ja sen arvoja ja tarpeita liike-elämän tai valtionjohdon tarpeiden sijaan (Christians ja Nordenstreng 2004, 3–4). Christians ja Nordenstreng (2004, 20) ovat kehittäneet tätä käsitettä eteenpäin ja laajentaneet sen universaaliksi, globaaliksi malliksi, jossa ammattietiikka laajenee kansalaisetiikaksi. Heidän mukaansa ihmisillä on velvollisuus tuoda esiin asiat, joita itse suosivat ja mitkä jollain tavalla edistäisivät yhteistä kansalaisuutta (emt., 24). Tähän malliin kuuluu heidän mukaansa kolme peruseriaatetta, jolla median vastuuta voi lähestyä: *ihmisarvon kunnioitus, totuuden kertominen ja vahingon tuottamisen välttäminen*. Nämä yleiset periaatteet muodostuvat heidän mukaansa erilaisille kulttuureille yhteisistä periaatteista ja arvoista, ja niiden taustalla ja perustana on ajatus elämän pyhydestä (emt., 21). Nämä yleiset periaatteet eivät kuitenkaan heidän mukaansa sulje pois niitä eroja, joita ihmisten ajattelussa voi olla (emt., 24).

Tätä globaalin yhteiskunnallisen vastuun teoriaa Peifer (2012, 271–273) on hyödyntänyt poliittisen huumorin rajojen ja vastuun tutkimiseen, mikä avaa sovelluskulman tämän tutkielman viitekehyksessä poliittisen satiirin ulkopuolisen tv-komedian tekijöiden vastuun tarkasteluun. *Ihmisarvon kunnioituksen* periaate ei komedian kontekstissa tarkoita sitä, ettei tv-komediassa saisi nauraa kenellekään, vaan että komedia ei leikittelisi piittaamattomasti stereotyyppioilla tai vähemmistöjen kustannuksella, pilkkaisi tai suhtautuisi muihin alentavasti (Peifer 2012, 271–272). *Vahingon tuottamisen välttämisen* periaatteen osalta on hankala muodostaa absoluuttista totuutta ja yksimielisyyttä siitä, mikä aiheuttaa harmia ja mikä ei, mutta sen voi tv-komedian kohdalla ajatella tarkoittavan tarpeetonta, julmaa nauramista viattomille ihmisille (Peifer 2012, 273–274).

Nämä kaksi periaatetta ovat linjassa Hietalahden (2015, 25–31) esittämien hyvän huumorin luonnehdintojen kanssa, jotka pohjautuvat humanistifilosofi Erich Frommin ajatuksiin vapaudesta. Hietalahden (emt.) Frommiin nojautuvan tulkinnan mukaan hyvä huumori kunnioittaa ja edesauttaa elämää eikä kuolemaa; eli toisin sanoen huumori kunnioittaa ihmisarvoa ja välttää vahingon tuottamista. Huumorin aiheiden sijaan keskeisiä tässä hyvän määrittelyssä ovat huumorin näkökulmat ja se, miten huumori suhtautuu muihin. Frommin ajattelun voi katsoa kommentoivan myös libertaristista käsitystä vastuusta, sillä hänen mukaansa (emt., 23) useat ajatuksemme eivät ole täysin omiamme, eikä muodollinen vapaus tarkoita välttämättä inhimillistä vapautta.

Kolmas globaalin yhteiskunnallisen vastuun periaate *totuuden kertomisesta* ei yksiulotteisena periaatteena sovellu komedian kontekstiin, sillä komedia on usein fiktiota. Sen voi kuitenkin ajatella Peiferin (2012, 272–273) mukaan tarkoittavan komedian kohdalla sitä, että vaikka koomikoilla on oikeus liioitella, he eivät saisi kuitenkaan johtaa katsojia harhaan varsinkaan silloin, jos komedian huomiot ja aiheet tulevat tunnetuista ja oikeista tilanteista tai tapahtumista. Tämä tukisi Peiferin (emt.) mukaan myös demokraattista järjestelmää, jossa ihmisille annetaan totuuteen perustuvaa tietoa. Tätä totuuden kertomisen periaatetta voi lähestyä myös viestinnän tiedollisten arvojen kautta, joiden mukaan viestijän tulisi aina pyrkiä totuuteen sekä antaa yleisölle oikea kuva asioista luotettavilla ja perustelluilla väitteillä (Rydenfelt

ja Juholin 2016, 21–22). Näistä viestinnän tiedollisista arvoista Rydenfelt ja Juholin (emt.) ovat nimenneet kolme: totuuden, oikeutuksen ja rehellisyyden. Näistä rehellisyyden arvon voi katsoa olevan kaikista oleellisin komedian kannalta: rehellisyyden arvo voi komedian kohdalla tarkoittaa sitä, että tekijä on aito ja rehellinen katsojalle omista arvoistaan.

Peilaan näitä näkökulmia vastuusta komediantekijöiden vastauksiin ja tarkastelen sen kautta, miten komediantekijät määrittelevät omaa rooliaan ja työtään. Koska tutkimus ei oikeastaan anna yksiselitteistä vastausta kysymykseen tv-komedian tekijöiden vastuusta, heidän omat käsityksensä nousevat tärkeään asemaan.

2.6 Tutkimuskysymykset

Poliittisen satiirin ulkopuolisella televisiokomedialla voi katsoa olevan tutkimuksen valossa jonkinlainen potentiaalinen yhteiskunnallinen rooli. Lähtökohtaisesti tv-komedia käsittelee aina aiheita ja teemoja, jotka toimivat usein politiikan perustana (ks. Delli Carpini ja Williams 1994, 75). Televisiokomedialla voi katsoa olevan symbolista valtaa katsojaan, ja se voi välittämiensä kuvien, aiheiden ja näkökulmien kautta vaikuttaa siihen, miten ihmiset näkevät maailman, mistä näkökulmasta he asioita tarkastelevat tai mitä he ylipäättään ajattelevat (ks. Bourdieu 1991, 170; Seppänen ja Väliverronen 2012, 180). Televisiokomedia voi suostutella katsojaa, vähentää vasta-argumentointia tai vetää sellaisia yleisöjä puoleensa, jotka muuten eivät esimerkiksi jotain tiettyjä aiheita suostuisi ajattelemaan (ks. Borum Chattoo ja Feldman 2020, 45; Moyer-Gusé 2008, 418). Tv-komedia voi myös asettaa ihmisiä toisiaan vastaan ja vahvistaa vähemmistöihin kohdistuvia stereotyyppioita (ks. esim. Kuipers 2015, 9). Toisaalta tv-komedian yhteiskunnallinen rooli riippuu myös katsojasta ja hänen tulkinnastaan (ks. edellä luku 2.4). Vaikka tv-komedian yhteiskunnallinen rooli ja tekijöiden valta ei olisikaan kovin yksioikoinen, ei sitä voida mitenkään tutkimuskirjallisuuden valossa täysin kiistää.

Nämä kaikki komedian ominaisuudet ja mahdolliset taipumukset ovat olemassa riippumatta siitä, mitä tekijät on siitä mieltä tai mitä he sisällöllään tietoisesti

tarkoittavat (ks. Borum Chattoo ja Feldman 2020, 57). Koska tv-komedian vallankäyttö saattaa olla usein tiedostamatonta, siitä keskusteleminen on tärkeää. Tekijät määrittelevät loppupeleissä sen, millainen yhteiskunnallinen rooli televisiokomedialle oikein muodostuu: heidän käsityksensä muokkaavat tuotetta ja myös määrittävät sitä, millaisiin tarkoituksiin tv-komedialla käytetään. Siksi komediantekijöiden käsityksiä on tärkeää tutkia. (Ks. Borum Chattoo ja Feldman 2020, 191.) Valtaosa komediantekijöitä koskevasta tutkimuksesta on keskittynyt poliittiseen satiiriin, minkä vuoksi rajaus varsinaisen poliittisen satiirin ulkopuoliseen tv-komediaan tuottaa uutta tietoa komediantekijöistä.

Tutkimuskysymykseni ovat:

- Millaisia käsityksiä televisiokomediantekijöillä on varsinaisen poliittisen satiirin ulkopuolisen televisiokomedian yhteiskunnallisesta roolista ja vaikuttavuudesta?
- Miten nämä käsitykset heijastuvat tv-komediantekijöiden työssä?
- Millaisena televisiokomediantekijät näkevät oman valtansa ja vastuunsa poliittisen satiirin ulkopuolisen televisiokomedian tekijöinä?

Seuraavana esittelen tutkielmani metodologian ja aineiston, minkä jälkeen siirryn tutkielmani tuloksiin.

3 METODOLOGIA JA AINEISTO

3.1 Puolistrukturoitu teemahaastattelu

Haastattelu valikoitui tämän tutkielman metodiksi luonnollisesti.

Tutkimuskysymykseni ovat kiinnostuneita televisiokomediantekijöiden käsityksistä, ja tällöin on luonnollista selvittää niitä henkilöiltä itseltään (ks. esim. Tuomi ja Sarajärvi 2018, 62). Koska halusin selvittää syvällisesti, millaisia käsityksiä televisiokomediantekijöillä Suomessa on tutkielman aiheeseen liittyen, koin haastattelumenetelmän soveltuvan siihen tarkoitukseen paremmin kuin esimerkiksi kyselylomakkeen. On kuitenkin muistettava, että haastattelu on “rajallinen aineiston tuottamisen menetelmä” (Alastalo, Åkerman ja Vaittinen 2017, 184) eikä tarkoitukseni ole esimerkiksi tehdä tilastollisia yleistyksiä, vaan kuvata ja ymmärtää *toimintaa* (ks. Tuomi ja Sarajärvi 2018, 73).

Haastattelussa tutkija pyrkii saamaan vastaukset niihin asioihin, joista hän on kiinnostunut (Eskola, Lätti ja Vastamäki 2018, 24). Lisäksi haastattelututkimuksessa tutkijalla on mahdollisuus joustavuuteen “suuntaamalla tiedonhankintaa itse tilanteessa” sekä selvittää vastaajien motiiveja vastausten taustalla (Hirsjärvi ja Hurme, 2015, 34). Tuomi ja Sarajärvi (2018, 63) tuovat myös esiin, että haastattelutilanne on joustava, sillä se antaa mahdollisuuden kysyä selventäviä kysymyksiä, toistaa ja käydä keskustelua. Toisaalta haastattelu voidaan Hirsjärven ja Hurmeen (2015, 23;42) mukaan nähdä vuorovaikutustilanteena, jossa haastateltava ja haastattelija luovat tuloksen yhdessä. Tämän vuoksi haastattelu menetelmänä oli minulle myös haastava: olen työskennellyt suomalaisten komediasarjojen parissa ja olen pohtinut maisterintutkielmani aihetta paljon työssäni. Nämä aikaisemmat pohdintani väkisinkin vaikuttavat siihen, miten hankin ja tuotan tietoa ja miten sitä tulkitseen.

Puolistrukturoidussa teemahaastattelussa haastattelun teemat ovat etukäteen määräytyt, mutta kysymysten tarkka muotoilu ja järjestys puuttuvat (Eskola ym. 2018, 25; Hirsjärvi ja Hurme 2015, 48). Laadin haastatteluja varten kysymysrunгон, jotka teemoittelin seuraavan kolmen teeman mukaisesti: *oman työn tavoitteet*,

yhteiskunnallisuus ja valta sekä vastuu. Ensimmäisen teeman tarkoituksena oli selvittää vastaajien yleisiä käsityksiä komediasta, sen luonteesta ja tekijöiden suhteesta siihen. Nämä muodostivat pohjan televisiokomedian yhteiskunnallisuutta, valtaa ja vastuuta koskeville käsityksille ja auttoivat minua ymmärtämään niitä paremmin. Lähetin kysymysrunгон haastateltaville etukäteen, sillä halusin haastateltavien pohtivan teemaa jo ennalta (ks. esim. Eskola ym. 2018, 30; Tuomi ja Sarajärvi 2018, 63). Haastattelutilanteessa en kuitenkaan edennyt aina järjestelmällisesti kysymysrunگون mukaan, vaan tartuin myös haastateltavien esille nostamiin asioihin ja esitin lisäkysymyksiä runгон ulkopuolelta. Toin tämän mahdollisuuden poiketa kysymysrunგosta esiin myös haastateltaville etukäteen lähettäessäni heille kysymysrunгон. Kysymykseni olivat avoimia kysymyksiä, sillä tarkoitukseni oli herättää pohdintaa ja perusteluja. Kysymysrunگو löytyy tutkielmani liitteestä (liite 1).

3.2 Aineisto

Tutkielmani aineisto koostuu viidestä teemahaastattelusta, jotka toteutettiin tammikuussa 2021. Tutkielman teon aikana vallinneen Covid19-pandemian vuoksi neljä haastattelusta tehtiin videohaastatteluna etäyhteyttä hyödyntäen. Koronapandemian aiheuttamien suositusten ja rajoitusten vuoksi kaikkia ylimääräisiä kontakteja tuli tutkielman teon aikana välttää, ja sekä oman että haastateltavien turvallisuuden vuoksi päädyin tekemään haastattelut etäyhteyttä hyödyntäen. Videohaastattelut tehtiin ja nauhoitettiin Microsoft Teams -sovelluksella.

Etäyhteys toi omat haasteensa haastatteluiden tekemiseen. Jokaisessa haastattelussa oli jotain haasteita tekniikan kanssa puheen pätkimisestä mikrofonin rikkoutumiseen, haastattelijan koneen kaatumiseen ja haastateltavan kasvojen rajautumiseen kuvasta ulos. Nämä ongelmat saatiin kuitenkin korjattua yleensä ennen varsinaisen haastattelun alkamista. Yhdessä haastattelusta haastateltavan puhe pätki internet-yhteydestä johtuen niin paljon, että pyysin meitä molempia ottamaan videokameran pois päältä heti haastattelun alkuekillä. Tämän haastattelun voi katsoa muistuttavan eniten puhelinhaastattelua. Varmistin tämän haastattelun kohdalla haastateltavalta,

että jos en olisi saanut litteroidessani jostain oleellisesta kohdasta selvää, minulla oli mahdollisuus palata haastateltavalle ja kysyä häneltä tarkennusta. Kyse oli loppujen lopuksi kuitenkin vain yksittäisistä sanoista, ja merkitsin nämä epäselvät sanat huomioina litterointeihini sulkeilla.

Yksi haastatteluista toteutettiin muista poiketen sähköpostihaastatteluna. Ehdotus sähköpostihaastattelusta tuli haastateltavalta itseltään haastattelukutsun jälkeen tämän vaikeiden aikataulujen vuoksi. Suostuin sähköpostihaastatteluun, vaikka tiedostan, etteivät sähköpostitse ja puhutusti kerätyt aineistot ole aivan yhteismitallisia, kuten Eskola ym. (2018, 32) toteaa. Sähköpostihaastattelusta puuttuu esimerkiksi haastattelijan ja haastateltavan välitön vuorovaikutus sekä haastateltavan ilmeet, eleet ja painotukset, mikä voi vaikuttaa vastausten tulkintaan, mutta toisaalta sähköpostihaastattelun kautta tuotetut vastaukset voivat olla harkitumpia ja selvempiä (Tiittula, Rastas ja Ruusuvuori 2005, 267–268). Huomasin näitä asioita sähköpostihaastatteluni aikana. Koin esimerkiksi, että sähköpostitse saamani vastaukset olivat harkitumpia ja selkeämpiä kuin puhutusti tuotetut vastaukset. Toisaalta minulla ei ollut mahdollisuutta viedä keskustelua johonkin tiettyyn suuntaan, tai tarkentaa termistöä jo vastausten muodostamisen aikana. Lisäksi vastauksiin oli esimerkiksi lisätty hymiöitä ja tulkinnallisia ohjeita lukijalle, kuten jos jokin asia oli esitetty kärjistäen tai vahvasti huumorilla. Vastaukset saattoivat olla myös kärkkäämpiä ja suurempia videohaastatteluihin verrattuna, minkä ajattelin johtuvan siitä, etten tutkijana ollut läsnä vastaustilanteessa, eikä minun läsnäoloni näin mahdollisesti vaikuttanut pehmentävästi haastateltavan vastauksiin.

Vaikka sähköpostihaastattelussa on omat puutteensa, kyseisen haastateltavan kokemus ja asema suomalaisella televisiokomediakentällä painoi kuitenkin vaakakupissa sen verran, etten kokenut häneltä sähköpostitse keräämäni aineiston vaarantavan tutkielman luotettavuutta vaan koin tämän materiaalin voivan tukea muita haastattelujani. Myös Burns (2010) toteaa, että sähköpostihaastattelua voi käyttää hyvin yhdistettynä muihin aineistonkeruun muotoihin. Sovimme myös haastateltavan kanssa ennakkoon, että voin esittää hänelle toisen kierroksen jatkokysymyksiä. Lähetin hänelle saman kysymysrunгон kuin muille haastateltaville, mutta olin avannut siihen joitain kysymyksiä selkeämmin auki. Koska en pystynyt

esittämään hänelle jatko- tai lisäkysymyksiä vastausten muodostamisen aikana, sähköpostihaastattelun voi tässä suhteessa sanoa muistuttavan ehkä enemmän strukturoitua kuin puolistrukturoitua haastattelua (ks. Tiittula ym. 2005, 265–266). Kun sain haastateltavalta ensimmäiset vastaukset kysymyksiin, esitin hänelle vielä seitsemän jatkokysymystä. Tämän jälkeen haastateltava tarjosi minulle vielä mahdollisuutta esittää tarkentavia kysymyksiä, mutta koin jo siinä vaiheessa saaneeni häneltä sen tiedon ja aineiston, mitä sähköpostihaastattelusta voi saada, ja haastattelu päätettiin.

Kun haastateltavat olivat lupautuneet haastatteluun, lähetin heille tutkielman suostumuslomakkeen, tietosuojalausekkeen sekä haastattelun kysymysrunгон. Suostumuslomakkeen pyysin kuittaamaan sähköpostilla, ja se käytiin läpi vielä haastattelun aluksi. Kysymysrunгон yhteydessä lähetin haastateltaville tiedoksi muutaman työni keskeisen määritelmän. Myös Eskola ym. (2018, 35) tuovat esiin, että joistain termeistä kannattaa haastateltavan kanssa varmistaa, että kaikilla on niistä samanlainen käsitys. Määrittelin haastateltaville kysymysrunгон yhteydessä sekä haastattelun alussa, mitä tarkoitan televisiokomedialla, poliittisen satiirin ulkopuolisuudella sekä vaikutuksilla.

Koska joissain kysymyksissäni toistuivat käsitteet *politiikka*, *poliittinen* ja *yhteiskunnallinen*, pohdin myös näiden termien määrittelyä ennalta. Päädyin kuitenkin siihen, että minun kyseisille käsitteille antamani määritelmät saattaisivat rajoittaa vastauksia tai viedä niitä tiettyyn suuntaan. Jos olisin esimerkiksi määritellyt politiikan laajasti, olisi vastaajien ollut helppo nojautua tähän määritelmään vastauksissaan enkä näin ollen olisi välttämättä saanut tietää, miten he itse kokevat ja määrittelevät nämä käsitteet ja mikä määritelmä on heille oleellisin tai tärkein. Tämän vuoksi annoin haastateltavien itse määritellä nämä termit omien vastauksiensa kautta. Osan haastateltavien kanssa puhuimme myös etukäteen sähköpostitse tai haastattelun alkuun esimerkiksi poliittisuuden määritelmästä ja siitä, oliko minulla jokin taustamääritelmä poliittisuuden käsitteelle tutkielmassani. Totesin näissä tilanteissa, että kiinnostavaa on tietää miten he itse termin näkevät ja määrittelevät, ja toin heille esille sekä laajan että suppean poliittisuuden termin käsityksen ja määritelmän. Kerroin heille, etten halunnut minkään olemassa olevan

määritelmän sitoa heidän ajatuksiaan tai vastauksiaan, sillä tutkielmani kannalta kiinnostavaa on juurikin heidän ajatuksensa ja näkemyksensä.

Kysymykseen siitä, mikä on riittävä määrä haastatteluja, ei ole yksiselitteistä vastausta. Yhtenä mittarina on käytetty saturaatiopistettä, jonka mukaan haastatteluja on tehty riittävästi, kun uusia teemoja ei enää nouse haastatteluissa esiin.

Saturaatiopisteen toteaminen vaatisi kuitenkin haastatteluiden purkua ja analyysia samaan aikaan sekä tarkkaa rajausta siitä, mitä tietoa halutaan. (Hyvärinen 2017, 28; ks. myös Tuomi ja Sarajärvi 2018, 74.) Kykenin viidennen haastattelun jälkeen löytämään samoja teemoja haastateltavien vastauksista jo haastatteluiden aikana, ja yhdistämään niitä muistiinpanoissani toisiinsa. Vierastan kuitenkin ajatusta saturaatiopisteen saavuttamisesta, sillä koen jokaisella haastateltavalla olevan aina teoreettinen mahdollisuus tuoda esiin ja sanoittaa tutkimukseen jotain uusia näkökulmia. Tästä huolimatta koin kuitenkin saaneeni jo viiden haastattelun jälkeen kiinni pääteemoista ja käsityksistä, joita haastateltavilla oli, ja pystyin muodostamaan niistä teemoja ja tyypittelyjä. Uskoin lisähaastattelujen luultavasti toistavan samoja argumentteja eri näkökulmista, eri painotuksilla ja eri arvoista käsin. Hyvärinen (emt., 30) tuo esiin myös näkökulman, jonka mukaan liian suuri haastatteluiden määrä voi häiritä analyysia. Brinkmann ja Kvale (2015, 140) myös toteavat, että tutkijan tulisi haastatella tutkimukseen niin montaa kohdetta kuin hänelle on välttämätöntä saada selville se, mitä hän haluaa tietää. Tämän pisteen aineistollani saavutin. Joskus myös vähempi määrä perusteellisesti analysoituja haastatteluja on parempi kuin monta pinnallisesti analysoitua haastattelua (Brinkmann 2013, 59).

Haastattelut vaihtelivat kestoltaan 51 ja 90 minuutin välillä. Haastatteluiden keskipituus oli 73,5 minuuttia. Litteroinnin jälkeen neljästä videohaastattelusta syntyi 56 liuskan aineisto fontin ollessa Arial pistekoossa 12 ja rivivälillä 1.

Sähköpostihaastattelusta liuskoja kertyi samalla fontilla ja koolla mutta haastateltavan itse tekemillä kappalejaoilla noin 13 sivua. Lisäksi tein haastattelujen aikana muistiinpanoja käsin, jotka purin välittömästi haastattelun jälkeen siistimään ja jäsennellympään muotoon.

3.3 Haastateltavien valinta

Haastattelututkimukseen valittavat ovat satunnaisen sijaan harkinnanvaraisia (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 98). Käyn tässä osiossa läpi perusteet, joiden perusteella valitsin ja pyysin haastateltavia mukaan tutkimukseen.

Koska tutkimukseni kiinnostuksen kohteena on niin sanottu valtavirtatelevisiokomedia, jolla viitataan televisiokomediaan, jota näemme päätelevisiokanavilta parhaisiin katseluaikoihin ja jotka saavat paljon katsojia, halusin haastatella tutkielmaani tällaisen komedian ammattilaisia ja tekijöitä. Tämän vuoksi pyrin siihen, että tutkimukseen osallistuvilla on kokemusta monien komediaohjelmien tekemisestä. Tekijöiden tuli tehdä komediaa nimenomaan myös poliittisen satiirin ulkopuolella, vaikka tavallisen komedian lisäksi poliittisen satiirin tekeminen ei muodostanutkaan estettä tutkielmaan osallistumiselle. Lisäksi tutkielmaan osallistuneiden tuli olla alalla tunnustettuja tekijöitä, joiden näkemykset myös mahdollisesti heijastelisivat laajemmin komediantekijöiden näkemyksiä Suomessa. Nämä rajaukset rajasivat tutkielmani ulkopuolelle monia tekijöitä. Mietin paljon myös komediantekijöiden töiden risteämistä: ala on Suomessa suhteellisen pieni, ja monet tekijät tulevat jossain vaiheessa uraansa työskentelemään myös samoissa, yhteisissä projekteissa. Pyrin siihen, etteivät tutkielmaan osallistujat olisi tehneet useita yhteisiä projekteja, jolloin he saattaisivat olla suhteellisen samanmielisiä komediaan liittyvistä käsityksistä. Näin pyrin saamaan tutkielmaan mukaan mahdollisimman laajan otannan erilaisia näkemyksiä.

Otin yhteyttä yhteensä yhdeksään komediantekijään. Yksi ei kyennyt aikataulusyistä tutkielmaan osallistumaan, kolme ei vastannut pyyntööni tai vaihtoehtoisesti saanut viestiäni. Olisin halutessani voinut yrittää tavoittaa näitä henkilöitä myös muuta kautta, mutta koska olin tyytyväinen jo viiden henkilön aineistoon, en loppujen lopuksi edistänyt muita haastatteluita. Otin yhteyttä mahdollisiin haastateltaviin puhelimella, sähköpostilla sekä LinkedInissä. Tutkielmaan osallistuneet viisi komediantekijää olivat käsikirjoittajia, ohjaajia sekä näyttelijöitä, joiden osan itsensä määrittelemä ammattinimike oli myös yhdistelmä edellä mainittuja titteleitä. Kaikilla

oli kokemusta monien komedia- ja viihdeohjelmien tekijänä niin päävastuullisena kuin myös osana luovaa työryhmää, ja kaikki ovat edelleen aktiivisia tekijöitä. Haastateltavien keskimääräinen työuran pituus oli 20,2 vuotta mediaanin ollessa 22 vuotta. Haastateltavien keski-ikä oli 46,4 vuotta. Kolme haastatelluista oli miehiä ja kaksi naisia. En tavoitellut tutkielmassani täydellisen tasaista sukupuolijakaumaa, sillä valitettavasti komediakenttäkin on Suomessa edelleen miesvoittainen.

Koska tutkimukseni tarkoituksena ei ole tutkia kenenkään henkilökohtaisia mielipiteitä, tutkimukseen osallistuneita ei mainita tutkimuksessa nimellä. Kerroin tutkimukseni anonymisointi-periaatteesta haastateltaville myös heti ottaessani heihin yhteyttä. Ajattelin tämän periaatteen rohkaisevan tutkielmaan osallistuvia kertomaan vapaammin ajatuksistaan. Vastausten litteraateista on poistettu tekijöiden mainitsemia ja heidän tekemiensä ohjelmien nimiä, sekä mahdollisesti tunnistettavia teemoja, joita tekijät liittivät omaan töihinsä. Yksi haastateltavista kertoi, ettei häntä hänen puolestaan tarvitse anonymisoida; yhden haastateltavan kanssa keskustelimme anonymisoinnin haasteista Suomen ollessa pieni maa. Koska piirit suomalaisella viihdekentällä ovat pienet, en anonymisoinnin turvaamiseksi tule tässä tutkielmassa erittelemään tarkasti yksittäisiin haastateltaviin kohdistuvia tunnistetietoja.

Haastatteluiden tunnelma oli rento. Pyrin kannustamaan haastateltavia kertomaan rehellisesti omia näkemyksiään, vaikka ne olisivat vielä jäsentymättömiä. Kannustin heitä myös haastamaan kysymyksiä, jos se tuntui luonnolliselta. Päädyin ottamaan haastatteluissa ikään kuin ulkopuolisen selvittäjän roolin, minkä vuoksi en lähtenyt kyseenalaistamaan tai haastamaan haastateltavien näkemyksiä, vaan kannustin heitä kertomaan lisää ymmärtääkseni paremmin. Tämä on erilainen tosielämän rooliini verrattuna, jossa normaalisti esittäisin asiasta myös oman mielipiteeni ja tarvittaessa haastaisin näkemyksiä.

Tunsin osan haastateltavista ennalta, sillä olen työskennellyt freelancerina tv-alalla. Minun oli tämän vuoksi mahdollisesti helpompi ottaa henkilöihin yhteyttä, ja olla vuorovaikutuksessa heidän kanssaan haastattelutilanteessa. En ollut kenenkään haastateltavan kanssa puhunut tästä nimenomaisesta aiheesta aiemmin, eivätkä nämä haastateltavat lähtökohtaisesti tienneet esimerkiksi mahdollisia henkilökohtaisia

mielipiteitäni aiheen tiimoilta. En tietoisesti myöskään pyrkinyt valitsemaan mukaan ihmisiä, joita tunnen, vaan edellä listaamieni tekijöiden mukaisesti pyrin valitsemaan mahdollisimman eri taustaisia, alalla arvostettuja tekijöitä, jotka olisivat tehneet mahdollisimman vähän töitä toistensa kanssa.

3.4 Laadullinen sisällönanalyysi

Laadullisen sisällönanalyysin tarkoituksena on etsiä lainauksista sellaista, mitä ne eivät suoraan sano (Ruusuvuori, Nikander ja Hyvärinen 2010, 19). Tuomen ja Sarajärven (2018, 117) mukaan sisällönanalyysillä pyritään luomaan tiivistetty kuvaus tutkittavasta ilmiöstä, tämän tutkielman tapauksessa televisiokomediantekijöiden käsityksistä liittyen poliittisen satiirin ulkopuolisen tv-komedian yhteiskunnalliseen rooliin sekä tekijöiden valtaan ja vastuuseen. Diskurssianalyysistä poiketen sisällönanalyysissä keskitytään siihen, *mitä* teemoista sanotaan eikä niinkään siihen, *miten* niistä puhutaan (emt.). Tutkimuksen aineisto on kuvaus tutkittavasta ilmiöstä, ja analyysin tarkoituksena on kuvata tämä ilmiö selkeästi ja yhtenäisesti (emt., 122).

Ruusuvuoren, Nikanderin ja Hyvärisen (2010, 11) mukaan aineiston alustava analyysi kannattaa aloittaa jo hyvin varhaisessa vaiheessa aineiston keruun ja siihen tutustumisen kanssa samanaikaisesti. Näin toimin myös oman työni kanssa: jokaisen haastattelun jälkeen poimin haastatteluiden aikana tekemistäni muistiinpanoista keskeisiä kohtia ja teemoja tutkielmani analyysiin, ja haastattelujen edetessä yhdistelin näitä kaikkia teemoja jo alustavasti toisiinsa sekä kirjoitin ylös alustavia tulkintojani. Toisin sanoen tein luokittelua ja aineiston yhdistelyä jo ennen varsinaista litterointia ja analyysia. Nämä teemoittelut ja luokittelut toki kehittyivät ja muuttuivat analyysin edetessä.

Vaikka en soveltanut aineistooni suoraan mitään teoriaa tai teoreettisesta viitekehystä nousevaa mallia tai käsitettä ja tein analyysiani vahvasti aineisto edellä, analyysini on silti teoriasidonnaista. Kuten Ruusuvuori, Nikander ja Hyvärinen (2010, 19–20) toteavat, tutkijan tekemät teoreettiset valinnat vaikuttavat

aina tehtyyn analyysiin, luokitteluun, valintoihin ja tulkintoihin. Huomasin tämän myös selvästi omassa analyysiprosessissani: peilasin jatkuvasti haastateltavien käsityksiä siihen, mitä olin oppinut teoriasta aiheeseen liittyen. Teoriaohjaavassa, tai -sidonnaisessa, analyysissa analyysi ei pohjaudu suoraan teoriaan, mutta teoria auttaa ja ohjaa analyysia (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 109).

Laadullisessa sisällönanalyysissa varsinaiseksi analyysiksi käsitetään usein luokittelun, teemoittelun ja tyypittelyn vaihe (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 105).

Tuomen ja Sarajärven (emt.) mukaan teemoittelu on luokittelun kaltainen tekniikka, jossa painotetaan sitä, mitä “kustakin teemasta on sanottu” ja tuodaan esiin näitä näkemyksiä. Tyypittely on taas aineiston ryhmittämistä tietyiksi tyypeiksi ja tyyppiesimerkkien luomista löydettyistä yhteisistä näkemyksistä (emt., 107).

Hyödynsin analyysissani sekä teemoittelua että tyypittelyä, ja tästä analyysiprosessin etenemisestä kerron enemmän tutkielmani seuraavassa luvussa 3.5.

Koska olen työskennellyt tv-komedian parissa ja pohtinut tätä aihetta aikaisemmin työni kautta, minulle oli muodostunut aiheesta väkisin omia näkemyksiä, jotka ovat voineet vaikuttaa tekemääni analyysiin. Lähdin kuitenkin tekemään haastatteluja ja analyysia avoimin mielin siirtäen omat ajatukseni sivuun, sillä halusin aidosti ymmärtää ja saada selville, mitä kokeneet tekijät aiheesta ajattelevat. Koin onnistuneeni tässä, vaikka en voikaan sulkea omia subjektiivisia näkökantojani kokonaan pois.

3.5 Analyysin eteneminen

Analyysini voi katsoa alkaneen heti haastattelujen jälkeen, kun purin haastattelujen aikana käsin tekemäni muistiinpanot ja niistä nousseet ajatukset sähköiseen muotoon, eli tavalliselle Word-tiedostolle. Yhdistelin ja teemoittelin jo tällöin joitain haastatteluissa nousseita käsityksiä, ja kirjasin ylös minulle nousseita tulkintoja ja ajatuksia. Jos havaitsin eri haastatteluissa jotain samankaltaisuutta tai selvää eroa, merkitsin myös näitä huomioksi itselleni.

Aloitin haastattelunauhojen litteroinnin, kun olin tehnyt kaikki haastattelut ja todennut haastattelujen määrän olevan riittävä. Ruusuvuoren ja Nikanderin (2017, 367) mukaan tutkimuskysymys ja analyysitapa määrittävät litteroinnin tarkkuuden. Sisällönanalyysia varten käy heidän mukaansa yleensä suppeampi litterointitapa, johon ei tarvitse välttämättä merkitä painotuksia tai päällekkäin puhumisia. (Emt., 368; Ks. myös Ruusuvuori 2010, 425.) Oma litterointini sijoittuu peruslitteroinnin ja sanatarkan litteroinnin välimaastoon. Litteroin haastateltavien lausumat sanatarkasti, mutta poistin toistuvia täytesanoja, kuten *niinku* ja *tota*, sekä sanojen turhaa toistoa kuten *ja ja ja*. Puheen lisäksi litteroin tunneilmaisut, kuten jos haastateltava naurahtaa tai mietti vastauksen aikana pitkään, eli enemmän kuin kaksi sekuntia (ks. Ruusuvuori 2010, 426). Merkitsin myös tavan sulkeisiin kysymysmerkillä, jos en ollut aivan varma siitä, kuulenko jonkun yksittäisen sanan oikein. Jätin myös jossain haastatteluissa sanatarkasti litteroimatta esimerkiksi haastattelun alussa tai haastattelun aivan lopussa käytyjä keskusteluita, joista tiesin, etten tulisi hyödyntämään niitä analyysissani. Nämä olivat korkeintaan muutaman minuutin kestäneitä katkelmia. Koska aineistoni hävitetään tutkielman teon jälkeen eikä litterointeja hyödyntänyt kukaan muu kuin minä, en anonymisoinut litteroinneista vielä tässä vaiheessa mahdollisia ohjelmien nimiä, sillä tutkijana minun täytyi olla kartalla, mihin ohjelmaan henkilö on viitannut, jotta osaan tulkita vastauksia oikein. Poistin nämä ohjelmien nimet ja muut tunnistettavat teemat siinä vaiheessa, jos siirsin juuri kyseisen kohdan lainaukseksi tutkielmaani. (Vrt. Ruusuvuori ja Nikander 2017, 375.) Nimesin haastateltavat tunnisteilla H1, H2, H3, H4 ja V5. V5 oli sähköpostihaastattelu, ja tämän vuoksi se on merkitty eri kirjaintunnuksella kuin muut haastattelut, jotta sähköpostilla tuotetun aineiston tunnistaa ja erottaa analyysista selkeämmin.

Jo litteroinnin aikana korostin mielestäni mielenkiintoisia tai oleellisia vastauksia litteraateista, ja aloin luokitella samasta teemasta kertovia vastauksia ja käsityksiä yhteen. Käytin aluksi hyväkseni teemahaastatteluiden kysymysrunkoon teorian avulla muodostamiani teemoja, jotka olivat *oman työn tavoitteet*, *yhteiskunnallisuus* ja *valta & vastuu*. Teemoittelun kanssa samaan aikaan myös pelkistin haastateltavien vastauksia yksinkertaisempaan muotoon. Hyvin varhaisessa vaiheessa erotin *vaikuttavuuden* teeman *yhteiskunnallisuuden* teemasta sekä *vallan* että *vastuun*

teemat omiksi teemoikseen. Alustavan teemoittelun jälkeen, ja sen kanssa samanaikaisesti, päädyin tyypittelemään erilaista asennoitumista teemoihin, eli löytämään samaan aikaan sekä samankaltaisuutta sekä erilaisuutta annetuista vastauksista.

Analyysini teemoiksi muodostuivat lopulta *televisiokomedian yhteiskunnallisuus*, *televisiokomedian vaikuttavuus*, *oma työ ja sen tavoitteet*, *valta* sekä *vastuu*.

Analyysiluku 4 keskittyy käsittelemään tekijöiden käsityksiä liittyen yleisesti *sisältöön*, eli tv-komedian yhteiskunnallisuuteen sekä sen vaikuttavuuteen. Luku 5 keskittyy taas tekijöiden käsityksiin liittyen heihin *itseensä*, eli käsityksiin liittyen heidän omaan työhönsä, rooliinsa, valtaan sekä vastuuseen.

4 TV-KOMEDIAN YHTEISKUNNALLINEN ROOLI

Tässä luvussa käsittelen kahta ensimmäistä muodostamaani teemaa: televisiokomedian yhteiskunnallisuutta ja vaikuttavuutta. Nämä teemat ja luvun sisältö vastaavat ensimmäiseen tutkimuskysymykseeni siitä, millaisia käsityksiä tv-komediantekijöillä on varsinaisen poliittisen satiirin ulkopuolisen televisiokomedian yhteiskunnallisesta roolista ja vaikuttavuudesta sekä tarjoavat pohjan toiseen tutkimuskysymykseen vastaamiselle.

4.1 Televisiokomedian yhteiskunnallisuus

Kaikki vastaajat totesivat, että kaikenlaisesta televisiokomediasta voidaan löytää sellaisia vivahteita, jonka vuoksi ne voidaan nähdä myös yhteiskunnallisina, ja että kyseessä on ennen kaikkea määrittelykysymys. Yhteiskunnallisuuden koettiin voivan olla pieni vire tai yksi kohtakin jossain ohjelmassa. Poliittisuuden ja yhteiskunnallisuuden todettiin voivan olla myös niin sanotusti piilossa, esimerkiksi jos tv-komedia katsojien tiedostamatta totuttaa heitä joihinkin marginaaliryhmiin roolihahmojen kautta. Komedian havaintojen koettiin olevan usein yhteiskunnallisia ja asettavan yleisiä totuuksia aina kyseenalaiseksi, vaikka politiikkaa niissä ei suoraan käsiteltäisikään. Tekijät kokivat sisältöjen ottavan joskus väkisin kantaa ja tekijän maailmankuvan sekä ajatusmaailman näkyvän väkisin havainnoissa ja valinnoissa, joita sisällön suhteen tehdään. Tätä poliittisuuden piilossa olevaa luonnetta on myös tuotu tutkimuksessa esiin (esim. Valenius 2000, 183; Gray ym. 2009, 8–9).

Naurun kohde nostettiin vastauksissa esiin yhteiskunnallisuuden yhteydessä. Haastateltavat käsittivät komedian nauravan yleisille totuuksille, maailmankatsomuksille, asenteille tai jonkinlaista valtaa pitävälle tahoille ja asettavan ne näin kyseenalaisiksi. Näiden naurun kohteeseen liittyvien valintojen koettiin voivan olla jo yhteiskunnallisia ja poliittisia. Se, kenelle komediassa nauretaan paljastaa haastateltavien mukaan myös kirjoittajan ajatukset. Ihmisten

kuvausten koettiin myös aina kantavan mukanaan joitain yleismerkityksiä. Tämän vuoksi osa vastaajista koki kaiken ihmisiä käsittelevän sisällön olevan aina yhteydessä arvomaailmoihin, ja näin nämä sisällöt koettiin myös yhteiskunnallisina ja samalla poliittisina. Joissain vastauksissa yhteiskunnallisuus nähtiin vieläkin laajemmin. Yhteiskunnallisuuteen liitettiin esimerkiksi empatiakyky, ihmisarvon tunnustaminen sekä ihmisten jakaminen meihin ja muihin. Nämä kaikki näkökulmat ovat Delli Carpinin ja Williamsin (1994, 75) määrittelemään politiikan kolmanteen tasoon kuuluvia politiikan perustana olevia ideoita, arvoja ja teemoja.

[– –] jos ihmiselle nauraa niin joko nauraa sille että ihminen kaatuu tai sitten nauraa sille kuka ihminen on, ja jos nauraa sille joka ihminen on niin sillon nauraa kaikille ihmisille jotka on samanlaisia ja sillon nauraa sille mitä ne edustaa, ja demokratiassa se usein myös näkyy sen ihmisen poliittisessa ajattelussa mitä se edustaa, jollon se väkisinkin on yhteiskunnallista vaikkei sitä satiiria ois niin tarkotettukaan [– –] H1

Koska *yhteiskunnallisuus* ja *poliittisuus* olivat termeinä rinnakkain haastattelukysymyksissäni (ks. liite 1), myös haastateltavat käyttivät niitä osittain rinnakkain synonyymeina toisilleen. Kahden vastaajan, H1 ja H2, vastauksista oli kuitenkin myös havaittavissa pientä erontekoa yhteiskunnallisuuden ja politiikan käsitteiden välille. Esimerkiksi H2 näki yhteiskunnallisuuden hyvin laajana käsitteenä ja monen asian loppujen lopuksi yhteiskunnallisena, mutta yhdisti vastauksissaan poliittisuuden enemmän suoraa politiikkaa koskevaksi eli esimerkiksi siihen, jos viihdeohjelmassa kritisoidaan jonkun sketsin kautta poliittista puoluetta tai päättäjiä. H1 taas kritisoi ylipäätään vallalla olevan poliittisen satiirin määritelmää ja näkemystä siitä, että vain poliitikkoja käsittelevät sarjat kertoisivat politiikasta. Hän totesi eron yhteiskunnallisuuden ja poliittisuuden välillä olevan pieni ja toi esiin jaon poliittiseen satiiriin ja yhteiskunnalliseen satiiriin, joista ensimmäinen keskittyy nauramaan vallanpitäjille ja jälkimmäinen taas äänestäjille eli tavan kansalaisille. Hän totesi yhteiskunnallisesti merkittävien teosten harvoin kertovan vallanpitäjistä ja kaiken, joka kertoo ihmisistä, olevan yhteiskunnallista ja loppujen lopuksi myös poliittista.

Vaikka kaikki vastaajat periaatteessa tunnistivat televisiokomedian yhteiskunnallisen ja poliittisen ulottuvuuden, eli Delli Carpinin ja Williamsin (1994) esiin tuoman politiikan kolmannen tason, ja toivat esiin näkökulmia, miten tv-komedia voi olla ja on yhteiskunnallista, vastaajien näkemykset erosivat kuitenkin siinä, milloin sisältö oli heidän mielestään aidosti yhteiskunnallista, ja miten tämä ajatus yhteiskunnallisuudesta oli heidän työssään mukana. Tekijöiden H3 ja V5 käsitysten mukaan tv-komedia oli aidosti yhteiskunnallista kahdessa eri tilanteessa. Ensimmäisessä tapauksessa yhteiskunnallisuus on ollut tekijöiden lähtöajatus. Tekijät ovat tällöin etukäteen määritelleet käsiteltävän asian ja heidän teoksensa tarkoitus on todistaa komedian keinoin tämä väite, jonka he haluavat todistaa. Toisessa tapauksessa sisältö on aidosti yhteiskunnallista silloin, kun tekijät huomaavat sisällön väittävän jotain, he hyväksyvät sen ja jättävät väitteen sinne. Näiden tekijöiden käsitysten mukaan aito yhteiskunnallisuus syntyy siis tarkoituksenmukaisuudesta ja tietoisuudesta, (vrt. Borum Chattoo ja Feldman 2020, 57) ja on harkinnanvaraista, tilanteesta riippuvaista. V5 toi myös esiin, että muuten ei-poliittisessa sketsiohjelmassa voi yhtäkkiä olla selvä poliittinen näpätys, eli sama ohjelma voi olla toisella hetkellä yhteiskunnallista ja poliittista ja toisella hetkellä ei. Yhteiskunnallisuus ja poliittisuus syntyy siis tapauskohtaisesti silloin, kun sisältö ”nojaa” tarpeeksi siihen suuntaan.

[– –] Mun oma vastaus tähän on pragmaattisempi. Varsinaisen poliittisen satiirin ulkopuolinen televisiokomedia voi olla yhteiskunnallista ja poliittista aina silloin kun sen yksittäiset jutut nojaavat kyllin siihen suuntaan. V5

Nämä näkemykset ovat mielenkiintoisia Williamsin ja Delli Carpinin (2011, 122;124–125) poliittisesti relevantin median määritelmän kannalta, sillä määritelmän mukaan median poliittinen relevanttius syntyy aina suhteessa siihen ympäristöön, jossa se esiintyy. H3:n ja V5:n käsitykset siitä, että sisällön aito yhteiskunnallisuus syntyy tietoisesta harkinnasta tai päätöksestä tilanteesta riippuvaisena voi olla juuri sitä Williamsin ja Delli Carpinin kuvaamaa kontekstia, jonka suhteen median poliittista relevanttuitta tulee tarkastella tai missä poliittinen relevanttius syntyy. Williams ja Delli Carpini (emt.) korostavat, että poliittinen relevanttius ei synny itsestään tai ole itsestään selvä kaikkien mediasisältöjen ominaisuus, vaan on

tilanteesta riippuvaista ja aina altis keskustelulle, minkä myös nämä tekijät nostavat käsityksissään esiin.

Näiden vastaajien, H3 ja V5, vastauksista oli havaittavissa myös pientä turhautumista tai väsymistä poliittisuuden laajaa määritelmää kohtaan: esimerkiksi V5 kutsui ”kaikki on poliittista” -lausahdusta kliseeksi, jonka kanssa on hankala olla eri mieltä sekä terminologiaksi, jonka voi vääntää vastaamaan omia tarkoitusperiään. H3:n vastauksista oli myös tulkittavissa, että sen sijaan, määritelläänkö joku sisältö poliittiseksi tai yhteiskunnalliseksi, oleellisempaa olisi se, että tekijät ovat rehellisiä omalle itselleen ja omalle sisäiselle äänelleen sisältöä tehdessään. Tällä hän tarkoitti sitä, että komedian tekoprosessia voi rajoittaa se, jos tekijät ovat heti prosessin alussa huolissaan siitä, ovathan he ovat sisällöllään niin sanotusti yhteiskunnallisesti oikealla puolella. Tämän pelon vuoksi he eivät välttämättä uskalla viedä ideointia loppuun ja sen sijaan, että tekijät seuraisivat omia ideoitaan ja ajatuksiaan, he H3:n mukaan päätyvät seuraamaan näkökulmia, jotka ovat niin sanotusti trendikkäitä tai joita komedialta yleisesti saatetaan odottaa sillä hetkellä. Laajan määritelmän läsnäolo koettiin siis jollain tavalla potentiaalisesti komedian tekoa rajoittavaksi.

Komedian tekemisessä varsinkin H3:sta ohjasi vahvasti käsitys siitä, että komedian pitäisi olla sen tekijälle oman sisäisen maailman tutkimista ja jonkun vielä jäsentymättömän jäsentämistä *taiteeseen* poliittisen pamfletoinnin sijaan. Kolme vastaajaa, H1, H3 ja V5, korostivatkin vastauksissaan komediaa taiteena. H1 ja H3 nostivat esiin syksyllä 2020 kuvataiteen puolella käydyssä keskustelussa taiteen poliittisuudesta, jossa kuvataiteilija Anna Tuori kritisoi tämän päivän taiteen tapaa osallistua yhteiskunnalliseen keskusteluun ja kutsui sitä tekopyhäksi². Haastateltavat H1 ja H3 toivat tämän keskustelun komedian kehyksiin. Nämä vastaajat V5:n lisäksi korostivat, ettei taiteen tehtävä ole tuoda esiin vääryyksiä tai omia esimerkiksi tieteen tehtäviä kertoen mikä on oikein tai väärin, eikä taidetta saisi sitoa mitkään ennakkopaineet esimerkiksi sisällön yhteiskunnallisuuden suhteen.

² Keskustelu lähti liikkeelle Tuorin Ylelle antamasta Kulttuurivieras-haastattelusta (<https://yle.fi/uutiset/3-11513165>, haettu 19.04.2021). Haastattelusta tehtiin myös jatkojuttu, johon haastateltiin Tuorin kritiikin kohteeksi joutuneita taitelijoilta (<https://yle.fi/uutiset/3-11524940>, haettu 19.04.2021).

Nämä vastaajat, H1, H3 ja V5, korostivat myös, että tiukka päämäärätietoisuus ja katsojien valistaminen komediassa voi *rampauttaa* eli tuhota teoksen hauskuuden. Tavoitteellisuus nähtiin siis ikään kuin uhkana komedian perusluonteelle eli hauskuudelle. Yhteiskunnallisuuden tai kantaa ottavuuden nähtiin näissä vastauksissa olevan enemmän komedian sivuefekti, joka syntyy hienovaraisesti ja vapautuneesti, eikä niinkään päämääränä tai missiona. H1 toi esiin, että saarnaavuus ei ylipäätään ole tapa, jolla komediaa kannattaa tehdä, vaan yleisölle tulisi antaa aina mahdollisuus tehdä sisällöstä omat johtopäätöksensä. Näistä vastauksista näkyy siis ikään kuin pelko siitä, että jos komedialla lähdettäisiin tietoisesti vaikuttamaan tai väittämään jotain, lopputulos ei olisi enää niin laadukas. Nämä vastaajat, H1, H3 ja V5, eivät myöskään nähneet työtään yhteiskunnallisista lähtökohdista käsin, eli he eivät miettineet tekemänsä sisällön yhteiskunnallisuutta työtä tehdessään, vaikka huumorilla oli esimerkiksi H1:n mukaan selkeästi laajemmin ajateltuna aina yhteiskunnallinen aspekti.

Näistä vastaajista poiketen haastateltavat H2 ja H4 liittivät vastauksissaan yhteiskunnallisuuden suoraan heidän työhönsä. Haastateltavat kertoivat yhteiskunnallisten teemojen olevan ja kulkevan luonnollisesti heidän sisällöissään mukana, ja olevan jopa keskeinen ja tärkeä osa sitä. Sisällöt koettiin tapana vahvistaa itselle tärkeitä arvoja ja teemoja maailmassa, ja jopa tapana osallistua yhteiskunnalliseen keskusteluun. Tämän tyyppin vastauksissa tuotiin esiin, että televisiokomedian alustoja olisi tärkeää käyttää yhteiskunnallisiin tarkoituksiin (H2), ja että niissä piilee suuri mahdollisuus näyttää ihmisille asioita (H4). Vastauksissaan he toivat useasti esiin, kuinka televisiokomedialla on suuri mahdollisuus näyttää katsojille asioita ja että he itse haluavat käyttää tämän mahdollisuuden, vaikka yhteiskunnallisuudesta ei mitään sensuurimaista ennakko-odotusta komedialle vaadittukaan.

[– –] mutta tota mut sit mä en näe myöskään mitään järkeä siinä että et jos on tommonen niinku yli miljoonan katsojan jotenkin foorumi missä nimenomaan saa niinku ottaa jotain päivänpolttavia poliittisia aiheita käsittelyyn niin sit must ois niinku tyhmää olla ottamatta niitä. H2

4.2 Televisiokomedian vaikuttavuus

Vastaajat H1, H2 ja H3 käsittivät vastauksissaan televisiokomedian osana isoa kokonaisuutta, joka kykenee vaikuttamaan siihen, miten maailma nähdään. Tähän kokonaisuuteen kuului vastaajien käsityksissä myös muita media- ja kulttuurituotteita. Näissä vastauksissa heijastui kultivaatioteoreettinen käsitys siitä, että tarinat ja televisiokomedian luomat kuvastot yhdessä muiden tekijöiden kanssa luovat ja kultivoivat katsojalle tietynlaista käsitystä maailmasta, johon katsoja alkaa uskoa. Tekijöiden vastauksissa mainittiin myös komedian mahdollisuudet vahvistaa stereotypioita ja ennakkoluuloja.

Kultivaatioteoriaan kuuluu myös asioiden normalisointi, kun tiettyjä asioita toistetaan mediakulttuurissa normaalina ja näin ihmiset alkavat myös uskoa niiden olevan normaaleja (ks. Gerbner ym. 1986; vrt. myös Lipponen 1996, 227–237). Tätä komedian normalisoivaa taipumusta tuotiin tekijöiden vastauksissa (H1, H2, H4) esiin, ja komedian koettiin voivan totuttaa ihmisiä esimerkiksi sellaisiin marginaaliryhmiin, jotka eivät muuten olisi heidän elämässään läsnä. Toisaalta H1 huomautti, ettei normalisointi ole yksistään komedian erikoistonttia, vaan puhdas draamakin osallistuu normalisointiin. H4 koki tällaisella normalisoinnilla olevan isoakin yhteiskunnallista merkitystä, sillä se pystyi hänen mukaansa johtamaan erilaisuuden hyväksymiseen.

[– –] kun mainstreamissa prime timessa meidän eteen tuodaan vaikka sitten fiktiivisinä sellaisia hahmoja jotka yleensä piileksii marginaaleissa ja joista käännetään katse pois päin niin kun niitä tuijottelee siinä lauantai-iltana vaikka sitten fiktiivisessä muodossa niin se semmonen hyväksyminen voi tapahtua jotenkin alitajuisesti ja sillä voi olla just isoakin yhteiskunnallista merkitystä. H4

Kaikissa haastatteluisissa mainittiin tv-komedian mahdollisuus antaa katsojalle uusia näkökulmia, mikä tutkimuksessa tunnetaan *priming*-efektinä (ks. Castells 2009, 204). Haastateltavat kokivat, että uusien näkökulmien kautta katsojat voivat oivaltaa jotain

omasta elämästään tai ympäröivästä yhteiskunnasta (H2, H3, V5) sekä ymmärtää muita ihmisiä paremmin (H4). Haastateltavien käsityksissä nämä uudet näkökulmat saattoivat näkyä esimerkiksi naurun kohteessa, johon myös edelliseen lukuun 4.1 viitaten yhteiskunnallisuus usein liitettiin. Naurun kohteeksi laittamisen koettiin vastauksissa voivan olla tapa kyseenalaistaa, ja asettaa jokin ei-niin-vakaviin kehyksiin. Jollekin nauramisen koettiin voivan herättää katsojissa uusia ajatuksia liittyen ympäröivään yhteiskuntaan, vaikka suoraan poliitikkoja tai muita vallanpitäjiä ei siinä suoraan käsiteltäisikään.

[– –] On mahdollista tehdä sketsejä jotka miinoittavat vallanpitäjiä, auktoriteetteja, uskontoja jne. ilman että niissä nimetään yhtään olemassa olevaa henkilöä, puoluetta, tai hallitsijaa, tai edes uskontoa. Niitä voi tehdä yleiseltä pohjalta. Ja ne voivat silti saada ajatuksen katsojan päähän, jossa tämä kyseenalaistaa jotain vastaavaa omasta elinpiiristään, yhteiskunnastaan, sen nähtyään. V5

Televisiokomedian vaikutukset nähtiin eritoten hienovaraisena vaikuttamisena. Komediaan yhdistettiin monia sellaisia piirteitä, joiden koettiin olevan apuna suostuttelemisprosessissa. Komedian keventävän aspektin koettiin H4:n ja H2:n vastauksissa voivan laskea katsojan emotionaalista vastustusta sisällön mahdollisille viesteille antamalla katsojalle hyvän olon ja mielihyvän tunteen. H4 koki myös komedian voivan vetää puoleensa heterogeenisen yleisön, ja nämä kaikki näkökulmat nähtiin komedian eduksi vaikuttamisen tai vaikuttavuuden suhteen verrattuna puhtaaseen draamaan. Nämä tekijät osasivat siis melko tarkasti eritellä samoja komedian suostuttelevuuden elementtejä, joita tutkimuksessa on nostettu esiin (ks. esim. Borum Chattoo ja Feldman 2020, 45; Moyer-Gusé 2008, 418).

Ehkä se on niin että mä ajattelen että komediolla mä voin ikään kuin semmosta katsojan torjuntaa tai vastustuskykyä joillekin teemoille laskee, että kun ihmisellä on sellainen mukava ja viihtyvä olotila katsoessaan niin sillo se ei, semmosten vakavempien teemojen väliin tuominen tunnu semmoselta naamaan hankaamiselta tai semmoselta toivottamalta tai rasittavalta (naurahtaa). H4

H1, H2 ja H4 kritisoivat yleistä jaottelua draamaan syvällisenä ja komediaan kevyenä sisältönä. Etenkin H2 ja H4 korostivat sitä, kuinka naurun voimaa ei saisi aliarvioida ja pitäisi nimenomaan ymmärtää, kuinka viihteellä ja komedialla voi olla merkitystä jopa enemmän kuin puhtaalla draamalla. H4 toi esiin, kuinka komedia antaa katsojalle enemmän toivoa verrattuna draamaan ja katsojat heittävät todennäköisemmin hanskat tiskiinkin synkän draaman kuin komedian jälkeen. Tätä ilmiötä myös esimerkiksi Borum Chattoo ja Feldman (2020, 46) ovat korostaneet.

Nämä samat kolme vastaajaa (H1, H2 ja H4) myös kokivat, että komedia on parempi keino tuoda esiin omia näkökulmia tai H2:n sanoin herättää yhteiskunnallista keskustelua kuin puhdas draama, koska komediassa on enemmän mahdollisuuksia ja sävyjä tulkita sisältöä (H2), komedia voi kärjistää ja tehdä suurempia väittämiä (H1) ja komedia voi saada katsojan sitoutumaan sisältöön paremmin (H4). Vastaaja H3 toi H1:n tavoin esiin komedian keinoin kärjistämisen voivan toimia myös retorisena keinona.

V5 oli muista vastaajista poiketen taas sitä mieltä, että draaman puolella on helpompi alleviivata tai liputtaa jonkun tietyn asian puolesta kuin komedian. Komedia on hänen mukaansa herkempi arvostelulle, ja tekijät juoksevat hänen mukaansa komediassa usein katsojan perässä: jos katsoja ei tajua komediaa, hän vaihtaa kanavaa, kun taas draaman kohdalla katsoja yrittää ensin ymmärtää ohjelmaa ja kääntyy herkemmin arvioimaan itseään, jos ei ymmärrä sisältöä. Toisaalta myös H1 toi esiin, että draamassa on helpompi alleviivatuksi suositella jotain tiettyä maailmankuvaa kuin komediassa, joka ei opastaessaan ollut hänestä enää hauskaa.

Myös tunteet nostettiin kahdessa vastauksessa oleelliseksi osaksi vaikutusprosessia, mutta ne nähtiin eri kulmista komedian suhteen. V5 koki, että ne kohdat komediassa, jotka pistävät katsojan ajattelemaan ja vetoavat katsojaan, eivät itse asiassa ole niitä komediallisia kohtia vaan enemmän emotionaalisia sisältöjä, joita voi olla hankala löytää esimerkiksi perinteisestä sketsikomediasta. Hän näki siis tunteita herättävät kohdat ikään kuin irrallisena komediasisällöstä ja naurun tehokkuudeltaan epäselvänä vaikuttamisen muotona. H4:n tunnisti myös tunteiden olennaisuuden

vaikutusprosessissa, mutta hän näki sen kiinteästi yhteydessä komediaan. Hän koki yhteiskunnallisten teemojen kulkevan hänen sisällöissään mukana ”draamallisina säikeinä”, ja että hän tarvitsee komedian mukaan ikään kuin välineeksi, jolla hän pystyy käsittelemään näitä aiheita, draamallisia säikeitä, katsojan kannalta vetoavammin. Molemmilla vastaajilla oli siis tavallaan sama käsitys tunteiden vaikuttavasta voimasta, mutta V5 näki sen irrallisena varsinaisesta komediasta kun taas H4 näki tunteet oleellisena osana komedian vaikutusprosessia.

[– –] Ja se mikä vetee sydäntä langoista, liikuttaa ja panee ajattelemaan, on se joka voi varmasti vaikuttaa katsojaan. Se mikä voi varmasti vedota katsojaan. Pelkkä nauraminen... Se on epäselvempi vaikuttamisen muoto, tehokkuudeltaan. V5

[– –] et se on hyvä renki tuo viihde ja sillä kyllä pystyy vaikuttamaan ihmisten tunteisiin, kun vaikutetaan tunteisiin niin sit sitä kautta pystytään vaikuttamaan asenteisiin ihan tosi paljon. H4

Kaikki haastateltavat olivat siis sitä mieltä, että komedia voi ainakin jollain tasolla vaikuttaa katsojaan. Näkemykset vaihtelivat kuitenkin sen suhteen, miten merkittävästi televisiokomedialla nähtiin olevan katsojaan vaikutusta. Tässäkin suhteessa haastateltavien vastaukset oli tyypiteltävissä kahteen ryhmään: niihin, joissa vaikutusten pohtiminen oli varauksellisempaa ja niihin liittyvää epävarmuutta tuotiin selkeämmin esiin (H1, H3, V5), ja niihin, jotka toivat selkeämmin ja varmemmin komedian vaikuttavuutta esiin esimerkiksi sanakääntein ”*todellakin voi*” (H2, H4). Nämä vastausten perusteella tyypitellyt ryhmät noudattivat vastaajien suhteen samaa jakolinjaa kuin yhteiskunnallisuuden teeman kohdalla tyypitellyt vastaukset.

Varauksellisen suhtautumistavan edustajat (H1, H3, V5) toivat vastauksissaan usein esiin vaikutusten epämääräisyyttä ja epävarmuutta siitä, onko vaikutuksia ylipäätään tutkittu. Varsinkin H3 toi esiin, kuinka vaikutuspyrkimys ei saisi olla komediantekijän pääasiallinen motiivi. Nämä vastaajat korostivat sitä, kuinka paasaaminen tappaa usein teoksen hauskuuden, ja kuinka katsojalle tulisi antaa

mahdollisuus tajuta asioita itse. Sisällön vaikuttavuuden koettiin myös vähentyneen esimerkiksi internetin valtavirtaistumisen myötä, kun ihmiset saavat maailmankuvaan vaikuttavaa informaatiota lukuisista eri lähteistä.

No ihan varmaan voi [vaikuttaa] mutta sitä on varmaan aika vaikee ikään kun todistaa, että en mä pysty mittaamaan kuinka paljon mun ajatuksiin on vaikuttanu se fiktio mitä mä oon nähny mutta varmasti jos olisin nähnyt ihan erilaisia juttuja mun elämässä niin voisin olla erilainen ihminen. Mutta kyllä mä väitän että voi totta kai vaikuttaa ja en tiedä tuleeko se semmosen vitsin kautta, komediaa usein syytetään siitä että se normalisoi asioita ja kyllähän se esimerkiksi vaikuttaa ihmisiin että millä tavalla maailma esitetään, että totta kai se vaikuttaa mutta sellasella tavalla millä sata vuotta sitten vielä jollon ihmiset oli vähemmän tietosia mitä ympäröivässä maailmassa tapahtuu kun ei ollu niitä rakenteita kun on nykyään [–] H1

Tätä internetin kasvanutta roolia ja median vuorovaikutussuhteiden monimutkaistumista mediavallan perinteiset vaikutustutkimuksen mallit ja käsitteet eivät ota vielä tarpeeksi huomioon, mitä esimerkiksi Bennet ja Pfetsch (2018, 248–249) ovat kritisoineet.

Lisäksi nämä varauksellisesti tv-komedian vaikuttavuuteen suhtautuneet vastaajat, H1, H3 ja V5, korostivat, ettei komedialla ole suoria tai selviä vaikutuksia katsojaan. Nämä tekijät kokivat, ettei tv-komedia pysty muuttamaan katsojan mielipiteitä. Tässä suhteessa käsitykset noudattelivat sitä yleistä median vaikutustutkimuksen linjaa, ettei media oikeastaan kykene vaikuttamaan mielipiteisiin vaan pikemminkin vahvistamaan jo olemassa olevia asenteita (Kunelius ym. 2010, 50). Haastateltavat H1, H3 ja V5 toivat myös esiin katsojan roolia tässä vaikutusprosessissa. Heidän mukaansa katsoja saa ajatella sisällöstä mitä haluaa, hän saa tietoa maailmasta muualtakin kuin vain tv-komedian kautta ja on loppujen lopuksi katsojasta kiinni, miten tv-komedia loppujen lopuksi tähän vaikuttaa.

[–] Absurdi sketsikomedia ei saa ketään päättämään että hän taitaa elää elämänsä väärin. Se voi jollain hyvin, hyvin kaukaisella alitajuisella tasolla

laittaa ihmisen suhtautumaan huvittuneemmin sen jälkeen elämän tai television eri ilmiöihin. Mutta se luultavasti ei ole erityisen tarkkaa tai älykästä havainnointia, vain yleistä huvittuneisuutta siitä mitä pidetään normina. Pieni anarkismin siemen. On sitten vastaanottajasta kiinni johtaako se ikinä yhtään mihinkään. V5

Myös toisen tyyppin vastausten edustaja H4 toi esiin, ettei katsojan tekemää johtopäätöstä voi määrittellä, mutta hänen mukaansa tekijä antaa kuitenkin katsojalle ainekset tulkintaan (ks. lisää luku 5.2). Haastateltavat H4 ja H2 suhtautuivat tv-komedian vaikutusmahdollisuuksiin huomattavasti toisia tyyppiteltyjä vastauksia varmemmin ja selkeämmin käyttäen esimerkiksi ilmaisuja ”todellakin voi vaikuttaa”. Vaikka he suhtautuivat komedian vaikutusmahdollisuuksiin hyvinkin positiivisesti, toivat niitä esiin positiivisessa valossa ja kokivat komedian pystyvän ehdottomasti vaikuttamaan, hekään eivät kokeneet, että komedia pystyisi radikaalisti muuttamaan esimerkiksi henkilön maailmankatsomusta. Tästäkin huolimatta näiden kahden vastausten perusteella tyyppitellyn ryhmän suhtautumisessa komedian vaikuttavuuteen oli selkeä ero.

[– –] mä en ajattele naiivisti niin että kun natsi katsoo [ohjelman nimi] niin sit se yhtäkkiä muuttuu niin kuin ei-natsiksi (naurahtaa) [– –] H2

4.3 Yhteenveto

Delli Carpinin ja Williamsin (1994, 75) määrittelemä politiikan kolmas taso heijastui kaikkien haastattemieni komediantekijöiden vastauksissa. Komedian yhteiskunnallinen ulottuvuus yhdistyi vastauksissa erityisesti naurun kohteeseen ja jonkun kyseenalaiseksi tekemiseen tai kyseenalaisena naurun keinoin näyttämiseen. Vastaajat näkivät komedian nauravan yleisille totuuksille, maailmankatsomuksille ja asenteille asettaen ne samalla kyseenalaisiksi, ja näin komedian nähtiin olevan jo yhteiskunnallista. Myös tutkimuksessa naurun kohteen valitsemisen on sanottu olevan usein valtapeliä (esim. Hietalahti 2018, 215). Tekijät ajattelivat ihmisten kuvauksen ja komedian tekemien havaintojen kommunikoivan aina tekijän

maailmankuvaa ja arvoja ja olevan näin yhteiskunnallisia. Kaikissa vastauksissa koettiin, ettei komedia voi koskaan olla täysin maailmankatsomuksista vapaa, kuten myös Holm (2017, 6) sekä Gray ym. (2009, 8) ovat huomauttaneet.

Joitain haastateltavia poliittisuuden laaja määritelmä tuntui myös turhauttavan tai sen nähtiin vaarantavan jonkinlaista komedian vapauden ideaalia. Vapaus vitsailla kaikesta mahdollisesta ei kuitenkaan välttämättä ole täydellistä vapautta, kuten Hietalahti (2015, 23) on tuonut Erich Frommiin nojaten esiin. Kolme vastaajaa, H1, H3 ja V5 korostivat vastauksissaan muita vastaajia enemmän tv-komediaa taiteena, ja lähestyivät aihetta ikään kuin taiteen etiikan lähtökohdista käsin: heille oli tärkeää komedian vapaus ja tekijän omaan sisäiseen maailmaan uppoutuminen poliittisen pamfletoinnin sijaan. Näistä käsityksistä voi päätellä, ettei tv-komedian yhteiskunnallista roolia saisi päättää tai määritellä ikään kuin ulkoapäin, vaan tekijöille tulisi jättää vapaus toteuttaa taidettaan ilman odotuksia tai vaateita sen yhteiskunnallisuudesta.

Kuitenkin esimerkiksi Valeniuksen (2000, 171) mukaan toiminnan voi tehdä poliittiseksi jo se, että joillekin asioille annetaan näkyvyyttä, ja tämä toiminta voi olla myös tekijästä riippumatonta (ks. myös Borum Chattoo ja Feldman 2020, 57). Kahden vastaajan, H3:n ja V5:n, mukaan kuitenkin tekijöiden intentio on juurikin se tärkein näkökulma sisällön yhteiskunnallisuutta ulottuvuutta arvioitaessa: sisällön aito yhteiskunnallisuus syntyy heidän mukaansa vasta silloin, kun sisältö tietoisesti tai tarpeeksi nojaa yhteiskunnalliseen tai poliittiseen suuntaan. Yhteiskunnallisuus ja poliittisuus nähtiin siis näissä käsityksissä olevan ikään kuin valinta, ei sisältöön sisäänkirjoitettu ominaisuus tai mahdollisuus. Williamsin ja Delli Carpinin (2011, 122;124–125) poliittisesti relevantin median määritelmässä on jotain samaa kuin näissä käsityksissä. Nämä tutkijatkaan eivät ole pitäneet hyödyllisenä sitä, että kaikenlainen sisältö nähtäisiin automaattisesti poliittisesti relevanttina, vaan heidän mukaansa poliittisesti relevantti media syntyy siinä diskursiivisessa ympäristössä, jossa se esiintyy, eli on aina tilannekohtaista. Näin sen voisi ajatella muun muassa syntyvän juurikin näiden haastateltavien mainitsemisissa tilanteissa, kun poliittisuus tai yhteiskunnallisuus on tietoisesti saavutettua tai sisältö nojaa tarpeeksi yhteiskunnalliseen tai poliittiseen suuntaan.

Kolme haastateltavista ei kokenut tietoisesti mieltävänsä sisältönsä yhteiskunnallista ulottuvuutta työtä tehdessään, kun taas kaksi vastaajaa kertoi avoimesti, miten he tietoisesti pyrkivät myös käsittelemään yhteiskunnallisia teemoja työssään. Se nähtiin mahdollisuutena ja jopa velvoitteena television katsojamäärien vuoksi. Mielenkiintoista oli, että nämä tyypiteltyt vastaukset jakautuivat myös vastaajien itse määrittelemän sukupuolen mukaan. Miesvastaajat (H1, H3, V5) eivät miettineet työtään yhteiskunnallisista lähtökohdista, suhtautuivat vastauksissaan varauksellisemmin tv-komedian mahdollisiin vaikutusten merkittävyyteen ja korostivat katsojan valtaa tulkita sisältöjä oman mielensä mukaisesti. Naisvastaajat (H2, H4) kertoivat taas avoimesti yhteiskunnallisten teemojen olevan läsnä heidän työssään ja he suhtautuivat varmemmin komedian vaikutusten merkittävyyteen. Nämä vastaajat kykenivät myös erittelemään melko tarkasti tiedostamiaan komedian suostuttelevia elementtejä heterogeenisten yleisöjen houkuttelemisesta naurun aiheuttamaan torjunnan laskuun, joita esimerkiksi myös Borum Chattoo ja Feldman (2020, 45) sekä Moyer-Gusé (2008, 418) ovat nostaneet esiin. Tästä ei voi vetää mitään tilastollisia johtopäätöksiä, mutta huomio sukupuoli-identiteettiä noudattavasta jakolinjasta voi avata mielenkiintoisia tutkimuskohteita tulevaisuuteen.

Vaikutuksiin liittyvissä vastauksissa kultivaatioteoreettinen näkemys (ks. Gerbner ym. 1986) television maailmankatsomukseen vaikuttamisesta ja asioiden normalisoinnista oli vahvasti läsnä. Jokainen tekijä mainitsi myös komedian mahdollisuuden antaa katsojalle uusia näkökulmia, mikä tutkimuksessa tunnetaan *priming*-efektinä (Castells 2009, 204). Komediaan liittyvän kärjistämisen nähtiin olevan keino tehdä suurempia väittämiä, ja suurimmassa osassa vastauksia komedian nähtiinkin olevan parempi keino vaikuttaa tai tuoda esiin tekijän omia mielipiteitä kuin draama. Haastateltavien vastauksissa toistui siis monia samoja näkökantoja komedian mahdollisesta vaikuttavuudesta, joita myös mediatutkimus on nostanut esiin. Komedian potentiaalinen yhteiskunnallinen rooli vaikutusten osalta tiedostettiin, mutta käsitykset sen merkittävydestä vaihtelivat, niin kuin ne vaihtelevat akateemisessa tutkimuksessakin.

5 TEKIJÖIDEN TYÖ JA ROOLI

Tässä luvussa siirryn sisältöön liittyvistä käsityksistä tekijöiden käsityksiin heistä itsestään ja heidän työstään. Ensimmäisessä alaluvussa erittelen tekijöiden käsityksiä liittyen heidän oman työhönsä ja sen tavoitteisiin. Tämä alaluku vastaa tutkimukseni toiseen tutkimuskysymykseen. Toisessa alaluvussa keskiössä ovat tekijöiden käsitykset liittyen heidän omaan valta-asemaansa, ja kolmannessa alaluvussa tarkastelen tekijöiden käsityksiä vastuusta. Nämä kaksi jälkimmäistä alalukua vastaavat kokonaisuudessaan tutkimukseni kolmanteen tutkimuskysymykseen.

5.1 Oma työ ja sen tavoitteet

Kaikki haastateltavat luettelivat yleisiä tavoitteita tekemälleen sisällölle, kuten että sen tulee ensisijaisesti naurattaa ja olla laadukas, ehjä tarina ja avautua katsojalle niin kuin se on tarkoitettu. Haastateltavat toivat esiin myös monia samoja syitä sille, miksi he tekevät komediaa juuri televisioon. Syiden joukossa olivat esimerkiksi television suurempi yleisö sekä televisiotuotantojen nopeus verrattuna elokuvaan tai teatteriin. Neljä viidestä haastateltavasta mainitsi myös uusien näkökulmien antamisen omaksi tavoitteekseen, mikä muistuttaa *priming*-efektin kaltaista toimintaa.

Haastateltavien vastaukset jakaantuivat kuitenkin jälleen kahteen tyyppiin siinä, miten tietoisesti he näkivät omat pyrkimyksensä viestiä tai sanoa sisällöllään jotain. Nämä tyypiteltyjen vastausten perusteella muodostetut ryhmät noudattivat samoja jakolinjoja tekijöiden suhteen kuin aiemmissakin teemoissa. Ensimmäisen tyyppin vastaukset, joihin kuuluivat H1, H3 ja V5, totesivat, etteivät tietoisesti pyri sanomaan sisällöllään mitään. Samalla he kuitenkin tiedostivat, että he saattavat tästä huolimatta sanoa ja sanovatkin sisällöllään aina jotain esimerkiksi alitajuntaisesti, vaikka eivät niin tarkoittaisikaan. Tämä ei kuitenkaan H1:n ja H3:n kohdalla tarkoittanut sitä, etteivät he pohtisi, mitä heidän tekemänsä komedia tulee sanoneeksi ja hyväksyvätkö he sen sanoman. Tv-komedialla jonkun viestiminen tai jonkun sanominen nähtiin kuitenkin enemmän sivutuotteena kuin tekemisen

keskiössä olevana asiana. Sen ei nähty olevan tekemistä ohjaava tekijä, vaan enemmänkin vahinko tai tekemisen sivujuonne, joka tapahtuu jos tapahtuu ja joka huomataan mahdollisesti vasta myöhemmin. Esimerkiksi H3 totesi häntä kiinnostavan nauru, joka auttaa katsojia oivaltamaan uusia asioita, mutta oikeutus oivalluksen antamiseen syntyi hänestä siitä, ettei tekijän ensisijainen päämäärä ole saarnata tai väittää jotain katsojalle. Nauraminen oli hänestä eettisesti ainoa oikea tavoite komedialle.

[– –] Mutta kyllä samaan aikaan mun jutut myös ottaa kantaa väkisinkin koska ne puhuu aiheista jotka on ihmisiä mietityttäviä. H1

[– –] Se [ettei pyri sanomaan tai viestimään sisällöllä jotain] ei tarkoita ettenkö sanoisi tai viestisi tekemälläni sisällöllä jotain. Mutta se ei koskaan ole päämäärä. Se ei koskaan ole alkusysäys. Se ei missään nimessä ole prosessin johtotähti. V5

[– –] mua kiinnostaa ennen kaikkee se nauru, joka sytyttää uusia lamppuja päähän että aaa, niin niin, noinhan se vähän on muuten. Et sellanen provokatiivinen kärjistäminen voi joskus toimii tämmösenä retorisenä keinona, jossa alleviivataan pointtia ja komedia antaa luvan alleviivata sitä pitkällekin. Mutta se oikeutus sen tekemiseen syntyy mun mielestä siitä että se pääasiallinen motiivi ei ole saarnata tai väittää. Usein ne ne väitteet tulee sinne vähän niinku vahingossa, että ensin on jo se idea ja sit mä myöhemmin huomaan et täähän väittää tämmöstä, ja jos se väite on musta ihan ok niin mul ei oo mitään ongelmaa että se väite on siellä [– –] H3

Näille vastaajille siis tv-komedialla jonkun tietoisesti sanominen, viestiminen tai jopa vaikuttaminen ei ollut työssä keskeistä, samalla tavalla kuin edellisessä luvussa toin esiin, etteivät televisiokomedian yhteiskunnalliset puolet tai niiden pohtiminen olleet näiden samojen vastaajien työssä aktiivisesti läsnä. Näissä käsityksissä näkyy jälleen vahvasti komedian tarkastelu taiteena, jolla on tiettyjä arvoja ja johon ei ensisijaisesti kuulu tavoitteellinen vaikuttamispyrkimys tai pyrkimys jonkin väittämiseen. Erityisesti H3 korosti, kuinka komediantekijän tulisi ensisijaisesti pyrkiä tekemään

hauska ja hyvä tuote ja tutkia omaa sisintään taiteellisen prosessin mukaisesti. H1 ja V5 taas korostivat, että tietoiset pyrkimykset vaikuttaa tai sanoa jotain komediassa saattavat rampauttaa itse teoksen, eli tuhota sen hauskuuden. Päämäärätietoisuus tai tavoitteellisuus nähtiin uhkana komedian vapauden ideaalille ja sen ensisijaiselle tavoitteelle eli naurattamiselle.

[– –] Mutta sellasta että mä haluaisin tietoisesti muuttaa ihmisten mieliä niin sellasta ei oo koska se kyllä tuhoaa hauskuuden heti jos alkaa saarnaamaan.

H1

Toisen tyyppin vastaajat (H2, H4) mainitsivat suoraan vaikuttamiseen liittyviä tavoitteita vastauksissaan. He halusivat tietoisesti antaa ja näyttää katsojille sisältöjensä kautta uusia näkökulmia maailmasta ja ihmisistä. He halusivat myös sisällöillään vahvistaa heille tärkeitä teemoja ja arvomaailmoja, kuten tasa-arvoa ja oikeudenmukaisuutta. Tällaisia tavoitteita voi verrata *agenda setting* -teorian kaltaiseen asioille huomion ja tilan antamiseen ja samalla niiden tärkeäksi tekemiseen (ks. esim. Castells 2009, 203–204) sekä *priming*-teorian mukaiseen uusien näkökulmien tarjoamiseen (ks. esim. Castells 2009, 204). H4 myös kertoi, että draamakomedia ja ylipäättään fiktio ovat muodostuneet hänelle tavoiksi näyttää ihmisille sellaisia puolia maailmasta ja ihmisyydestä, joihin katsojat eivät tavallisessa arkipäivässään välttämättä törmää tai tutustu. Hän tiedosti lukuisia komedian suostuttelevia elementtejä, ja totesi näiden olevan myös syitä sille, miksi hän kertoo tarinoita juuri komedian muodossa.

Lisäksi H2 koki, että hän voi omilla viihteellisillä sisällöillään integroida yhteiskunnallisia ja poliittisia sisältöjä katsojien elämään ja tehdä niistä kiinnostavia. Kyseinen vastaaja toi myös esiin, kuinka itselle tärkeiden teemojen vahvistaminen ja uusien näkökulmien antaminen vaatii tekijältä tietoista prosessointia, sillä usein tekijä saattaa alitajuisesti vahvistaa sellaista kuvastoa esimerkiksi tietyistä sukupuolista, mitä mediakulttuuri on aikaisemmin välittänyt ja millaiselle kuvastolle hän itse on altistunut. Tämän käsityksen voi katsoa haastavan sitä ajatusta, että media seurailisi vain jo muutenkin julkisuudessa olevia puheenaiheita uusien aiheiden nostamisen sijaan (Kunelius ym. 2010, 398). Tekijät voivat siis myös tietoisesti

pyrkiä taistelemaan tätä vastaan valitsemalla aiheita, jotka heille ovat tärkeitä, vaikkakin monien haastateltavien puheissa nousikin esiin se, että ideat ja havainnot komediaan tulevat siitä, mitä ympärillä maailmassa tapahtuu.

Nämä vastaajat, H2 ja H4, kokivat kuitenkin näistä tavoitteistaan huolimatta, ettei heillä ole mitään tietoisista agenda. Itselle tärkeiden asioiden tai teemojen esiin tuominen ja pyrkimys vaikuttaa nähtiin siis heidän vastauksissaan agendasta erillisenä asiana, enemmän toiveiden kaltaisina ajatuksina kuin selvänä päämääränä. He kokivat, ettei heidän tehtävänsä ole sanoa katsojalle miten asiat ovat, vaan ikään kuin pohdiskella katsojan kanssa yhdessä ja tarjota tälle uusia näkökulmia niin, että jokaisella katsojalla on mahdollisuus tajuta asiat itse.

[– –] semmoseen didaktiseen sisältöön mä en usko. Mä ajattelen että jos mulla on selvä agenda, siis se on mun mielestä pikkusen vaarallista koska mä en voi tietää eikä mun ei kannata ajatella olevani sen viisaampi tai tietäväni sen enempää kuin kukaan muukaan. Et mä en nosta itseäni katsojan yläpuolelle siinä että mä tietäisin paremmin. Mutta mä käytän ammattitaitoani siihen että mä pyydän katsomaan ja asettelen lohkareita sellaiseen asentoon että niitä voisi katsoa eri näkökulmasta mutta sitä johtopäätöstä mä en pysty enkä (ei saa selvää) määrittellä. H4

Tässä näkyy siis selvä näkemysero tyypiteltyjen vastausten välillä: H2 ja H4 kokivat, ettei komedian kautta tai avulla tietoinen asioiden käsitteleminen tai katsojan niille altistaminen vaaranna jotain komedian ideaalia tai perusluonnetta. Agenda ei ollut heille sama kuin vaikutukseen pyrkiminen tai asioiden esiin tuominen, vaan ne nähtiin enemmänkin hienovaraisina toiveina, jotka antavat katsojalle mahdollisuuden tehdä loppupäätelmän itse. Tavoitteellisuus tai itselle tärkeiden asioiden esiin tuominen ei nähty sormen heristelynä tai saarnaamisena, vaan hienovaraisena komedian kautta herkkien aiheiden esiin tuomisena. Toinen vastausten perusteella tyypitelty ryhmä, johon kuuluivat vastaajat H1, H5 ja V5, korosti vastauksissaan taas enemmänkin riskejä, eli kuinka päämäärätietoisuus voi tuhota hauskuuden sekä komedian vapauden ideaalin, ja kuinka jonkun asian sanominen ei saisi olla komedian ensisijainen päämäärä. Vaikuttamiseen liittyvät teemat nähtiin ikään kuin

siis suoraan yhteydessä tai synonyymina agendalle. Kysyttäessä myös H2 tunnisti ja toi esiin, miten jonkun sisällön selvä agenda ja jonkun asian ”naamaan hierominen” alkaa myös häntä ärsyttää, mutta tämä ei silti poissulkenut omia tavoitteita tai hienovaraista vaikuttamista. Käytännössä tekijät olivat siis samaa mieltä siitä, ettei liian selkeä saarnaaminen yleisölle toimi, mutta heidän suhtautumisessaan teemaan ja vastauksissaan oli silti selkeä ero.

5.2 Tekijöiden valta

Vallan teemasta tyypittelin haastateltavien vastaukset kahteen tyyppiin: joko vastaaja koki itsellään selkeästi olevan televisiokomediantekijänä valtaa katsojaan (H2, H4) tai sitten valtakäsitys oli epämääräinen tai hän ei nähnyt itsellään suoraan valtaan katsojaan (H1, H3, V5). Tässäkin suhteessa vastaukset ja käsitykset noudattivat aikaisemmista teemoista tuttua jakolinjaa ja tekijöiden sukupuolijakoa.

Kaksi vastaajaa, H2 ja H4, näkivät oman valtansa ja vastuunsa televisiokomedian tekijänä selkeästi. He toivat esiin, kuinka tekijällä on valtaa näyttää asioita ja ihmisiä tiettyssä valossa sekä valta siihen, mitä sisältö katsojalle välittää. Toisen vastaajan, H2:n, mielestä valtaa oli jo mahdollisuus tuoda omaa tekstiään muiden kuultavaksi. Nämä käsitykset rinnastuvat symboliseen vallan ajatukseen siitä, että valtaa on näyttää asioita tiettyssä valossa ja ylipäätään tuoda oma sisältönsä ihmisten nähtäville. Tekijöiden valta oli näille haastateltaville itsestään selvä asia.

[– –] kyl se on vallankäyttöä jos miljoona ihmistä kuuntelee mun kirjottamaa tekstii, et mun mielest on valheellista jos joku vastaa sulle tähän et ei oo niin sit mun tekis mieli kysyy niiltä et mitä, mitä helvettiä et tottakai on, jos se ei ole valtaa niin mitä se sit on, kyl se sitä on. [– –] H2

Toisen tyyppin vastauksissa, jota edustivat H1, H3 ja V5, vallan liittäminen itseen tuntui tekijöistä vieraalta ja epämääräiseltä. Vain V5 oli selkeä siitä, ettei hänellä ole katsojaan mitään valtaa, sillä katsoja ei hänen mukaansa tottele tv-komedian tekijää. Hän totesi katsojien voivan tulkita tv-komediasta mitä erilaisempia asioita, eikä

tekijällä ollut tähän hänen mielestään mitään valtaa. H1 ja H3 liittivät joitain valtaan liittyviä näkökulmia itseensä; H1 totesi olevansa osa porukkaa, jolla on valtaa siihen, millaisia tarinoita kerrotaan, missä heijastui kollektiivisen vallan käsitys (ks. Heiskala 2001, 243); H3 totesi katsojien katsovan hänen läpi suodattunutta maailmankuvaa, missä taustalla saattoi olla taas symbolisen vallan käsitys. Samaan aikaan nämä vastaajat, H1 ja H3, kuitenkin kokivat, ettei heillä oikeastaan ole valtaa katsojaan. Käsitys vallasta oli heillä yhteydessä komedian vaikuttavuuden käsityksiin: koska heidän mukaansa komedian vaikutuksia oli hankala mitata tai todistaa, oli tekijän valtakkin tämän vuoksi epämääräistä. Nämä tekijät eivät kokeneet valtana mahdollisuutta nostaa asioita esiin, ja he viittasivat katsojaan suurempana valtapolitiikan pitäjänä: katsoja sai heidän mukaansa ajatella sisällöstä mitä haluaa, eikä komediantekijän koettu voivan hallita katsojan tulkintaa. Katsojan ei nähty automaattisesti totelevan televisiokomedian tekijää.

Näiden H1:n, H3:n ja V5:n vastausten taustalla vaikuttaa weberiläinen käsitys vallasta resurssina, jonka mukaan valtaa on, jos toisen tahto näkyy toisen toiminnassa vastustuksesta huolimatta (Weber 1978, 53). Koska näiden tekijöiden mukaan tekijän valta ei näy katsojan toiminnassa katsojan kyetessä tekemään myös omia tulkintojaan eikä komedian vaikutuksia katsojaan voi todistaa tai mitata, ei tekijällä ole resurssinäkökulman mukaisesti katsojaan valtaa.

[– –] Mutta (taukoa), en mä tiedä mikä se valta sit kuitenkaan on, et heillähän [katsojilla] on täys oikeus ajatella siitä [sisällöstä] ihan mitä vaan tai katsoa jotain muuta, vaihtoehtoja on, et mä oon vaan, mul on semmonen mahdollisuus että mä saan mun näkemykseni tonne näkyville ja oon saanu (taukoa), ja sit ne on vapaata riistaa tietyl tavalla, en mä tiedä mikä se mun valta siin on. H3

Myös internetin kasvanut rooli tuotiin tämän vastausten perusteella tyypitellyn ryhmän vastauksissa esille. Internetin koettiin jopa kasvattaneen katsojan valtaa: H1:n ja H3:n mukaan ihmiset pääsevät kaikenlaiseen tietoon käsiksi internetin välityksellä ja voivat luoda omia todellisuuksiaan sosiaalisessa mediassa samanmielisten kanavilla, eivätkä yksittäiset asiat kuten tv-komedia vaikuta katsojien

näkemyksiin enää samalla tavalla kuin mahdollisesti aiemmin. Tätä myös Bennet ja Pfetsch (2018, 248–249) ovat tuoneet esiin kritiikkinä jämähtäneille mediavallan teorioille.

[– –] mä en tiedä me eletään niin moniäänisessä maailmassa nykyään että mä luulen että se valta mikä viihteellä on ollu, on ollu sellasena aikana jollon se on ollu ainoo mitä meillä on, eli kun jätetään internet pois. H1

Myös tekijät, jotka kokivat tekijöillä olevan valtaa (H2 ja H4), toivat esiin katsojalla olevan enemmän valtaa sosiaalisen median aikakaudella, kun jokainen voi esimerkiksi saattaa palautteensa jostain ohjelmasta sosiaalisen median kautta suurelle yleisölle nähtäväksi. Sen ei kuitenkaan nähty poissulkevan tekijän valtaa. H4 perusteli, että tekijä antaa aina ainekset katsojan tekemään tulkintaan, eli katsojan tulkinta on aina riippuvainen tekijän tulkintaan antamista aineksista. Symbolisen vallan näkökulman lisäksi tässä käsityksessä on läsnä näkökulma vallasta epätasaisesti jakautuvana resurssina: vaikka katsojalla olisikin mahdollisuuksia toimia oman mielen mukaisesti esimerkiksi tulkinnan suhteen, tekijällä on silti enemmän valtaa, koska hän kykenee omilla päätöksillään ohjaamaan katsojan tekemää tulkintaa eli katsojan toimintaa.

No se tulkintahan, siis tietysti katsojalla, katsojalla on (ei saa selvää) mutta ne ainekset tarjoilee tekijä. Ja se vastuu on nimenomaan siitä et millasia aineksia tarjoilee [– –] H4

Lisäksi H3 toi esiin, että häneen itseensä kohdistetaan myös tekijänä paljon valtaa eikä hänellä ole itsenäistä positiota tehdä tv-komediaa. Hän koki toimivansa rakenteen sisällä, jossa eri tahot kuten tuotantoyhtiöt, kanavat ja tilaajat kohdistavat häneen vaatimuksia ja valtaa. Tässä käsityksessä näkyy Foucaultin rakenteellinen valtakäsitys vallasta suhteiden verkostona (ks. Heiskala 2001, 244–245). H3 koki tämän häneen kohdistetun vallan olevan ristiriitainen tai vastakkainen omalle valtapositiolle: hän ikään kuin koki, että taholla, johon kohdistetaan valtaa ei voisi samaan aikaan olla myös valtaa, tai että hänen mahdollinen valtansa tekijänä ei ole niin merkittävää, koska myös häneen kohdistetaan jatkuvasti paljon valtaa.

Komediantekijät tosiaan toimivat positiossa, johon kohdistetaan vaatimuksia ja muutostoiveita jatkuvasti. Vallan voisi tässä tapauksessa käsittää myös kollektiivisena suhteiden verkostona, jossa eri tahot käyttävät kollektiivisesti valtaresurssejaan, eli tv-komedian tekijät ja tilaajat käyttävät yhdessä valtaansa katsojaan.

5.3 Tekijöiden vastuu

Vastuun teeman osalta komediantekijöiden käsityksistä oli löydettävissä eniten eroja ja vähiten samankaltaisuutta. Yksi tekijä ei kokenut itsellään olevan vastuuta komediantekijänä, kun taas neljä tekijää koki heillä olevan vastuuta komediantekijöinä. Käsitykset vastuun luonteesta kuitenkin vaihtelivat paljon näillä tekijöillä, jotka vastuusta itsellään kokivat olevan. Koska haastateltavien käsityksissä vastuusta oli vähiten selviä yhtäläisyyksiä, käsittelen niitä tässä osiossa pääosin haastateltava kerrallaan kooten kuitenkin lopuksi yhteen tekijöiden vastausten yhteiset piirteet ja peilaten niitä globaalien yhteiskunnallisen vastuun periaatteisiin.

Libertaristinen käsitys vastuusta heijastui yhden haastateltavan (V5) näkemyksissä, joka oli selkeästi sitä mieltä, ettei hänellä ole vastuuta komediantekijänä. Hän näki vastuun olevan ristiriidassa komedian vapauden ideaalin kanssa, sillä hänen mukaansa komedian täytyy olla ennen kaikkea vapaa. V5:n vastuuseen liittyvien käsitysten taustalla vaikuttivat ajatukset siitä, että olisi olemassa jonkinlainen yleinen sanoilla määrittelemätön ideaali, mikä on hyvää komediaa. Hän luetteli jopa hieman runollisesti määritteitä hyvälle komedialle, kuten että hyvä komedia on hyvää, vaikka joku pitäisikin sitä epäsovivana, ja huono komedia kuolee omaan mahdottomuuteensa. V5:n käsitykset vastuusta heijastelivat myös hänen käsityksiään vallasta: hänen mukaansa komediantekijällä ei ollut valtaa katsojaan, ja tämän vuoksi komediantekijällä ei ollut hänestä myöskään vastuuta.

Komedian pitää olla vapaa. Komedia joka on huonoa, kuolee ihan omaan mahdottomuuteensa. Komedia joka on hyvää, on hyvää, vaikka se olisi jonkun ärsyyntyneen mielestä epäkorrektia. [– –] V5

Haastateltava H2 totesi suoraan omissa vastauksissaan, ettei vastuun ottaminen omista tekemisistä ole hänestä komedian tai taiteen rajoittamista. H2, samoin kuin vastaaja H4, kokivat itsellään olevan selkeästi vastuuta komediantekijänä. Heidän käsityksissään vastuuseen kuului, että heidän tulee käyttää heille annettu näkyvyyden tila vastuullisesti, ”hyvin” ja omien arvojen mukaisesti. Lisäksi vastuuseen kuului se, että heidän tulee vastata sisällöstä ja osallistua keskusteluun jos joku heidän tekemästään ohjelmasta kriittisesti jotain kysyy. H2:n mukaan hänellä on tekijänä myös vastuu pohtia, mitä hänen tekemänsä sisältö oikeastaan rivien välistä sanoo.

Nämä käsitykset vastuusta olivat yhteydessä valtaan, jota nämä vastaajat H2 ja H4 kokivat itsellään tv-komedian tekijöinä selkeästi olevan. He saivat omasta mielestään tehdä sisältöjä julkisesti nähtäville, heillä oli mahdollisuus työnsä kautta käyttää komedian suostuttelevia työkaluja, vahvistaa ennakkoluuloja sekä stereotypioita, aiheuttaa vihaa ja painaa muita alas, joten näin ollen he kokivat heillä olevan myös vastuuta.

[– –] Et jos saa sitä lähetysaikaa ja et sitä sun juttuas markkinoidaan hyvin niin onhan siinä nyt ihan helvetillinen vastuu ettei sitä käytä mihinkään niinku pahuuteen (nauraa). H4

Näissä H2:n ja H4:n vastuun käsityksissä on selkeästi nähtävissä samanlaisia periaatteita kuin globaalin yhteiskunnallisen vastuun teorian ihmisarvon kunnioittamisen sekä vahingon tuottamisen välttämisen periaatteissa: koska nämä tekijät kokivat heillä olevan valtaa, he kokivat, että heidän tulee välttää vahingon tuottamista sillä vallalla ja kunnioittaa esimerkiksi ihmisarvoa haitallisia stereotypioita välttämällä. Molemmat vastaajat toivat vastuun käsityksissään esiin myös omien arvojen noudattamisen: se, mikä heidän mielestään oli vastuullista, oli sidoksissa heidän omiin arvoihinsa ja siihen, minkä he näkivät hyvänä.

Myös vastaajat H3 ja H1 näkivät itsellään olevan vastuuta tekijöinä. Vastuun luonne oli kuitenkin selkeästi erilaista kuin H2:lla tai H4:lla. H3:n ja H1:n käsitykset erosivat myös paljon toisistaan, ja tämän vuoksi erittelen molempien vastaajien

käsityksiä vastuusta erikseen. H3:lla käsitys vastuusta oli yhteydessä teoksen laatuun. Hän koki olevansa ennen kaikkea vastuussa teoksen laadusta eli hyvästä ja ehjästä tarinasta. Tämä teoksen laatu sisälsi hänelle teoksen eettisen aspektin eli sen, että hänestä on hyväksyttävää nauraa jollekin ja nauru kohdistuu hänestä oikein. Näissä hyväksyttävän ja oikein kohdistetun naurun periaatteissa on paljon samaa kuin globaalien yhteiskunnallisen vastuun teorian ihmisarvon kunnioittamisen ja vahingon tuottamisen välttämisen periaatteissa: kohdistamalla nauru oikein pyritään kunnioittamaan kohteen ihmisarvoa ja välttämään tarpeetonta vahinkoa.

Kuitenkin H3:n käsityksissä korostuivat myös tekijän omat arvot ja vastuu niille. H3:n koki tarinoilla olevan vaikutusta siihen, miten maailma nähdään, ja tämän vuoksi komediantekijän pitää kertoa, miten maailma hänen mielestään toimii, sillä se oli H3:n mukaan ainoa asia, jonka tekijä voi itse asiassa katsojalle antaa. Vastuuseen kuului hänen käsityksensä mukaan siis se, että tekijä on rehellinen omille arvoilleen ja näkemyksilleen ja noudattaa komedian tai taiteen perusideaalia tai prosessia tekijän oman sisäisen maailman kaivelemisesta (ks. edellä luvut 4.1 ja 5.1), eli toisin sanoen kommunikoi katsojille omia arvojaan ja näkemyksiään. Rehellisyyden arvo, jonka voi katsoa olevan yhteydessä myös globaalien yhteiskunnallisen vastuun teorian totuuden kertomisen periaatteeseen, oli siis hyvin vahvasti läsnä tämän tekijän ajattelussa.

H1 näki itsellään olevan luonnollisesti vastuuta tekemisistään. Hän koki, että komediaan itsessään sisältyy jo hyvän ideaaleja sen kautta, että komedian pitäisi *punch up* eli lyödä niin sanotusti ylöspäin. Myös H3 toi vastauksissaan esiin tämän komedian kultaisena sääntönä tunnetun termin. Tässäkin käsityksessä vastuusta ovat läsnä globaalien yhteiskunnallisen vastuun ihmisarvon kunnioittamisen ja vahingon tuottamisen välttämisen periaatteet: noudattamalla periaatetta, jonka mukaan komediaa ei kohdistettaisi jo ennestään haavoittuvassa asemassa oleviin, vältetään tarpeetonta vahingon tuottamista ja kunnioitetaan ihmisarvoa.

Myös H1:n vastuun käsityksissä tekijän omat arvot olivat läsnä. Hänen mukaansa jokaisella on oikeus olla sitä mieltä, mitä he ovat ja tehdä komediaa omien arvojen mukaisesti, mutta jos oma maailmankuva suhtautuu esimerkiksi naisiin

halventavasti, hänen mukaansa tekijän pitäisi pystyä ottamaan sitä koskeva kritiikki vastaan. Komediantekijän vastuuseen sisältyi H1:llä siis myös kritiikin vastaanottaminen, kuten myös selkeästi H2:lla. Lisäksi H2 koki, että tekijöiden on hyväksyttävää puolustaa omaa työtään ja olla kritisoijien kanssa eri mieltä: tärkeintä hänestä olisi, että keskusteluun ylipäättään osallistuttaisiin.

Muista tekijöistä poiketen H1 toi esiin näkökulman, jonka mukaan vastuun laatu ja määrä olisi riippuvainen myös sisällön aiheesta ja siitä, miten paljon katsojat saavat tästä aiheesta tietoa muista kanavista. Jos komediaa tehtäisiin aiheesta, josta katsojat eivät saisi muuta kautta tietoa, komedialla voisi hänen mukaansa olla enemmän vaikutusta ja näin ollen vastuuta. Koska tämän päivän mediamaaisemassa hänen mukaansa katsojalla on pääsy lukuisiin tietokanaviin, yksittäisen mediavälineen kuten tv-komedian valta oli hänestä vähentynyt, ja tämän vuoksi myös vastuun määrä oli hänestä vähentynyt. Hän näki vastuun määrän siis kiinteästi yhteydessä vallan ja mahdollisten vaikutusten määrään.

Kaikilla näillä neljällä tekijällä, jotka näkivät itsellään tekijöinä vastuuta, vastuun käsityksissä olivat siis läsnä globaalin yhteiskunnallisen vastuun teorian ihmisarvon kunnioittamisen ja vahingon tuottamisen välttämisen periaatteet. Kaikki nämä vastaajat toivat vastauksissaan kuitenkin myös esiin tekijöiden omat arvot ja oikeuden, jopa velvollisuuden, niiden seuraamiseen. Tekijän omat arvot ovat väkisinkin läsnä esimerkiksi vahingon tuottamisen välttämisen periaatetta noudatettaessa, sillä komedian kohdalla on vaikeaa saavuttaa yksimielisyyttä siitä, mikä aiheuttaa vahinkoa ja mikä ei (ks. Peifer 2012, 273–274). Globaalin yhteiskunnallisen vastuun teorian taustalla tärkeimpänä periaatteena on kuitenkin ihmiselämän kunnioittaminen, josta periaatteessa kaikkien ihmisten kulttuurista riippumatta voisi kuvitella olevan samaa mieltä (ks. Christians ja Nordenstreng 2004, 20–21).

On kuitenkin mielenkiintoista pohtia, miten tekijöiden omien arvojen painottuminen vastauksissa suhteutuu globaalin yhteiskunnallisen vastuun teorian totuuden kertomisen ideaaliin, joka ei yksiulotteisena totuuteen pyrkimisen periaatteena noussut haastateltavien vastauksissa esiin. Peiferin (2012) sovelluksessa totuuden

kertomisen ideaali liitetään komediassa enemmän yleisiin faktoissa pysymisen periaatteisiin, mutta tänä päivänä faktat ovat yhä enemmän myös mielipidekysymyksiä. Mielenkiintoinen kysymys onkin, muuntautuuko tämä totuuden kertomisen periaate tänä päivänä enemmän *rehellisyyden* arvoksi, eli omille arvoille totuudellisena pysymiseen. Komedia ei ole samalla tavalla totuudenmukaista kuin faktojen välittämiseen perustuva journalismi, mutta komedian kohdalla totuuden kertominen voisi tarkoittaa esimerkiksi autenttisuutta ja rehellisyyttä tekijän omille arvoille. Rehellisyyden periaatteen mukaan tekijän tulisi siis olla katsojalle rehellinen siitä, miten asiat hänen mielestään ovat.

Julkinen keskustelu liittyen komedian vastuuseen nousi myös joissain vastauksissa esiin ja nostin sen myös erikseen keskusteluun haastattelujen loppupuolella. Kaikkien paitsi yhden vastaajan mielestä komediantekijöiden vastuu on enemmän esillä julkisessa keskustelussa kuin aiemmin. Tekijöiden käsitykset erosivat kuitenkin siinä, oliko tämä heille positiivinen vai negatiivinen asia. Vastaajat H3 ja V5 kokivat, että lisääntynyt keskustelu rajoittaa komedian tekemistä. Vaikka H3 nosti hänen mielestään positiivisena asiana esiin, että nykyisenkaltainen julkinen keskustelu voi pysäyttää joitain vitsejä lähtökuoppiinsa, sen arvioinnin pitäisi hänen mukaansa tapahtua tekijöillä automaattisesti ilman pelotetta. Nykyinen ilmapiiri koettiin herättävän pelkoa ja varovaisuutta niin tekijöiden kuin tilaajienkin kohdalla, ja sen pelon koettiin rajoittavan sisältöjen luomista: tekijöiden ei koettu uskaltavan ajatella ideoitaan loppuun asti, ja tiettyjä aiheita kartetaan. Keskustelukulttuuri tuntuu iskevän haastateltavien näkemyksissä nousseeseen komedian vapauden ideaaliin. Keskustelu nähtiin hyvin polarisoituneena.

[– –] Komediaan on astunut jotain jota en kymmenen vuotta sitten olisi voinut uskoa todeksi, vaan olisin pitänyt ihan sketsinä: Tekijät pelkäävät. Silloin on kyllä tosi hankala keksiä mitään hauskaa, jos joka sana pitää miettiä että tuleeko tästäkin nyt turpaan. Siinä vaiheessa kun komediassa ei saa kuvata muita kuin oman kaltaisiaan, ja kiellettyjen sanojen lista on pienen kirjan paksuinen, katson että eläkepäivät eivät voisi itselleni tulla nopeammin. V5

[– –] Et semmonen moraalinen paniikki on ongelmallinen ilmiö, et ihmiset ei uskalla edes ajatella niitä ideoitaan loppuun asti koska ne pelkää et niist tulee vääränlaisia. Ja mä en tiedä miten voi tehdä komediaa tai taidetta jos et sä uskalla tutkia sun omia ideoita. H3

H2 ja H4 kokivat, että vastuusta on aina puhuttu, mutta nyt eri tavalla ja eri laajuudessa. Tänä päivänä katsoja esimerkiksi pystyy kritisoimaan jotain ohjelmaa suoraan sosiaalisessa mediassa, kun aiemmin kritiikki on voinut jäädä muiden kuulumattomiin. Nämä vastaajat kokivat keskustelun olevan neutraali tai positiivinen asia, sillä he tiedostivat tekevänsä julkisia tuotteita, joista keskusteleminen oli heistä luonnollista. Yksi vastaajista, H1, ei osannut sanoa, ovatko nämä teemat enemmän läsnä julkisessa keskustelussa, mutta hän ei kokenut keskustelua pahana asiana tai ilmapiiriä sellaisena, ettei mitään saisi enää sanoa. Tekijöiden vastauksista oli havaittavissa, että he itse tiedostavat tekijöiden kahtiajaon sen suhteen, miten komediaa ja sen vastuuta koskevaan keskusteluun suhtaudutaan. Suurin osa tekijöistä toi myös esiin, että he keskustelevat näistä aiheista lähinnä samanmielisten läheisten tai työtovereiden kanssa.

5.4 Yhteenveto

Jo edellisessä pääluvussa havaitsemani vastausten tyypittelyn seurauksena syntyneet ryhmät olivat läsnä myös tekijöiden omia tavoitteita ja valtaa käsiteltäessä. Ne vastaajat, jotka eivät tietoisesti kokeneet viestivänsä tai sanovansa sisällöllään mitään (H1, H3 ja V5), eivät myöskään suoraan tai selkeästi nähneet itsellään olevan valtaa suhteessa katsojaan. Osa heistä kuitenkin totesi televisiokomedian tekijöillä olevan ryhmänä kollektiivista valtaa, ja katsojien katsovan ohjelmissa heidän läpi suodattunutta maailmankuvaa. Heidän käsityksissään heijastui käsitys vallasta resurssina: kun heidän valtaansa tai vaikutusta ei kyennyt suoraan mittaamaan katsojan toiminnasta, ei tekijöillä valtaa tällöin ollut. H3 toi myös esiin rakenteellisen vallan näkökulmaa eli sitä, että myös häneen kohdistetaan tekijänä paljon valtaa.

Ne vastaajat, jotka tietoisesti pyrkivät tuomaan esiin tai vahvistamaan heille tärkeitä teemoja tekemillään sisällöillään (H2, H4), myös kokivat selkeästi heillä itsellään olevan valtaa. Valta linkittyi heidän näkemyksissään siihen, että tekijällä on valtaa näyttää asioita tietyssä valossa ja saada näkemyksensä muiden nähtäville. Näissä käsityksissä olivat läsnä symbolisen vallan käsitykset. Nämä vastaajat, H2 ja H4, eivät yhdistäneet tätä tietynlaista sisältöön liittyvää tavoitteellisuutta siihen, että heillä olisi jokin agenda. He kokivat komedian kautta vaikuttamisen olevan hienovaraista, mikä jättää katsojalle tilaa tehdä omia johtopäätelmiään. Myös Kleinin (2011, 917) tekemissä viihteen tekijöiden haastattelussa nousi esiin samanlaisia teemoja: varsinaiset sisällön vaikutukset ei koettu tekemisen päämääränä vaan enemmänkin lisäarvona sisällölle.

Neljä vastaajista koki itsellään olevan vastuuta tv-komedian tekijänä, ja kaikkien näiden neljän käsityksissä vastuusta oli samankaltaisuutta globaalin yhteiskunnallisen vastuun teorian ihmisarvon kunnioittamisen ja vahingonteon välttämisen periaatteiden kanssa. Käsitykset vallasta ja vastuusta kulkivat tekijöillä käsi kädessä: ne, jotka näkivät itsellään selkeästi valtaa tekijöinä näkivät myös vastuun hyvin selkeästi komedian mahdollisten vaikutusten kautta. H1:llä ja H3:lla, joilla käsitys vallasta oli epämääräisempi, vastuun käsitys oli yhteydessä esimerkiksi teoksen laatuun tai sisällön aiheeseen. Kaikkien näiden vastaajien käsityksissä vastuusta esiintyivät myös tekijän omat arvot ja oikeus niiden seuraamiseen. Globaalin yhteiskunnallisen vastuun teorian totuudessa pysymisen periaatteen voi katsoa heijastuvan tekijöiden käsityksissä rehellisyyden arvon kautta: totuudessa pysyminen voi katsoa olevan myös autenttisuutta ja rehellisyyttä itselle ja omille arvoille.

Yksi haastateltavista, sähköpostihaastateltava, ei selkeästi kokenut itsellään olevan minkäänlaista vastuuta tv-komediantekijänä, ja hänen hyvän komedian luonnehdinnoista oli havaittavissa libertaristinen näkökulma vapauden itseisarvosta globaalin yhteiskunnallisen vastuun teorian periaatteiden sijaan. Vastuun kysymysten osalta vastaajien käsityksistä löytyi ylipäätään vähiten yhteneväisyyttä. Tutkimuksessakin on monia eri näkemyksiä siitä, miten komedian vastuuta pitäisi lähestyä, joten tekijöiltäkään ei ole mielekästä odottaa yksimielisiä käsityksiä

vastuusta. Jos komedia nähdään ensisijaisesti taiteena, ei välttämättä ole edes tarkoituksenmukaista määrittää rajoja hyvälle ja tätä kautta vastuulliselle komedialle. Toisaalta joukkoviestimen eli television välityksellä jaettua komediaa ei välttämättä voi koskaan ajatella pelkästään taiteena, sillä se on loppupeleissä aina katsojan kustantama mediatuote, jossa on myös aina läsnä yleisösuhte katsojiin. Näin sen vaikutukset ovat aina enemmän yhteiskunnallisempia kuin jos komediaa tehtäisiin vain itselle yksityiseen jakeluun.

6 LOPUKSI

6.1 Johtopäätökset

Tässä tutkielmassa olen pyrkinyt selvittämään poliittisen satiirin ulkopuolisen tv-komedian mahdollista yhteiskunnallista roolia niin teorian kuin tv-komedian tekijöidenkin kautta. Niin tekijöiden kuin sisältöjenkin tutkimus komedian kentällä on painottunut vahvasti perinteiseen poliittiseen satiiriin, ja tutkimukseni tarkoitus oli laajentaa keskustelua viihteeseen ja komediaan myös poliittisen satiirin ulkopuolelle.

Kuten käsittelemästäni tutkimuskirjallisuudesta kävi ilmi, poliittisen satiirin ulkopuolisella tv-komedialla ja sen tekijöillä voidaan perustellusti katsoa olevan teoriassa jonkinlainen yhteiskunnallinen rooli. Tv-komedian tekijöillä voi katsoa olevan symbolista valtaa, sille heillä on valta luoda sisältöjensä kautta merkityksiä, suunnata huomiota, antaa katsojille uusia näkökulmia ja olla yhtenä osana muiden tekijöiden kanssa vaikuttamassa katsojalle muodostuvaan maailmankuvaan. Komediassa voi katsoa olevan humoristisuutensa vuoksi monia sellaisia suostuttelevia ominaisuuksia, joita puhtaasta draamasta ei löydy. Toisaalta humoristisuus voi myös trivialisoida sisältöä, ja katsoja myös itse vaikuttaa suuresti siihen, miten hän tv-komediaa tulkitsee tai käyttää. Joidenkin tutkijoiden mukaan (ks. esim. Borum Chattoo ja Feldman 2020, 47) nämä komedian suostuttelevat ominaisuudet tai vaikuttavuus ovat läsnä riippumatta siitä, ovatko ne tekijän puolelta tiedostettuja vai eivät. Koska tekijät kuitenkin vaikuttavat omalla työllään siihen, millainen rooli heidän tekemälleen tuotteelle oikein muodostuu, keskityin tutkielmani aineiston keruun kautta selvittämään tv-komedian tekijöiden käsityksiä poliittisen satiirin ulkopuolisen tv-komedian yhteiskunnallisesta roolista sekä tekijöiden vallasta ja vastuusta.

Haastattelujen perusteella kaikki komediantekijät näkivät jollain tasolla tv-komedialla olevan yhteiskunnallisen roolin, mutta käsitykset vaihtelivat sen suhteen, miten oleellista tämä heistä oli tai miten se näkyi heidän työssään. Tutkimukseni

perusteella osalla tekijöistä yhteiskunnalliset teemat saattavat olla hyvin oleellinen osa työtä, kun taas toiset eivät mieti työtään ollenkaan yhteiskunnallisista lähtökohdista. Lähtökohtaisesti tekijöiden käsitykset ja suhtautumistavat eri teemoihin kulkivat käsi kädessä toisten teemojen kanssa: Ne, jotka heille tärkeitä teemoja sisältöihin tietoisesti integroivat ja joiden työssä yhteiskunnallisuudella oli oleellinen rooli, kokivat tekijöillä olevan myös valtaa sekä vastuuta. He suhtautuivat komedian mahdollisiin vaikutuksiin ja vaikuttavuuteen myös varmemmin. He, jotka eivät ajatelleet työtään yhteiskunnallisista lähtökohdista, suhtautuivat komedian mahdollisiin vaikutuksiin tai heihin liitettyyn valta-positioon myös kriittisemmin tai varauksellisemmin. Näiden jälkimmäisten vastaajien perusteella tv-komedialla saattaa olla ja onkin yhteiskunnallinen rooli, mutta siihen keskittyminen voi rajoittaa ja viedä komediaa väärään suuntaan, mikä taas toisen tyyppin vastauksissa ei noussut esiin.

Mielenkiintoista oli, että nämä vastausten tyyppittelyt noudattivat pitkälti myös vastaajien sukupuolijakoa vastuun teemaa lukuun ottamatta: mieheksi identifioituneet eivät ajatelleet työtään yhteiskunnallisista lähtökohdista ja he suhtautuivat vaikutuksiin sekä valtaan varauksellisemmin, kun taas naisvastaajat liittivät valtaan ja yhteiskunnallisuuteen liittyviä teemoja suoraan työhönsä ja suhtautuivat tv-komedian mahdolliseen vaikuttavuuteen huomattavasti varmemmin. Olin yllätynyt tästä huomiosta. Tilastollisia yleistyksiä tästä ei voi tehdä, mutta on kiinnostavaa pohtia, mistä tämä mahdollinen sukupuoli-identiteettiä seuraava jako voi johtua. Ovatko naiset esimerkiksi kärsineet enemmän komediassa käytetyistä stereotyyppioista ja naiskuvasta, näkevät siksi selvemmin ja varmemmin komedian mahdollisen vallan ja vaikutukset ja kokevat tämän vuoksi työnsä enemmän tietoisesti yhteiskunnallisena? Tämä mahdollisesti sukupuoli-identiteettiä seuraava jakolinja tarjoaa paljon mielenkiintoisia tutkimuskohteita tulevaisuuteen.

Vastuun teeman osalta haastateltavien käsitykset vaihtelivat eniten, eikä edellä kuvatun kaltaisia selviä jakolinjoja ollut havaittavissa. Kaikilla niillä neljällä haastateltavalla, jotka näkivät jonkinlaista vastuuta itsellään olevan, vastuu linkittyi vahvasti tekijän omiin arvoihin: esimerkiksi mille kenenkin mielestä oli hyväksyttävää nauraa ja miten kukin haluaa omaa työtään tehdä. Myös vastaajien

käsitykset vallasta vaikuttivat siihen, miten he näkivät vastuunsa. Vaikka kaikkien niiden tekijöiden, jotka vastuuta itsellään kokivat olevan, käsityksissä esiintyi sitoutumista ihmiselämän kunnioittamisen ja vahingon tuottamisen välttämisen periaatteisiin (ks. Christians ja Nordenstreng 2004, 21), huumorin kohdalla on kuitenkin selkeästi olemassa erilaisia käsityksiä siitä, mille on hyväksyttävää nauraa ja milloin huumori tuottaa tarpeetonta pahaa (ks. myös Peifer 2012, 273–274). Viihteen tekijöiden vastuu on aiheena ehdottomasti sellainen, mikä kaipaa enemmän siihen keskittynyttä tutkimusta myös tulevaisuudessa, sillä vain yhtenä tutkielman osana sen kaikkia puolia on mahdoton tavoittaa.

On tärkeää ymmärtää, että vaikka tekijä olisikin ollut sitä mieltä, ettei yhteiskunnallisuus ole hänen työssään läsnä tai hän suhtautui varauksellisesti komedian vaikuttavuuteen tai tekijän valtaan, se ei suoraan tarkoita, etteikö tekijä työssään pohtisi sitä, mille hänen tekemänsä komedia nauraa ja onko se hänestä hyväksyttävää. Moni tekijä toi esiin, että tämä prosessi on monille pitkän linjan tekijöille tiedostamaton automaatio. Toisaalta jotkut tekijät myös kritisoivat toisiaan siitä, jos sisällön mahdollista sanomaa ei pohdita eikä sisällöstä mahdollisesti esitettyyn kritiikkiin vastata. Näissä käsityksissä näkyvät siis myös erot tekijöiden käsityksissä vallasta ja vastuusta, ja mitä kukin näki niihin kuuluvan.

Komediantekijät eivät siis ole mikään homogeeninen ryhmä, jolle kaikille olisivat välttämättä yhteisiä toisille itsestään selvät komedian periaatteet tai ominaisuudet, kuten tyypittelemistäni vastauksista kävi ilmi. Komediantekijät toivat myös haastatteluissa esiin, etteivät he joko puhu muiden tekijöiden kanssa näistä teemoista tai he puhuvat niistä lähinnä vain pääosin samanmielisten kanssa. Tämä kuulostaa huolestuttavalta tv-komedian kehittymisen kannalta. Vaikka keskustelu esimerkiksi komedian vastuusta saatetaan usein nähdä yrityksenä rajoittaa komediaa (ks. esim. Peifer 2012, 264), sitä se ei kuitenkaan ole. Vain keskustelemalla tv-komedia myös taiteena voi kehittyä. On hyväksyttävää olla asioista eri mieltä, ja puolustaa omaa teostaan. Tärkeintä on, että keskusteluun osallistutaan ja siihen ylipäättään uskalletaan osallistua. Käsitys siitä, ettei mitään saisi enää sanoa tai tilaajien mahdollinen moraalipaniikki kielii ehkä siitä, ettei komediaan kohdistuvaa kritiikkiä välttämättä täysin ymmärretä. Ja tämän vuoksi tarvitaan enemmän keskustelua, ei poteroitumista.

Tv-komedialla voidaan siis katsoa olevan yhteiskunnallinen rooli, jota jotkut tekijät käyttävät tietoisemmin kuin toiset. Mielenkiintoinen kysymys on, poistuvatko tv-komedian mahdollisuudet yhteiskunnalliset ulottuvuudet tai vaikutukset, jos ne eivät ole tekijällä tietoisesti mielessä tekoprosessin aikana. Kirjallisuuden mukaan ei (ks. esim. Borum Chattoo ja Feldman 2020, 57), mutta joidenkin tekijöiden käsityksissä myös tekijöiden intentiolla on tässä tärkeä rooli. Ketään ei myöskään voi pakottaa ottamaan yhteiskunnallisen keskustelijan viittaa harteilleen. Kuitenkin se tosiasia, että tekijöiden teoksia esitetään tv-kanavilla isoilla massoille, voi perustella sen, ettei näistä asioista voi koskaan pestä käsiään, vaan tv-komedian yhteiskunnallisen roolin pohtiminen esimerkiksi demokratian arvojen kannalta voisi ajatella olevan myös jonkinasteinen velvollisuus, takaahan demokratia ylipäätään komediantekijöille mahdollisuuden ilmaista itseään.

Jo tutkielman alussa mainitsemani Williamsin ja Delli Carpinin (2011, 122;124–125) poliittisesti relevantin median määritelmän voi antaa itse asiassa hyvin tyhjentävän vastauksen poliittisen satiirin ulkopuolisen tv-komedian yhteiskunnalliseen rooliin: poliittisen satiirin ulkopuolisen tv-komedian poliittinen relevanttius, ja samalla yhteiskunnallinen rooli tulisi keskustella aina yhteydessä siihen ympäristöön ja kontekstiin, missä sisältö esiintyy. Tässä ensiarvoisen oleellista on sana *keskustelu*, joka viittaa sanana yhteisölliseen toimintaan ja ajatusten vaihtoon. Tämän keskustelun ei kuitenkaan voida katsoa olevan pelkästään tekijöiden käsissä: myös tekijöihin kohdistuu valtaa niin tilaajien kuin katsojienkin suunnalta. Näin ollen keskustelu ja määrittely poliittisen satiirin ulkopuolisen tv-komedian yhteiskunnallisesta roolista on loppupeleissä kaikkien yhteiskunnan toimijoiden ja jäsenten käsissä.

6.2 Pohdinta

Tutkimuksen luotettavuutta on perinteisesti arvioitu validiteetin ja reliabiliteetin käsitteiden kautta, mutta Tuomen ja Sarajärven (2018, 160–161) mukaan nämä käsitteet eivät ole niin tärkeitä laadullista tutkimusta arvioitaessa. Heidän mukaansa

(emt. 163) tärkeämpää on käydä läpi omia sitoumuksiaan tutkijana, kuten miksi tutkimuksen aihe on ollut tutkijalle tärkeä, mitä hän on olettanut tutkimusta aloittaessaan ja ovatko hänen ajatuksensa muuttuneet prosessin aikana.

Kiinnostuin poliittisen satiirin ulkopuolisen tv-komedian roolista jo vuosia sitten, kun näin erään amerikkalaisen koomikon haastattelun, jossa hän jopa hieman tuohtuneena vastasi yliopisto-opiskelijan kysymykseen huumorin vallasta ja hyvän huumorin rajoista. Koomikon mielipiteet siitä, ettei esimerkiksi poliittisella satiirilla ole mitään vaikutusta politiikkaan eikä komedialla voi oikeastaan vaikuttaa mihinkään, yllättivät minut. Siitä lähtien seurasin aina, jos joku suomalainen komedian tekijä puhui aiheesta julkisesti jossain haastattelussa, ja pyrin muodostamaan kuvaa siitä, mitä Suomessa aiheesta loppujen lopuksi ajatellaan. Kokonaiskuvaa oli kuitenkin mahdoton muodostaa yksittäisten, laajojen haastattelujen osana olleiden lausuntojen perusteella. Samaan aikaan koin, että julkisessa keskustelussa käydään yhä useammin keskusteluita samasta aiheesta esimerkiksi televisiossa esitettyjen haitallisiksi tai loukkaaviksi koettujen sketsien kautta. Huomasin tutkimuksen olevan vahvasti keskittynyt poliittisen satiirin kontekstiin, eikä tekijöitä oltu varsinkaan Suomessa tutkittu poliittisen satiirin ulkopuolisen tv-komedian yhteiskunnallisuudesta, vaikuttavuudesta tai tekijöiden vallasta ja vastuusta. Koska poliittisen satiirin ja sen ulkopuolisen tv-komedian välille ei voi tehdä jakoa niin sanottuun vakavaan ja kevyeen komediaan, näiden käsitysten ja kysymysten pohtiminen on oleellista myös poliittisen satiirin ulkopuolella. On tärkeää tietää, mitä tekijät itse roolistaan ja työstään ajattelevat, sillä työllään he myös määrittelevät tekemäänsä tuotetta, eli tv-komediala.

Tämän vuoksi halusin tehdä maisterintutkielmani tekijöiden käsityksistä liittyen poliittisen satiirin ulkopuolisen tv-komedian yhteiskunnalliseen rooliin. Aihe selkeästi puhututtaa, mutta tutkimusta siihen liittyen ei ole tehty vielä tarpeeksi. Nyt tutkielman teon jälkeen havaitsen enemmän keskusteluun liittyviä sävyjä. Koen tutkielman teon avanneen ajatteluni laajemmalle, ja ymmärtäväni tekijöiden eri näkökantoja aiheeseen paremmin ja myös sen, miksi aiheesta käytävä julkinen keskustelu tuntuu jumiutuvan.

On tärkeää tuoda esiin, että tällaisessa haastattelututkimuksessa käytän valtaani tutkijana tulkitsemalla tekijöiden vastauksia. Joku toinen tutkija olisi saattanut tulkita, teemoitella ja tyypitellä vastauksia eri tavalla. Se, että itse näen tv-komediantekijöillä olevan valtaa ja että komedian avulla voidaan myös edistää jollain tasolla yhteiskunnallista muutosta, on varmasti vaikuttanut niihin valintoihin, joita tutkimuksen aikana olen tehnyt. Pysin kuitenkin tarkastelemaan aineistoani mahdollisimman objektiivisesti ja suhtauduin kriittisesti tekemiini tulkintoihin. Olin esimerkiksi ennen haastatteluja pohtinut, vaikuttaisiko vastaaajien sukupuoli annettuihin vastauksiin. Kun huomasin tyypittelyni noudattavan myös vastaajien sukupuolijakaumaa, pyrin olemaan erityisen tarkka siitä, onhan tämä varmasti oikea eroavaisuus eikä vain minun ajatukseni. Lähtöajatukseni ennen haastatteluita myös oli, että komediantekijät puolustaisivat omaa rooliaan vapaina taiteilijoina voimakkaammin, joten minulle oli henkilökohtaisesti yllättävää, että naisvastaajilla yhteiskunnalliset teemat olivat niin selkeästi läsnä heidän työssään. Tästäkin huolimatta on huomattava, että tämä tutkielma pohjautuu vahvasti minun tekemiini valintoihin siitä, mikä on oleellista ja minun tekemiini tulkintoihin, eikä kyseessä näin ollen ole mikään absoluuttinen totuus.

Suuremmalla määrällä haastateltavia olisi voinut ymmärtää vielä syvemmin muodostamiani tyypittelyryhmiä tai saada niihin lisää sävyjä. Koen kuitenkin, että tutkielmani harkinnanvaraisesti hankitut haastateltavat olivat hyvä leikkaus tämänhetkisestä suomalaisesta komediakentästä. Sähköpostihaastattelusta nousseet käsitykset olivat muihin haastatteluihin verrattuna jyrkempiä ja suurempia, mikä voi johtua sähköpostihaastatteluun liittyvistä rajoitteista kuten siitä, ettei tutkija ole tutkimustilanteessa itse paikalla. On kuitenkin myös mahdollista, että haastateltava oli teemoista niin selkeästi sitä mieltä, kuin ne aineistosta tulkitsin.

Aiheeni oli melko laaja, ja sen olisi voinut periaatteessa pilkkoa myös kahdeksi eri tutkimukseksi: toinen niistä olisi käsitellyt tv-komedian yhteiskunnallista roolia yhteiskunnallisuuteen ja vaikuttavuuteen liittyvien käsityksien kautta, ja toinen taas tekijöiden käsityksiä liittyen valtaan sekä vastuuseen. Koin kuitenkin tämän maisterintutkielman puitteissa, että aiheen ajankohtaisuuden vuoksi vallan ja vastuun teemat liittyivät yhteiskunnalliseen rooliin niin oleellisesti ja myös päinvastoin, etten

halunnut jättää näitä teemoja ulos tutkielmasta. Tutkielmani perusteella näihin eri teemoihin liittyvät käsitykset myös kulkevat käsi kädessä toisten teemojen kanssa. Vastuun teema on kuitenkin sellainen, joka kaipaa enemmän siihen keskittynyttä tutkimusta myös tulevaisuudessa.

Lähestyin näitä komedian tekijöiden käsityksiä mediateorioiden ja erityisesti mediavallan teorioiden kautta. Ne eivät välttämättä ole kuitenkaan se ainoa oikea lähestymistapa tv-komedian yhteiskunnalliseen rooliin. Kuten useat haastateltavat toivat esiin, komedia voidaan nähdä myös taiteena, johon kuuluu oleellisena osana myös taiteilijan vapaus. Tv-komedian tutkimukseen saatettaisiin tarvita siis enemmän myös poikkitieteellistä tutkimusta, jotta kaikki siihen liittyvät näkökannat saataisiin tavoitettua. Tv-komediantekijöiden käsityksistä saattoi jäädä jotain oivaltamatta, kun tulkintaa ohjaamassa ei ollut esimerkiksi taiteen teoriaa tai taiteen etiikkaa.

Moni haastateltava nosti esiin, että näitä asioita tulee nyt tarkemmin pohtineeksi itselleen, kun joku niistä kysyy. Maisterintutkielmani saattoikin olla haastattelemilleni tekijöille jonkinlainen sysäys pohtia omia käsityksiään ja suhtautumistaan tv-komedian yhteiskunnalliseen rooliin ja omaan valtaan. Välttämättä näin ei ole, mutta se on mahdollista.

Katsojien rooli nousi sekä tekijöiden käsityksissä että kirjallisuudessa esiin, ja he tarjoavat luonnollisen tutkimuskohteen myös tulevaisuuteen. Kunelius ym. (2010, 19) viittaavat Talcott Parsonsiin ja toteavat, että vallassa olennaista on sekä vallan määrä jollain toimijalla kuin myös se, kuinka paljon toiset toimijat uskovat ja hyväksyvät valtaa tällä toimijalla olevan. Jos vallan kohteet jostain syystä kiistäisivät vallan olemassaolon, valta ei olisi enää niin merkittävää. Media määrittelee ja arvioi tätä vallan määrää eri toimijoilla, mutta samaan aikaan tämän näkökulman voi katsoa liittyvän myös itse televisiokomedian valtaan suhteessa katsojiin. Merkittävä kysymys tästä näkökulmasta siis on, miten paljon katsojat näkevät televisiokomedialla olevan heihin valtaa. Tämä käsitys vallasta kääntääkin huomion tässä keskustelussa uutena tutkimuskohteena katsojiin: mitä katsojat ajattelevat tv-komedian merkityksestä ja yhteiskunnallisesta roolista?

LÄHTEET

Annala, Jukka. 2006. *Toopelivisio*. Helsinki: Teos.

Alastalo, Marja, Maria Åkerman ja Tiina Vaittinen. 2017. ”Asiantuntijahaastattelu.” Teoksessa *Tutkimushaastattelun käsikirja*, toimittaneet Hyvärinen, Matti, Pirjo Nikander ja Johanna Ruusuvaori, 181–198. Tampere: Vastapaino. E-kirja. Saatavilla: <https://www.ellibslibrary.com/book/9789517686112>.

Bennet, W. Lance ja Barbara Pfetsch. 2018. ”Rethinking Political Communication in a Time of Disrupted Public Spheres.” *Journal of Communication* 68 (2): 243–253. <https://doi.org/10.1093/joc/jqx017>.

Bergson, Henri. 1994. *Nauru. Tutkimus komiikan merkityksestä*. Suomentanut Isto, Sanna ja Marko Pasanen. Helsinki: Loki-kirjat.

Billig, Michael. 2005. *Laughter and ridicule: towards a social critique of laughter*. Lontoo: SAGE Publications. E-kirja. Saatavilla: <https://ebookcentral-proquest-com.libproxy.helsinki.fi/lib/helsinki-ebooks/detail.action?docID=334443>.

Brinkmann, Svend. 2013. *Qualitative Interviewing*. Oxford University Press. E-kirja. Saatavilla: <https://ebookcentral-proquest-com.libproxy.helsinki.fi/lib/helsinki-ebooks/detail.action?pq-origsite=primo&docID=1274289>.

Brinkmann, Svend ja Steinar Kvale. 2015. *InterViews. Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*. Los Angeles: SAGE Publications.

Borum Chattoo, Caty ja Lauren Feldman. 2020. *A Comedian and an Activist Walk Into a Bar: The Serious Role of Comedy in Social Justice*. Berkeley: University of California Press. E-kirja. Saatavilla: <http://search.ebscohost.com.libproxy.helsinki.fi/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=2335046&site=ehost-live&scope=site>.

Bourdieu, Pierre. 1991. *Language and Symbolic Power*. Cambridge: Polity Press.

Bourdieu, Pierre. 1999. *Televisiosta*. Suomentanut Arppe, Tiina. Helsinki: Otava.

Burns, Edgar. 2010. ”Developing Email Interview Practices in Qualitative Research.” *Sociological Research Online*, 15(4): 1–12. <https://doi-org.libproxy.helsinki.fi/10.5153/sro.2232>.

Carpenter, Jordan M. ja Melanie C. Green. 2012. ”Flying with Icarus: Narrative Transportation and the Persuasiveness of Entertainment.” Teoksessa *The Psychology of Entertainment Media: Blurring the Lines Between Entertainment and Persuasion*, toimittanut Shrum, L. J., 169–194. E-kirja. Saatavilla: <https://ebookcentral-proquest-com.libproxy.helsinki.fi/lib/helsinki-ebooks/detail.action?pq-origsite=primo&docID=958619>.

Castells, Manuel. 2009. *Communication power*. Oxford; New York: Oxford University Press. E-kirja. Saatavilla: <https://ebookcentral-proquest-com.libproxy.helsinki.fi/lib/helsinki-ebooks/detail.action?docID=334443>.

Christians, Clifford ja Kaarle Nordenstreng. 2004. ”Social Responsibility Worldwide.” *Journal of Mass Media Ethics*, 19 (1): 3–28. https://doi.org/10.1207/s15327728jmme1901_2.

C More. 2021. *Vuosi 2020 oli C More -katselumäärissä ennätysellinen – kotimainen draama katsotuimpien kärjessä*. Tiedote. Haettu 09.04.2021. Saatavilla: <https://www.epressi.com/tiedotteet/musiikki-ja-viihde/vuosi-2020-oli-c-more-katselumaarissa-ennatysellinen-kotimainen-draama-katsotuimpien-karjessa.html>.

Collins, Rebecca L., Marc N. Elliott, Sandra H. Berry, David E. Kanouse ja Sarah B. Hunter. 2003. ”Entertainment Television as a Healthy Sex Educator: The Impact of Condom-Efficacy Information in an Episode of Friends.” *Pediatrics (Evanston)*, 112 (5): 1115–1121. <https://doi.org/10.1542/peds.112.5.1115>.

Delli Carpini, Michael X. ja Bruce A. Williams. 1994. ‘Fictional’ and ‘non-fictional’ television celebrates Earth Day: or, politics is comedy plus pretense. *Cultural Studies (London, England)* 8(1): 74–98. <https://doi.org/10.1080/09502389400490051>.

Elisa Oyj. 2021. *Suoratoistosta haetaan nyt iloa – Näin koronakevät näkyy Elisa Viihde Viaplayn suosituimmissa sarjoissa*. Tiedote. Haettu 09.04.2021. Saatavilla <https://www.epressi.com/tiedotteet/telekommunikaatio/suoratoistosta-haetaan-nyt-iloa-nain-koronakevat-nakyy-elisa-viihde-viaplayn-suosituimmissa-sarjoissa.html>.

Eskola, Jari, Johanna Lähti ja Jaana Vastamäki. 2018. ”Teemahaastattelu: Lyhyt selviytymisopas.” Teoksessa *Ikkunoita tutkimusmetodeihin. 1, Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*, toimittanut Valli, Raine, 24–46. Jyväskylä: PS-Kustannus. E-kirja. Saatavilla: <https://www.ellibslibrary.com/book/978-952-451-516-0>.

Finnpanel. 2021. *Television katselu Suomessa 2020*. Esitys. Haettu 09.04.2021. Saatavilla: https://www.finnpanel.fi/lataukset/tv_vuosi_2021.pdf.

Finnpanel. 2020. *Tv-vuosittelaisuus 2020*. Esitys. Haettu 09.04.2021.
https://www.finnpanel.fi/lataukset/tv_vuosi_2020.pdf.

Fiske, John. 1987. *Television Culture*. Lontoo; New York: Routledge.

Ford, Thomas E., Erin R. Wentzel ja Joli Lorion. 2001. "Effects of exposure to sexist humor on perceptions of normative tolerance of sexism." *European Journal of Social Psychology*, 31(6): 677–691. <https://doi.org/10.1002/ejsp.56>.

Gerbner, George, Larry Gross, Michael Morgan, ja Nancy Signorielli. 1986. "Living with television: The dynamics of the cultivation process." Teoksessa *Perspectives On Media Effects*, toimittaneet Bryant, Jennings ja Dolf Zillman, 17–40. Hillsdale NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Gray, Jonathan, Jeffrey P. Jones ja Ethan Thompson. 2009. "The State of Satire, the Satire of State." Teoksessa *Satire TV: Politics and Comedy in the Post-Network Era*, toimittaneet Gray, Jonathan, Jeffrey P. Jones ja Ethan Thompson, 3–36. New York: NYU Press. E-kirja. Saatavilla: <https://ebookcentral-proquest-com.libproxy.helsinki.fi/lib/helsinki-ebooks/detail.action?docID=2081711>.

Hansen, Elizabeth K. ja Angela F. Cooke-Jackson. 2010. "Hillbilly Stereotypes and Humor: Entertaining Ourselves at the Expense of the Other". Teoksessa *Ethics and Entertainment. Essays on Media Culture and Media Morality*, toimittaneet Good, Howard ja Sandra L. Borden, 263–280. Jefferson N.C.: McFarland & Company.

Hall, Stuart. 1999. *Identiteetti*. Suomentaneet ja toimittaneet Mikko Lehtonen ja Juha Herkman. Tampere: Vastapaino.

Heiskala, Risto. 2001. "Theorizing power: Weber, Parsons, Foucault and neostructuralism." *Social Science Information*, 40(2): 241–264.
<https://doi.org/10.1177/053901801040002003>.

Herkman, Juha. 2001a. "Huumorin ja vallan keskeneräinen kysymys – populaarin kokemuksen jäljillä." Teoksessa *Populaarin lumo – mediat ja arki*, toimittaneet Koivunen, Anu, Susanna Paasonen ja Mari Pajala, 368–384. Turku: Turun yliopisto, Mediatutkimus.

Herkman, Juha. 2001b. *Audiovisuaalinen mediakulttuuri*. Tampere: Vastapaino.

Hietala, Veijo. 1993. *Kuvien todellisuus: johdatusta kuvallisen kulttuurin ymmärtämiseen ja tulkintaan*. Helsinki: Kirjastopalvelu.

- Hietalahti, Jarno. 2018. *Huumorin ja naurun filosofia*. Helsinki: Gaudeamus.
- Hietalahti, Jarno. 2015. ”Huumorin kahlittu vapaus.” Teoksessa *Huumorin skaalat. Esitys, tyyli ja tarkoitus*, toimittaneet Knuuttila, Seppo, Pekka Hakamies ja Elina Lampela, 19–35. Porvoo: Suomen Kirjallisuuden Seura.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2015. *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press. 2.painos. E-kirja. Saatavilla: <https://www.ellibslibrary.com/book/9789524958868>.
- Holm, Nicholas. 2017. *Humour As Politics: The Political Aesthetics of Contemporary Comedy*. Cham, Sveitsi: Palgrave Macmillan. E-kirja. Saatavilla: <https://ebookcentral-proquest-com.libproxy.helsinki.fi/lib/helsinki-ebooks/detail.action?pq-origsite=primo&docID=5098680>.
- Hyvärinen, Matti. 2017. ”Haastattelun maailma”. Teoksessa *Tutkimushaastattelun käsikirja*, toimittaneet Hyvärinen, Matti, Pirjo Nikander ja Johanna Ruusuvuori, 9–38. Tampere: Vastapaino. E-kirja. Saatavilla: <https://www.ellibslibrary.com/book/9789517686112>.
- Kinnunen, Aarne. 1994. *Huumorin ja koomisen keskeneräinen kysymys*. Juva: WSOY.
- Klein, Bethany. 2011. ”Entertaining ideas: social issues in entertainment television.” *Media, Culture & Society*, 33 (6): 905–921. <https://doi.org/10.1177/0163443711411008>.
- Koivukoski, Joonas. 2019. ”Journalistinen uutissatiiri hybridinä genrenä. Noin viikon uutisten ja Uutisraportin tekijöiden itseymmärrys ja käsitteellinen rajatyö.” *Media & Viestintä*, 42 (1): 26–46. <https://doi.org/10.23983/mv.80181>.
- Kolehmainen, Marjo. 2015. *Satiiriset Itse valtiaat. Poliittinen huumori suomalaisessa julkisuudessa*. Väitöskirja. Tampere: Tampere University Press.
- Kuipers, Giselinde. 2015. *Good Humour, Bad Taste: A Sociology Of The Joke*. Boston: De Gruyter, Inc. E-kirja. Saatavilla: <https://ebookcentral-proquest-com.libproxy.helsinki.fi/lib/helsinki-ebooks/detail.action?pq-origsite=primo&docID=2035728>.
- Kunelius, Risto, Elina Noppari ja Esa Reunanen. 2010 [2009]. *Media vallan verkoissa*. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy.

Kunelius, Risto. 2003. *Viestinnän vallassa. Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin*. Porvoo: WSOY. 5. uudistettu painos.

Lipponen, Ulla. 1996. ”Vitsikö vallan väline? Seksuaalisuhteet perhevitseissä.” Teoksessa *Vitsistä videoon. Uusia kirjoituksia nykyperinteestä*, toimittaneet Kinnunen, Eeva-Liisa, Kaarina Koski, Riikka Penttilä ja Minttu Pietilä, 224–241. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Lockyer, Sharon ja Michael Pickering. 2008. ”You Must Be Joking: The Sociological Critique of Humor and Comic Media.” *Sociology Compass*, 2 (3), 808–820. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9020.2008.00108.x>.

Lodziak, Conrad. 1986. *The Power of Television: A Critical Appraisal*. London: Frances Pinter.

Lotz, Amanda D. 2014. *The television will be revolutionized*. New York: New York University Press. E-kirja. Saatavilla: https://books.google.fi/books/about/The_Television_Will_be_Revolutionized.html?id=BkbdoQEACAAJ&redir_esc=y.

Manninen, Juha. 1977. ”Maailmankuvat maailman ja sen muutoksen heijastajina.” Teoksessa *Maailmankuvan muutos tutkimuskohteena. Näkökulmia teollistumisajan Suomeen*, toimittaneet Kuusi, Matti, Risto Alapuro ja Matti Klinge, 13–48. Keuruu: Otava.

Marjamäki, Tuomas. 2007. *Naurattajat. Suomalaisen komiikan tekijät 2007-1907*. Helsinki: Edita Prima Oy.

Moyer-Gusé, Emily. 2008. ”Toward a Theory of Entertainment Persuasion: Explaining the Persuasive Effects of Entertainment-Education Messages.” *Communication theory*, 18 (3): 407–425. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2008.00328.x>.

Moyér-Guse, Emily, Chad Mahood ja Sarah Brookes. 2011. “Entertainment-Education in the Context of Humor: Effects on Safer Sex Intentions and Risk Perceptions entertainment.” *Health Communication*, 26 (8): 765–774. <https://doi.org/10.1080/10410236.2011.566832>.

Nabi, Robin L., Emily Moyer-Gusé ja Sahara Byrne. 2007. ”All Joking Aside: A Serious Investigation into the Persuasive Effect of Funny Social Issue Messages.”

Communication monographs, 74 (1): 29–54.
<https://doi.org/10.1080/03637750701196896>.

Peifer, Jason T. 2012. ”Can We Be Funny? The Social Responsibility of Political Humor.” *Journal of Mass Media Ethics*, 27 (4): 263–276.
<https://doi.org/10.1080/08900523.2012.746110>.

Postman, Neil. 1985. *Huvitamme itsemme hengiltä. Julkinen keskustelu viihteen valtakaudella*. Suomentanut Rekiaro, Ilkka. Juva: WSOY.

Potter, James W. ja Ron Warren. 1998. ”Humor as camouflage of televised violence.” *Journal of communication*, 48(2): 40–57. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1998.tb02747.x>.

Ruusuvuori, Johanna. 2010. ”Litteroijan muistilista.” Teoksessa *Haastattelun analyysi*, toimittaneet Ruusuvuori, Johanna, Pirjo Nikander ja Matti Hyvärinen, 424–431. Tampere: Vastapaino.

Ruusuvuori, Johanna ja Pirjo Nikander. 2017. ”Haastatteluaineiston litterointi.” Teoksessa *Tutkimushaastattelun käsikirja*, toimittaneet Hyvärinen, Matti, Pirjo Nikander ja Johanna Ruusuvuori, 367–380. Tampere: Vastapaino. E-kirja. Saatavilla: <https://www.ellibslibrary.com/book/9789517686112>.

Ruusuvuori, Johanna, Pirjo Nikander ja Matti Hyvärinen. 2010. ”Haastattelun analyysin vaiheet.” Teoksessa *Haastattelun analyysi*, toimittaneet Ruusuvuori, Johanna, Pirjo Nikander ja Matti Hyvärinen, 9–38. Tampere: Vastapaino.

Rydenfelt, Henrik ja Elisa Juholin. 2016. ”Hyvä viestintä – parempi viestintäkulttuuri”. Teoksessa *Eettinen viestintä*, päätoimittanut Juholin, Elisa, 12–27. Helsinki: ProCom – Viestinnän ammattilaiset ry.

Rytsä, Paavo. 2007. *Hymyhuulet: Nunnuka-nunnuka-lai-lai*. Yle Elävä Arkisto. Haettu 15.04.2021. Saatavilla: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2007/06/13/hymyhuulet-nunnuka-nunnuka-lai-lai>.

Sayre, Shay ja Cynthia King. 2010. *Entertainment and Society: Influences, Impacts, and Innovations*. New York: Routledge. E-kirja. Saatavilla: <http://ebookcentral.proquest.com/lib/helsinki-ebooks/detail.action?docID=496286>.

Seppänen, Janne ja Esa Väliaverronen. 2012. *Mediayhteiskunta*. Tallinna: Vastapaino.

Tiittula, Liisa, Anna Rastas ja Johanna Ruusuvuori. 2005. ”Kasvokkaisesta vuorovaikutuksesta tietokonevälitteisiin viestintään: virtuaalihaastattelun näkymiä.” Teoksessa *Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*, toimittaneet Ruusuvuori, Johanna ja Liisa Tiittula, 264–271. Jyväskylä: Vastapaino.

Thompson, John B. 1995. *The media and modernity: a social theory of the media*. Cambridge: Polity Press.

Tuomi, Jouni ja Anneli Sarajärvi. 2018. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi. Uudistettu painos.

Valenius, Johanna. 2000. ”We don’t use the word ‘Republican’ in this house! Luokan ja sukupuolen politiikkaa amerikkalaisessa tilannekomediassa.” Teoksessa *Naurava työläinen, naurettava työläinen. Näkökulmia työväen huumoriin*, toimittaneet Krekola, Joni, Kirsti Salmi-Niklander ja Johanna Valenius, 158–187. Saarijärvi: Gummerus Kirjapaino Oy.

Vihreät. 2019. *Pirkka-Pekka Petelius pyytää anteeksi saamelaisilta*. Tiedote. Saatavilla: <https://www.vihreat.fi/ajankohtaista/pirkka-pekka-petelius-pyytaa-anteeksi-saamelaisilta/>. Luettu 13.4.2021.

Weber, Max. 1978. *Economy and society: An outline of interpretive sociology. Vol 1*. Berkeley: University of California Press.

Williams, Bruce A. ja Michael X. Delli Carpini. 2011. *After Broadcast News: Media Regimes, Democracy, and the New Information Environment*. New York: Cambridge University Press. E-kirja. Saatavilla: <http://search.ebscohost.com.libproxy.helsinki.fi/login.aspx?direct=true&db=e000xww&AN=408870&site=ehost-live&scope=site>

Young, Dannagal Goldthwaite. 2008. ”The Privileged Role of the Late-Night Joke: Exploring Humor's Role in Disrupting Argument Scrutiny.” *Media Psychology*, 11 (1): 119–142. <https://doi.org/10.1080/15213260701837073>.

Zareff, Janne. 2020. *Kuinka vallalle nauretaan. Poliittinen satiiri suomalaisessa televisiossa*. Helsinki: Gaudeamus.

LIITTEET

LIITE 1 Teemahaastattelurunko

TEEMA 1. OMAN TYÖN TAVOITTEET

- Miksi teet komediaa ja erityisesti televisiokomediaa?
- Millaisia tarinoita haluat kertoa?
- Mistä aiheet tekemiisi sisältöihin tulevat?
- Kun teet televisiokomediaa, onko sinulla jotain tavoitteita sisällön suhteen?
Millaisia? Haluatko saavuttaa sisällölläsi jotain?
 - i. Jos kyllä, mitä haluat saavuttaa, millaisia tavoitteita?
 - i. Pyritkö koskaan tietoisesti sanomaan tai viestimään tekemälläsi sisällöllä jotain?

TEEMA 2. YHTEISKUNNALLISUUS

- Voiko televisiokomedia sinusta vaikuttaa jotenkin katsojaan tai vedota katsojaan?
 - i. Jos kyllä, mihin ja miten televisiokomedia voi sinusta vaikuttaa?
 - i. Jos ei, miksi televisiokomedia ei voi vaikuttaa katsojaan?
- Voiko (varsinaisen poliittisen satiirin ulkopuolinen) televisiokomedia ja niiden huumori olla mielestäsi yhteiskunnallista tai poliittista?
 - i. Jos kyllä, millaisissa yhteyksissä, miten?
 - i. Jos ei, miksi?
- Voiko (varsinaisen poliittisen satiirin ulkopuolinen) viihteellinen televisiokomedia olla mielestäsi ei-yhteiskunnallista tai ei-poliittista?
 - i. Jos kyllä, milloin ja miten?
 - i. Jos ei, miksi?
 - i. Voiko televisiokomedia olla ideologioista tai maailmankatsomuksista vapaa alue?
- Kuinka paljon Suomessa tehdään sinun mielestäsi televisiokomediaa, joista voi löytää yhteiskunnallisia latauksia tai jotka käsittelevät yhteiskunnallisia teemoja?

- Kun teet televisiokomediaa, ajatteletko koskaan tekeväsi politiikkaa?
- Tulisiko televisiokomediasisällöt nähdä mielestäsi triviaalina viihteenä vai sisältöinä joilla voi olla jotain merkitystä maailmalle?
- Miltä se tuntuu, jos ja kun televisiokomediasta pyritään löytämään jotain syvempiä tai yhteiskunnallisia merkityksiä?

TEEMA 3. VALTA, VASTUU

- Näetkö itselläsi olevan valtaa televisiokomedian tekijänä suhteessa katsojaan?
Miksi kyllä tai miksi ei?
i. Jos kyllä, millaista valtaa?
- Näetkö itselläsi olevan jotain vastuuta televisiokomedian tekijänä suhteessa katsojaan? Miksi/miksi ei?
i. Jos kyllä, millaista vastuuta?
- Kuinka paljon katsojalla on sinusta valtaa sisältöön tulkinnan kautta?
i. Kuinka paljon mietit työssäsi katsojan tekemää tulkintaa?
- Onko viihteentekijöiden vastuu tänä päivänä sinusta enemmän esillä julkisessa keskustelussa?
i. Miksi kyllä/ei?
i. Jos vastuu on enemmän läsnä julkisessa keskustelussa, onko se positiivinen, neutraali vai negatiivinen asia sinulle?

Lopuksi:

- Keskusteletko tässä haastattelussa esiin nousseista teemoista koskaan kollegoidesi kanssa?
- Nouseeko mieleesi vielä jotain mitä tässä haastattelussa ei ole käsitelty tai mitä haluaisit sanoa aiheeseen liittyen?