

Elisabeth Morney ja Hanna Vilka

Elisabeth Morney, TM, elokuva- ja televisiotuotanto, Aalto-yliopisto
Hanna Vilka, VTT, sosiologia, Tampereen yliopisto

LAJITYYPIT YLITTÄVÄ LAATU TELEVISIO-OHJELMISSA

Tv-alan tekijöiden näkemyksiä laatukriteereistä



Ohjelmien tekijät ja arvioijat tarvitsevat lajityypit ylittäviä laatukriteereitä voidakseen kommunikoida tuotanto- ja arviointiprosessissa. Ilman yhteisiä kriteereitä televisio-ohjelmien laadun arviointi saattaa jäädä henkilökohtaiseksi, satunnaiseksi ja asenteelliseksi. Tässä artikkelissa tarkastelemme televisioalan tekijöiden näkemyksiä laatukriteereistä fenomenografisesti ja pyrimme selvittämään, millaisia lajityypit ylittäviä kriteereitä audiovisuaalisella alalla esiintyy. Aineisto on koottu Yhdysvalloissa ja Suomessa haastattelemalla alan ammattilaisia, jotka toimivat tuottajina, ohjaajina, kouluttajina tai johtavissa asemissa Emmy- ja Peabody-palkintojärjestöissä.

Keskustelua televisio-ohjelmien laadusta on käyty jo useampia vuosikymmeniä. Ajatustenvaihto ja tutkimus laadusta ja erityisesti lajityypit ylittävistä laatukriteereistä käynnistyi 1980-luvulla (ks. esim. Blumler et al. 1986; Albers 1996; Leggatt 1996a, 73). Samalla vuosikymmenellä syntyi Yhdysvalloissa käsite *quality television*, joka sai alkunsa HBO:n eli Home Box Officen mainoksesta: "It's not television, it's HBO". Mainoksella viitattiin yhdysvaltalaisen kaapelitelevisioverkon tuottamiin draamasarjoihin, joiden nähtiin olevan poikkeuksellisen laadukkaasti tuotettuja ja saavuttaneen korkeamman taiteellisen tason kuin mitä oli aikaisemmin nähty televisio-ohjelmissa (Dhoest 2014).

Mainosta alettiin mukailla kuvaamaan televisio-ohjelmien laatua anglosaksisissa draamasarjoissa (Thompson 2007). Tavoitteena oli suunnata huomio seuraaviin asioihin: 1) televisio-ohjelman tuotannossa tehtiin yhteistyötä maineikkaiden käsikirjoittajien kanssa, 2) ohjelmaan sisällytettiin tabuna pidettyjä aiheita, 3) ohjelmalla uudistettiin kerrontaa ja lajityyppeihin liittyviä totuttuja tarkastelutapoja (Cascajosa Virino 2011).

Janet McCabe ja Kim Akass (2007) lähtivät teoksessaan *Quality TV – Contemporary American Television and Beyond* tarkastelemaan eri kirjoittajien kanssa lähemmin sitä, mitä on "laatutelevisio". Jane Feuer (2007) toteaa kirjaan sisältyvässä artikkelissaan, että laatua ei ole helppo määritellä. Hänen mukaansa

termi *quality television* pitäisi selittää kuvailevasti ja omakohtaisesti, jotta voisi ymmärtää, miten se toimii käytännössä televisio-ohjelmissa.

”*Quality television*” keskittyy tavanomaisesti vain draamasarjojen laatuun. Siksi se on lajityypit ylittäväksi kriteeristöksi riittämätön. Tämä artikkelimme jatkaa osin Feuerin hengessä keskustelua televisio-ohjelmien lajityypit ylittävistä laatuksiteereistä. Tarkastelemme yhtäältä televisioalan ammattilaisten näkemysten kirjoja laatuksiteereistä heidän oman ammattiroolinsa kautta. Toisaalta tutkimme sitä, millaisia televisio-genret ylittäviä laatuksiteereitä audiovisuaalisen alan ammattilaiset esittävät puhuessaan laatuksiteereistä ja niiden kirjosta.

Laadun tunnistaminen televisio-ohjelmassa on tärkeä näkökulma ohjelman tekijöille ja rahoittajille. Kiistatta se on tärkeä myös arviointia toteuttaville kriitikoille ja tuomaristoille. Kuitenkaan laatu tai hyvä televisiotuotanto ei näyttäydy samana tekijälle, kriitikolle, katsojalle ja tuottajalle. Kenellekään heistä määrälliseen suosioon tukeutuminen ei riitä laaduksi. Televisioalan tekijät ovatkin pitäneet haasteellisena löytää lajityypit ylittävä kriteeristö televisio-ohjelman tuotantoon. Marjaana Mykkänen (2020, 204) toteaa tutkimuksessaan, että digitaalisten medioiden määrä kasvaa nopeasti, mutta ontologiset rakenteet puuttuvat. Näihin rakenteisiin luumme keskustelun laadusta. Lajityypit ylittävät laatuksiteerit auttavat televisioalan toimijoiden yhteistä laatukseskustelua audiovisuaalisella alalla myös uusien medioiden muuttuvissa kerronnallisissa rakenteissa.

Lajityypit ja laatu

Televisiotuottaja Jeremy Orlebar (2011, 35) esittää, että laji on yleisön ja ohjelman tekijän jaettu odotus ohjelman luokittelusta. Televisiossa lajia on silti vaikea määrittellä. Kaikkia kategorioita ei aina voida helposti tunnistaa, löytyy hybridejä, lajit kehittyvät ja muuntuvat (Creeber 2015). Muuttuvassa mediamaisemassa on syntynyt uusia televisio-sisällön kulutuksen muotoja siinä määrin, että audiovisuaalista tarjontaa on enemmän kuin koskaan ennen (Mykkänen 2020, 193). Lajiteoria pyrkii systematisoimaan maailmaa, mutta on myös aina avoin keskustelulle ja kriittiselle tulkinnalle (Creeber 2015).

Jo 1900-luvun alkupuolella audiovisuaalinen ala alkoi kehittyä nopeasti. Radioteknologian synty ja radiolaitteiden yleistyminen 1920–1930-luvuilla toivat viihteen ja faktan suoraan koteihin. Yhtenä esimerkkinä radio-ohjelmien suosioista on se, että Yhdysvalloissa The National Association of Broadcasters perusti Peabody Award -palkinnon. Palkinnolla haluttiin huomioida erinomaisiksi koettuja radio-ohjelmia. Ensimmäinen Peabody-palkinto jaettiin vuonna 1941. Nykyään Peabody-palkintoja jaetaan audiovisuaalisista ohjelmista kahdeksassa eri kategoriassa mukaan lukien internetjulkaisut (Peabody awards 2021).

Televisio-ohjelmien palkitseminen alkoi Television Academyn Emmy-palkinnolla vuonna 1949, jolloin Shirley Dinsdale sai ensimmäisen palkinnon parhaana televisio-persoonana. Emmy-palkinnot kunnioittavat nykyään televisio-ohjelmien eri lajityyppejä, koska teknologia sallii useampia julkaisufoorumia ja -formaatteja, kuten internetissä julkaistut lyhytformaatit. Haastattelun aikaan palkintolautakunnan vanhempana varapuheenjohtajana toiminut John Leverence toteaa, että Peabody- ja Emmy-palkintojen ero on siinä, että edellinen palkitsee enemmän sisältöä, joka vetoaa moraalisiiin ar-

voihin, ja jälkimmäinen taas nostaa esille enemmän viihdealaa (Leverence, suullinen lähde 10.11.2015).

Edellä mainittujen palkintojen jakajat ovat audiovisuaalisen alan ammattilaisia. Tässä tutkimuksessa oletamme lähtökohtaisesti, että palkintojen jakajille on muodostunut käsitys siitä, mikä audiovisuaalisessa ohjelmassa mielletään laadukkaana. Nykyinen Peabody-tuomariston puheenjohtaja Jeffrey Jones antaakin tästä viitteitä toteamalla, että sisältö ja tarina ovat olleet palkintojen jaossa alusta saakka, vuodesta 1940, tärkeimmät audiovisuaalisen ohjelman kriteerit julkaisufoorumiinsa katsomatta (Jones, suullinen lähde 14.12.2015).

Televisiolaadun tieteellisen tutkimuksen on nähty olleen muun muassa Isossa-Britanniassa ennen 1990-lukua vähäistä (Leggatt 1996a, 73). Kuitenkin Jay Blumler, Malcom Brynin ja Thomas Nossiter (1986) ovat tehneet jo 1980-luvulla tutkimukseen perustuvan televisio-ohjelmia koskevan laatu-kriteeristön. Kriteerien tarkoitus oli toimia keskustelulähtökohtana sille, millä perusteella The British Broadcast Corporationin eli BBC:n toimintaa rahoitettaisiin tulevaisuudessa. Vastatakseen tieteellisen laatu-tutkimuksen tarpeeseen Sakae Ishikawa (1996) kutsui eri alojen mediatutkijoita viidestä eri maasta osallistumaan televisio-ohjelmien laatua käsittelevän teoksen *Quality Assessment of Television* kirjoittamiseen. Tutkijat keräsivät vuosina 1990–1993 artikkeleihinsa materiaalin Isosta-Britanniasta, Yhdysvalloista, Kanadasta, Ruotsista ja Japanista.

Nossiter (1986) haastatteli tutkimuksessaan 120:tä brittiläistä televisioalan ammattilaista ja havaitsi viisi laadun kriteeriä, jotka nimettiin seuraavasti: 1) tekninen erinomaisuus, 2) sisältö, 3) tavoitteen selkeys, 4) innovaatio ja 5) relevanssi. (Leggatt 1996b; Shamir 2007.) Nossiterin nimeämät ulottuvuudet nostivat esille ne osa-alueet, joista voidaan keskustella ohjelmatuotannon yhteydessä, kun tarkastellaan laatua. Kriteerit eivät kuitenkaan vastanneet kysymykseen siitä, mitä laatu on televisio-ohjelmissa. Blumler (1991) vuorostaan haastatteli tuottajia, käsikirjoittajia ja ohjaajia. Hän löysi seuraavat laadun kriteerit: 1) ekspressiivinen rikkaus, 2) autenttisuus, 3) polemiikka herättävä kosketus ja 4) rehellisyys. Sekä Nossiter että Blumler keskittyivät sisällölliseen laatuun ja esittivät sen jakautuvan alaryhmiin, joita ovat 1) tavoitteen selkeys, 2) innovatiivisuus ja 3) merkitys katsojalle (relevanssi).

Quality Assessment of Television -teoksen (1996) artikkelissa Robert Albers tarkasteli televisio-ohjelmien laatua tekijälähtöisestä näkökulmasta. Hän haastatteli kahdeksaa televisioalan ammattilaista Yhdysvalloissa vuonna 1992. Albers löysi haastatteluista viisi televisio-ohjelmien laatu-tehtävää. Nämä olivat 1) muoto, 2) sisältö, 3) lähestymistapa tai vaikutus yleisöön, 4) taiteellisuus ja 5) kaupallinen menestys. Albers toteaa, että kategoriat ovat yleisiä. Tämä johtunee osin siitä, että haastateltavat eivät olleet täsmällisiä, kun he arvioivat televisio-ohjelmia. (Albers 1996, 123–139.)

Timothy Leggatt (1996b, 145–146) haastatteli kolmeakymmentä audiovisuaalisen alan ammattilaista. Hän löysi haastatteluaineistostaan viisi kategoriaa, joita voidaan käyttää laadusta keskustelemiseen. Kriteerit ovat seuraavat: 1) ammatillinen taito, 2) resurssit, 3) ohjelman ominaisuudet (esim. vakaavuus, relevanssi, taitava tarinankerronta, asianmukainen, merkityksellinen katsojalle, tunteiden herättäminen, katsojan uteliaisuuden herättäminen), 4) ohjelmantekijöiden ominaisuudet (esim. innovatiivisuus, omaperäisyys, tavoitteen selkeys tai intohimo) ja 5) yleisön reaktio. Ohjelman laatuominaisuuksiin kuuluvat Leggattin (1996b) mukaan ohjelman relevanssi ja vakaavuus. Intohimo ja tavoitteen selkeys ovat ohjelman tekijöiden mainitsemia ominaisuuksia, kun taas tunteiden herättäminen ja katsojan uteliaisuuteen

vetoaminen kuuluvat tarinankerronnan laatuun. Leggatt on huomionut analyysissään aikaisempia, kuten Nossiterin, Blumlerin ja Albersin löydöksiä (Leggatt 1996b; Shamir 2007).

Tieteellinen tutkimus televisio-ohjelmien laadusta on siirtynyt 2000-luvulla yleisestä katsomuksesta yksityiskohtaisempaan suuntaan. Suzanne Lischer (2014) teki Sveitsin yleisradion, Swiss Public Service Companyn (SRG SSR)¹ toimeksiannolla tutkimuksen siitä, mikä on laatua Sveitsin julkisen palvelun televisiossa. Lischer (2014) löysi seuraavat televisio-ohjelman laadun kriteerit: 1) journalistinen ammattimaisuus, 2) relevanssi, 3) uskottavuus, 4) vastuuntunto ja 5) yleisön saavuttaminen laajasti. Lischerin näkemyksessä on otettu huomioon julkisen palvelun tehtävä televisiossa. Sen tehtävä on ensisijaisesti tuoda esille eettisiä arvoja ja laadukkaita ohjelmapalveluja. Samankaltainen tehtävä on Suomen yleisradiolla (Laki Yleisradio Oy:stä 22.12.1993/1380).

Keskustelu laatukriteereistä televisioalalla on haastavaa. Laatukriteeri saattaa saada eri lajityypeissä toisistaan poikkeavia merkityksiä. Merkitys voi olla myös sama, vaikka se nimetään eri tavalla. Laatukriteerit myös poikkeavat lajityypin luonteen mukaan. Esimerkiksi uutisjournalistiikka erottuu fiktiosta siten, että uutiset perustuvat tosiasioihin. Nimenomaan uutuuksien määrittely uutisen. Uutisen ja yksityisen blogin välinen ero on taas siinä, että edellinen palvelee erityisesti yhteiskunnan etuja ja jälkimmäinen yksilöllisempää tarvetta (Graf 2014, 178).

Metodologia

Tutkimuskysymyksemme on, millainen käsitys ammattilaisilla on oman ammatillisen kokemuksensa kautta televisio-ohjelmien tuotannon laatukriteereistä. Lähtökohtana tutkimuksessa oli toisen kirjoittajan ammatillisista käytännöistä noussut kiinnostus siihen, millaisia laatukriteereitä käytetään televisio-ohjelmien tuotannossa ja mitä laatu on televisiossa. Toinen kirjoittajista oli seuraamassa draamasarjan *Elämän suola*² (Suomi 1996–1998) käsikirjoittajaryhmän työskentelyä. Ryhmä koostui käsikirjoittajista, dramaturgista, ohjaajasta ja tuottajasta. Keskustelusta muodostui toiselle kirjoittajalle henkilökohtainen ammatillinen kriteeristö, josta identifikaatio ja lumous olivat keskeisimpiä kriteereitä.

Lähestymme tutkimuskysymystä fenomenografisesti. Fenomenografiassa oletetaan, että tutkimukseen valitussa yhteisössä, yhteiskunnassa tai kulttuurissa on löydettävissä jo olemassa oleva yleinen käsitysten joukko, joka ohjaa sen toimintaa ja ajattelua. Lähtökohtanamme on ajatus, että audiovisuaalisella alalla on olemassa laatukriteereitä koskevia käsityksiä ja niiden variaatioita, jotka ovat alalla koettuja ja sosiaalisesti merkityksellisiä. Niitä tutkimalla on mahdollista löytää laatukriteerien keskinäinen hierarkia ja johdonmukaisuus sekä lajityypit ylittävät laatukriteerit. (Åkerlind 2005, 322; Huusko & Paloniemi 2006, 166; Vilka 2021, 172–173.)

Fenomenografia painottaa havaintoja, jotka ilmenevät ihmisen tietoisissa käsityksissä ja ovat riippuvaisia kokijan omasta ymmärtämisen tavasta. Tutkija pyrkii analyysissään oppimaan kokemuksista ja käsityksistä vuorovaikutuksessa aineistonsa kanssa, eikä niinkään lähestymään aineistoa teorialähtöisesti. Fenomenografiset analyysit tehdään vaiheittain niin, että jokainen edeltävä vaihe vaikuttaa seuraaviin valintoihin. Merkitysisältöjen vertailu tutkijoiden ja aineiston vuorovaikutuksessa eri vaiheissa analyysiä ohjaavat sitä, mitä lopulliset käsitykset kategorioina sisältävät. (Huusko & Paloniemi 2006, 166.)

1 SRG SSR on Sveitsin yleisradio, Swiss Public Broadcasting Corporation. Se on perustettu vuonna 1922 ja sen päämaja sijaitsee Bernissä, Sveitsissä.

2 *Elämän Suola* on YLE/TV2:n tuottama, 60-osainen draamasarja, joka esitettiin vuosina 1996–1998.

Käsitysten kirjon kuvaamisen avulla on samalla mahdollista löytää ne laatu-kriteerit, joista ammattilaisilla on jokseenkin sama käsitys lajityypit ylittävänä laatu-kriteereinä eroista huolimatta.

Toinen kirjoittaja kokosi kahdeksan tutkimushaastattelua ollessaan vierailevana tutkijana Yhdysvalloissa University of Georgiassa syksyllä 2015. Yhden haastattelun toinen kirjoittaja teki Suomessa keväällä 2016 ja toisen kesällä 2020. Haastateltavista kolme oli tuottajia (Mulholland, English, Forsman). Kaksi oli sekä ohjaajia että tuottajia (Smith, Mykkänen). Yksi edustaa uutisjournalismia, hän on toiminut päätoimittajana ja työskentelee nykyään professorina (Vlad). Kaksi edusti palkintotuomaristoa (Leverance, Jones). Yksi on toiminut Georgian yliopiston (UGA) mediayksikön johtajana (Alexander) ja yksi on toiminut ennen eläkkeelle jäämistään UGAN medialaitoksen professorina (Rhodes). Haastateltavien valinnassa painotettiin sitä, että heillä tuli olla televisioalan ammatillista kokemusta ja audiovisuaalisen alan asiantuntemusta. Heidän tuli myös ammatillisesti edustaa televisioalan eri lajityyppejä, sekä kaupallista että ei-kaupallista tuotantoa. Audiovisuaalisen alan kansallisista piirteistä huolimatta emme tee tässä tutkimuksessa maiden välistä vertailua laatu-kriteereistä.

Tutkimushaastattelut olivat teemoiteltuja ja noin tunnin kestäviä nauhoitettuja keskusteluja. Ensimmäinen haastatteluteema profiloit haastateltavan televisioalalle. Seuraava teema käsitteli sitä, mikä on laatua televisio-ohjelmassa. Kolmantena haastateltavan tuli tutustua aiempiin laatu-kriteereihin, jotka oli muodostettu aluksi toisen kirjoittajan käytännön keskusteluissa televisioalan työssä ja analysoitu suhteessa aiemmin löydettyihin laatu-kriteereihin. Tutkittavalla oli mahdollisuus kommentoida ja vahvistaa paitsi ensimmäisen analyysivaiheen kriteereitä myös haastattelusta toiseen muokkaantuneita kriteereitä. Keskustelut laatu-kriteereistä etenivät niin, että haastateltava pystyi itse vaikuttamaan haastattelun sisällölliseen kulkuun. (Hyvärinen 2017, 20–21.)

Tässä tutkimuksessa fenomenografista otetta sovellettiin sekä haastattelujen aikana, kun toinen tutkijoista keskusteli työskentelyn aikana nousseista laatu-kriteereistä haastateltavien kanssa, että analyysivaiheessa haastattelujen litteroinnin jälkeen. Käytännössä fenomenografista otetta toteutettiin haastattelussa siten, että haastatteleva tutkija poimi keskustelun aikana haastateltavan mainitsemia laatu-kriteereitä ja uusista kriteereistä tehtiin välittömästi muistiinpanoja. Uudet kriteerit lisättiin suoraan seuraavassa haastattelussa arviointiin laatu-kriteereihin. Keskustelusta toiseen edettiin samaan tapaan niin, että laatu-kriteerit kehittyivät kehämäisesti vuorovaikutuksessa tutkittavan ja tutkijan vertailujen avulla. Fenomenografisesti tarkasteltuna kiinnostavaa oli, miten haastateltavien käsitykset vastasivat siihen, mitä laatu on televisiossa, millainen on laatu- ja kirjo- audiovisuaalisella alalla ja miten laatu-kriteerit asetuvat suhteessa toisiinsa niin, että ne voisivat muodostaa lajityypit ylittävät laatu-kriteerit. Tässä tutkimuksessa emme olleet kiinnostuneita lajityyppien hierarkiasta, vaikka fenomenografinen lähestymistapa olisi antanut siihen mahdollisuuden (Åkerlind 2005, 322; Vilkkä 2021, 172–173).

Haastatteluiden jälkeen analyysin ensimmäisessä vaiheessa tarkastelimme, miten ihmiset kuvaavat spontaanisti laatu-kriteerejä audiovisuaalisella alalla. Analyysin toisessa vaiheessa asetettiin kysymys, millaisia käsityksiä audiovisuaalisen alan tutkijoilla teoriassa on televisio-ohjelmien laadusta ja kolmanneksi, miten he kuvaavat ja nimeävät näitä laatu-kriteereitä tutkimus-kirjallisuudessa.

Tulokset

Tv-vaikuttajien ja ammattilaisten haastatteluista nousi esiin kolme televisio-ohjelmien lajityypit ylittävää laatukriteeriä: 1) *ammattitaito*, 2) *vaikutus* ja 3) *suosio*. Nämä muodostuvat televisioalan tekijän näkökulmasta suhteessa katsojaan, tuotantoyhtiöön sekä julkiseen tai yksityiseen rahoittajaan.

Ammattitaito

Audiovisuaalisella alalla yksi laadun kriteeri on aina ollut ammattitaito (Rosenberg et al. 1996, 38). Siten ei ole yllättävää, että se nousi laadun kriteeriksi myös aineistossamme. Ammattitaito on kuitenkin sisällöltään vivahteikas. Haastateltavat painottivat ammattitaidossa taitoa ja osaamista, muotoa ja sisältöä, johdonmukaisuutta, vaihtelua, uskottavuutta, omaperäisyyttä sekä vaivan näkemistä.

Ammattitaitoa kuvattiin aineistossa fiktioissa ja asiaohjelmissa muun muassa tehtävään liittyvän taidon ja osaamisen hallintana. Taidot tekijä on voinut saavuttaa koulutuksella ja/tai työkokemuksella. Taidolliset puutteet puolestaan näkyvät ohjelman laadussa. Tutkimuksessa haastatelluista Liselott Forsman antaa tästä havainnollisen esimerkin: ”Amatöörinäyttelijä voi olla loistava tietyssä roolissa, mutta toisaalta tekniikan puutteessa, ammattitaidon monipuolisuus saattaa kärsiä.”

Utisjournalismissa ammattitaitoa osaamisen hallintana on mahdollista kuvata tietyillä ominaisuuksilla, joita *Media Sustainability Index* -julkaisu on koostanut IREXin³ toimeksiannosta (Morse 2016). *Media Sustainability Indexin* mukaan esimerkiksi runsaat ja ensisijaiset lähteet kuuluvat journalistiseen ammattitaitoon.

Haastatelluista Jack English korostaa ammattitaitona sitä, että tekijä osaa erottaa toisistaan muodon ja sisällön: ”Muoto saa ihmiset pysähtymään kanavalla ja sisällöllinen tarinankerronta saa ihmiset pysymään kanavalla.” Näin English nojaa samaan näkemykseen kuin Peabody-palkinnon tuomariston puheenjohtaja Jones. Hänen mielestään sisältö ja tarina ovat olleet televisioalan alusta lähtien tärkeimmät audiovisuaalisen ohjelman laatukriteerit julkaisufoorumiin katsomatta (English, suullinen lähde 18.12.2015).

Tutkimuksen aineistossa laadukasta sisällöllistä tarinankerrontaa ammattitaitona kuvattiin myös sanalla johdonmukaisuus. Haastatteluissa muun muassa Robert E. Mulholland ja Marjaana Mykkänen toivat esille laadun kriteereinä ohjelman johdonmukaisuuden mutta myös katsojan halun nähdä ohjelma uudelleen. Johdonmukaisuudessa voi olla Mykkäsen mukaan kyse myös siitä, millainen on ohjelman tyylillinen tai kerronnallinen pysyvyys. Siitä taas seuraa, että katsoja haluaa nähdä tietyn ohjelman uudelleen. Nossiter (1986) ja Leggatt (1996) vuorostaan puhuvat tavoitteen selkeydestä laatukriteerinä. Tavoitteen selkeyden voi rinnastaa jossain määrin johdonmukaisuuteen.

Ammattitaidolla tehdyssä laadukkaassa televisio-ohjelmassa pitää olla vaihtelua, vaikka harvoin syntyy jotakin aivan uutta teemaa, kuten haastateltavista John Leverance toteaa. Uusia variaatioita tutuista teemoista sen sijaan näkee yleisesti. ”Vaihtelu voi olla myös vastakohta monotoniale”, toteaa Forsman. Jones vuorostaan esittää, että ”ellei tarjoa vaihtelua, katsojat tylsistyvät”. Mulholland mainitsee, että vaihtelu ei välttämättä tarkoita vain fyysistä vaihtelevuutta, kuten kuvauspaikkojen vaihtamista. Se voi merkitä myös tapaa, jolla kuvat leikataan yhteen. Mulhollandin mukaan ”yllätyksiä

3 IREX on kansainvälinen, voittoa tavoittelematon organisaatio, joka edistää kestävästä myönteistä muutosta.

voi löytyä tilanteissa ja hahmoissa...niin, ettei sama tarina toistu”. Mykkänen taas korostaa rytmin vaihtelua. Tudor Vlad vuorostaan kuvaa vaihtelua uutisraportoinnin tasapainoisena ja monipuolisena informointina eri näkökulmista ja eri aiheista. Journalismissa vaihtelu on laadun kriteeri (Östlund 2010, 38). Myös draamassa kaivataan vaihtelua, mutta se ei saa jatkua loputtomasti. Jouko Aaltonen (2018, 65) toteaa Aristoteleeseen viitaten, että ”juonen sommittelu on oltava sellainen, että jonkin osan vaihtaminen tai poistaminen särkee kokonaisuuden”.

Tutkimuksessamme haastateltavat käyttävät luotettavuuden synonyymeinä aitoutta ja uskottavuutta pienin vivahde-eroin. Sekä Jones että Alison Alexander pitävät aitoutta ongelmallisena laatukriteerinä. ”Mitä on aitous? Kaikki on ryöstetty jostakin. Star Wars ryöstettiin japanilaiselta elokuvatuotajalta. Rolling Stones ryösti materiaalia Little Richardilta ja Chuck Berryltä”, toteaa Jones haastattelussa. Hän jatkaa seuraavasti: ”On parempi ehdottaa, että jokin näyttää aidolta sinä hetkenä, kun se esitetään.” Uskottavuus tarkoittaa hieman eri asioita draamassa, fiktiossa ja televisiojournalismissa. Kuitenkin se on kaikissa lajityypeissä tärkeä laatua kuvaava tekijä. Fiktiivisessä ohjelmassa, jossa maailma on tekijän luoma, hahmojen tulee olla uskottavia luodussa maailmassa. Haastatelluista Jennifer Smith toteaa, että ”uskottavuus on laatukriteeri, kun kaikki tarinan elementit tukevat toisiansa, ja kun mikään ei riko illuusiota, ja luotu maailma on uskottava itselleen”.

Vlad huomauttaa, että journalistin on tärkeää pitää mielipiteet ja faktat erillään. Journalistisessa mielessä uskottavuus on aidompi kuin luotu illuusio. Vlad on nykyään huolissaan uskottavuuden puuttumisesta journalismissa. Sosiaalinen media ja perinteinen media kilpailevat nykyään siitä, kuka saa kerrottua uutisen ensimmäisenä. Se on johtanut siihen, että uskottavuus ja monipuolisuus ovat nousseet tärkeimmiksi kriteereiksi. Uusien medioiden lisäämisestä huolimatta uskottavuus ja luotettavuus ovat tärkeitä journalistisen laadun kriteereitä (Lischer 2014).

Ammattitaitoinen ohjelma on omaperäinen. ”Omaperäisyys on asiaohjelmistossa erittäin hyvä valtti”, toteaa Mykkänen ja jatkaa, ”että se voi olla kerronnassa ja se voi olla oma formaatti. Ylipäätään se, että erottuu jollain omalla ominaisuudella.” Omaperäisyys kuuluu sekä Emmy-palkinnon että Peabody-palkinnon palkintokriteereihin. Tämä saattaa johtua osin siitä, että 1920–1960-luvuilla ainoastaan live-esitykset olivat sallittuja ja äänilevyjen soitto kiellettyä. Etusija haluttiin antaa radioasemille, jotka tarjosivat omaperäistä ja ainutlaatuista viihdettä. Jo tuolloin eroteltiin omaperäisyyden perusteella A-luokan ja B-luokan radio-ohjelmia. Myös RCA *Radio Corporation of America* jopa harkitsi, että omaperäisyys olisi laadun kriteeri (Hilmes 2008, 45).

Omaperäisyyttä ja alkuperäisyyttä käytetään usein synonyymeinä, vaikka ne ovat kaksi eri asiaa. Laura Leppämäen (2005, 89) mukaan tekijänoikeudet määrittelevät, että teoksen pitää olla ihmisen luovan työn tulos, jollaista kukaan muu ei olisi työhön ryhtyessä saanut aikaiseksi, eli toisin sanoen se on alkuperäinen. Omaperäinen liitetään luovuuteen, mutta alkuperäinen voidaan liittää myös muuhun tekemiseen (Leppämäki 2005, 89). Täyttääkseen luovuuden kriteerit teoksen pitää olla omaperäinen, uudenlainen ja alalle soveltuva (Shepard et al. 2019, 45–46). Toisaalta luovuustutkijat ovat näyttäneet, että luova ajattelu voi olla uutta, vaikka joku muukin olisi ajatellut aikaisemmin samoin edellyttäen, että ajatus oli uusi tekijälle (Uusikylä 2014, 49).

Useat haastateltavista mainitsevat laadun edellytyksenä sen, että tekijä panostaa tai näkee vaivaa. Forsman ehdottaa, että tekijän panostaminen olisi laatukriteeri draamassa. Hän kuvaa haastattelussa sitä, miten Tanskan julkisen

television Danmarks Radio eli DR:n draamaosasto näkee paljon aikaa ja vaivaa luodakseen kuvitteellisen maailman ennen kuin tuotannon kirjoitusprosessi käynnistyy. Forsman esittää seuraavaa:

Suunnitteluun kuuluu saada käsikirjoitus hyvin tehtyä. Suuri ero Suomessa ja muissa Pohjoismaissa on, että Suomessa käsikirjoitukset kirjoitetaan nopealla aikataululla. Tanskassa ponnistellaan sen eteen, että saadaan luotua universumi. He haluavat vahvan pohjan.

Mykkänen puolestaan toteaa, että audiovisuaalisten asiaohjelmien tekeminen on viitsimisen ammatti. Hän tuo esille, että laadun vastakohta on välinpitämättömyys ja ”asiantuntemattomuus, pinnallisuus, tietämättömyyden tuottama pinnallisuus. Että ei pysytä otsikossa. Että ohjelma, jonka pitää kertoa jostakin, mutta sitten se kertoo vain siitä juontajasta.” Mykkäsen mukaan asiantuntemattomuuteen liittyy yleisen tiedon aliarviointi niin, että ei viitsitä kertoa perusasioita.

Haastateltavista Leara Rhodes on samaa mieltä Mykkäsen kanssa. Rhodesin näkemyksen mukaan Yhdysvalloissa uutiset ovat usein pinnallisia. Esimerkiksi joukkoampumiseen liittyvissä uutisissa ei viitsitä keskittyä käsittelemään itse ongelmaa eli aseväkivaltaa. Laatua journalistiikassa saavutetaan muun muassa sillä, että journalisti ponnistelee ja näkee vaivaa etsiessään ensisijaisia lähteitä ja analysoidessaan koottua materiaalia (Fagerström 2010, 31). Journalistille suurin laadun este on kuitenkin ajanpuute (Kovac & Rosenstiel, 2001; Molander, 2010). Ajanpuute verottaa paneutumista ja vaivan näkemistä.

Vaikutus

Björn Häger (2020, 263) toteaa, että kuvat, äänet ja tapahtumat voivat avata todellisuutta tavalla, joka voi herättää voimakkaita tunteita ja tunteiden seurauksena mielipiteitä. Siten monenlaisia tunteita voidaan herättää katsojassa ammattitaidolla toteutettujen dramaturgisten keinojen avulla. Tunteiden herättäminen on myös haastateltavien mielestä toivottu tavoite. Haastatteluaineistossa esitettiin, että tunteiden herääminen on jonkinlaisen vaikutuksen toteutumista katsojassa. Blumler (1992) kuvaa vaikutusta keskustelua herättävänä kosketuksena. Mullholland toteaa, että ohjelma on laadukas, jos se ”kiehtoo” yleisöä. Kiehtoa-sanan synonyymeinä käytetään aineistossa muun muassa ilmaisuja ”puoleensa vetävä”, ”fasinoiva” eli ”lumoaava” ja ”samastuttava” sekä ”vangitseva”.

Trine Breum (1996, 21) korostaa, että identifikaatio ja lumous ovat kerronnallisia työkaluja, joilla on tarkoitus kiinnittää yleisön huomio ohjelmaan ja havahduttaa katsojan kiinnostus. Aaltonen (2018, 57) puolestaan toteaa, että katsojan pitää pystyä tunnistamaan asioita ja ohjelman elementtejä, jotta hänen olisi mahdollista samastua esitettyihin henkilöihin ja tapahtumiin. Peter Harms Larsen (2005, 43–44) esittää, että läheisyydellä on yhteys identifikaatioon ja kiinnostuksella yhteys sensaatioon. Identifikaatio ja lumous kulkevat käsi kädessä, kuten toteaa haastateltu Alexander. Hänen mukaansa identifikaatio ilman lumousta olisi liian tavanomaista ja lumous ilman samaistumista ei olisi ymmärrettävää eikä koskettaisi katsojaa. Asia, joka on vain tunnistettavissa, ei ole kiinnostavaa. Lumous taas kohottaa katsojan tavanomaisen yläpuolelle. Ilman toista lopputulos olisi ikävystyttävä.

Tunnistamisen ja erityisen välinen jännite näkyy John Fiskin (1994, 21–25) ajattelussa. Hän käyttää käsitteitä redundanssi ja entropia. Redundanssi on jotakin ennustettavaa. Esimerkiksi redundanssia on se, jonka yleisö tunnistaa, joka on yleisölle relevanttia tai johon se pystyy identifioitumaan. Entropialla taas on matala ennustettavuus. Esimerkiksi yllätys ja uutinen edustavat sitä. Entropia voi myös olla ahaa-elämys tai informoinnin syventämistä. Molanderin (2010, 196) mielestä uutuuus määrittelee uutisen, kuten myös se, että uutinen poikkeaa arkipäivän tarinoista.

Redundanssi auttaa meitä orientoitumaan ja löytämään poikkeuksellisuuksia. Esimerkiksi Gevalian kahvimainos (Gevalia YouTube, 1991) on osuva esimerkki redundanssista ja entropiasta audiovisuaalisessa tuotteessa: Mainoksessa nuori nainen lukee kirjaa olohuoneessaan. Yläkerran naapuri, komea nuori mies, nostaa painoja yläkerrassa. Lattia antaa periksi ja mies putoaa naisen olohuoneeseen. Seuraavassa kohtauksessa keittiöstä tulee lämmintä valoa, kuuluu kahvikuppien kilinää ja naisen iloista naurua. Kuvatekstissä lukee: ”Mitä kahvia tarjoat, kun saat yllättäviä vieraita?”

Mainoksessa tavanomaiseen eli redundanssiin viittaavia asioita ovat painojen nosto ja lukeminen, matalaan ennustettavuuteen eli entropiaan taas katon romahdus.

Harms Larsen (2005) toteaa, että kerronnalliset työkalut soveltuvat myös uutisiin. Haastatelluista Vlad uutisjournalistina suhtautuu Larsenin näkemykseen kriittisesti. Vladin mukaan journalismissa saattaa olla pulmallista, jos tunteiden herättämisellä pyritään vain suosioon, sensaatioon tai yleisön viihtymiseen. Vlad esittää haastattelussa seuraavaa:

Sensaatiomainen journalismi saattaa saavuttaa korkeampia katsojalukuja kuin perinteisen journalistiikka... Demokratiassa ihmiset tekevät hyviä päätöksiä äänestäessä ja vastaavissa tilanteissa – jos yleisö on hyvin informoitu. Joskus ihmiset tekevät puolueellisia tai hyvin heikosti perusteltuja päätöksiä ja se on ongelmallista.

Myös lumous laatukriteerinä voi olla ongelmallinen uutisissa, koska journalismissa sekin voi johtaa Vladin mukaan sensaation tavoitteluun. Hän toteaa, että journalismin tehtävä on informoida yleisöä, jotta sillä on riittävästi tietoa tehdä päätöksiä esimerkiksi vaaleissa. Toisaalta Vladin mukaan muun muassa demokratia on uhattuna, jos yleisö ei ole kiinnostunut paikallisista uutisista kuntapolitiikassa. Siten yleisö siirtää vallan pienelle ryhmälle, joka on kiinnostunut asiasta.

Vaikutuksesta puhutaan, kun ohjelma jää katsojalle mieleen pidemmäksi aikaa, kuten Forsman toteaa haastattelussa: ”Jos katsoja näkee televisiossa jotakin ja unohtaa sen saman tien, niin se ei ole laatua. Laatua on se, kun ohimenevä hetki jää katsojaan.” Vaikutus voi olla vähäisempää tai suurempaa niin kuin luovuusteorian pikku I ja iso L. Toisin sanottuna maailmassa on pienempiä keksintöjä, jotka vaikuttavat esimerkiksi arkipäivään, ja suurempia keksintöjä, joilla on vaikutusta yhteiskuntaan (Russ & Fiorelli 2010, 233; Shepard & et al. 2019). Vaikutuksen ei välttämättä tarvitse olla maailmaa mullistavaa. Myös nauru tekee vaikutuksen, toteaa Forsman. Alexander et al. (1998) ovat esittäneet, että muun muassa lastenohjelmissa kasvatuksellinen arvo on sama kuin vaikutus lasten elämään.

Asiaohjelmissa vaikutuksen näkökulmasta keskeistä on, että katsojalle jää jotakin. Esimerkiksi kun on katsonut televisio-ohjelman, tietää enemmän, kuin mitä tiesi ennen ohjelman alkua. Katsojan tulisi kokea, että hän on emotionaalisesti ja tiedollisesti käyttänyt hyvin aikansa, toteaa Mykkänen ja

jatkaa: ”Mutta se, että tietää enemmän, ei ole oikeastaan vaikutus. Yksittäinen ohjelma ei välttämättä vaikuta paljon, mutta se on osana prosessia, vaikka kasvun prosessia tai ihmisen kehityksen prosessia.” Mykkänen esittää, että kaikki liittyy asiayhteyteen, ihmisen omaan koettuun todellisuuteen.

Mykkäsen mukaan vaikutus on hänestä yksi tärkeimmistä laatuksista. Omassa tutkimuksessaan Mykkänen (2020, 197) toteaa, että asiaohjelmien katsomisessa keskeistä on, mitä katsoja siitä käsittelee, koska asiaohjelma liittyy elämän laatuun, tarjoaa kulttuurista pääomaa ja rakentaa johdonmukaista elämänkokemusta katsojalle. Myös Blumler (1991) ja Albers (1996) pitävät vaikutusta yleisöön laatuksena. Tunteen herääminen on tekijän vaikutus katsojaan, ja siten sen voidaan sanoa liittyvän vaikutukseen.

Myös Peabody-palkinnot huomioivat sisällöllisen vaikuttavuuden ennen muita laatuksia. Haastateltavista Jones antaa esimerkkinä tästä kahden opiskelijan kuvaaman lyhyen videoklipin. Se on yksinkertaisesti tuotettu opiskelijoiden omassa asunnossa, mutta tuo tärkeän viestin esille. Klippi kuvaa teini-ikäistä tyttöä, joka on sammunut olohuoneen sohvalle. Kovan näköinen nuori mies nojaa kameraan ja sanoo: ”Hei äijät, arvaa kuka on sammunut sohvalle. Arvaa mitä teen hänelle nyt.” Sen jälkeen hän menee laittamaan tyynyn tytön päälle, peittää tytön huovalla ja toteaa kameraan päin kääntyneenä: ”Oikeat miehet osaavat käsitellä naista kunnioittaen.”

Nähdäksemme televisio-ohjelmien tuotannossa käytetään sellaisia dramaturgisia keinoja, joiden tuottamat seuraukset voisivat toimia myös televisio-ohjelmien laatuksina. Ammattitaitoon liitetyt ominaisuudet ja vaikutuksen keinot kietoutuvat monella tavalla toisiinsa televisio-ohjelmien tuotannossa.

Suosio

Audiovisuaalinen ohjelma tehdään aina jollekin vastaanottajalle, katsojalle. Tutkimuksemme aineistossa haastateltavat pohtivat suosiota moninaisesti. Suosion yhteydessä nousee esille esimerkiksi katsojamäärät, tuotannon rahoitus, liikevoitto, someklikkaukset ja ohjelman vetovoima. Mulholland edustaa kaupallista televisio- ja mediaverkostoa Yhdysvalloissa. Hän toteaa, että ”Kaikeksi tavoite on liikevoitto”. Tämä näkökanta on ymmärrettävä tuotantoyhtiön ja rahoittajien näkökulmasta, koska mainokset ovat tärkeä osa tuotannon rahoitusta ja liikevoittoa. Isot katsojaluvut takaavat mainosten myynnin.

Blumler (1992) ehdottaa, että ohjelman katsojamäärä suhteessa muihin ohjelmiin olisi yksi laatuksista. Aineistossa Leverage puolestaan mainitsee, että suosio ei välttämättä ole lainkaan laadun indikaattori. Hän ottaa esimerkiksi *Big Brother* -ohjelman (Big Brother, Alankomaat 1999). Suosiostaan huolimatta se ei ole saanut Emmy-palkintoa. Suomessa Linnan juhlien suora lähetys taas olisi esimerkki erittäin laadukkaasta ohjelmasta, koska sillä on miljoonia katsoja vuosittain. Katsojamäärien perusteella myös eri urheilulajien maailmanmestaruuskisat olisivat ehdottomasti laadukkaampia kuin televisioitu balettiesitys. Televisio-ohjelman menestys katsojamäärässä ei siis ole sama asia kuin televisio-ohjelman laatu.

Haastateltavista Rhodes opettaa journalistiikkaa Georgian yliopistossa. Hän ajattelee, että uutisia arvostetaan yhä enemmän klikkausten runsauden mukaan. Hän mainitsee ajatuksen sensaation tavoittelusta. Siitä seuraa, että julkisuuden henkilöitä sekä urheilua koskevat sisällöt ovat luetuimpia uutisia. Rhodes esittää kiintoisan retorisen kysymyksen: ”Paljonko klikkauksia saisi uutinen, joka käsittelee keskiluokan köyhtymistä Yhdysvalloissa verrattuna

aiheeseen, joka tavoittelee sensaatiota tai liittyy julkkiksiin tai urheiluun?” Rhodes väittää, että keskiluokan köyhtyminen Yhdysvalloissa vaikuttaa erittäin moneen ihmiseen, mutta uutisena sillä ei ole samaa vetovoimaa kuin julkkiksia koskevalla uutisella.

Haastatelluista Forsman toteaa, että myös televisio-ohjelmien julkinen palvelu pitää tärkeänä yleisön tavoittamista. Ero kaupalliseen verkostoon on kuitenkin siinä, että se haluaa tavoittaa kohdennettua yleisöä ja palvella myös erilaisia sosiaalisia ryhmiä. Siten Forsmanin mukaan ei ole realistista yrittää tavoittaa jokaiseen televisio-ohjelmaan suurta yleisöä vaan mahdollisimman suuri yleisö varsinaisesta kohderyhmästä. Forsman esittää lisäksi seuraavaa: ”Kun arvioi kulttuuriohjelman yleisömäärää, pitää ottaa huomioon, että noin 10 % kaikista katsojista on kiinnostunut kulttuurista. Tästä 10 %:sta pitää arvioida katsojamäärä.” Tästä Forsmanin esittämästä näkökulmasta voi todeta, että suosio ei ole journalistisen televisio-ohjelman laadun kriteeri. Silti uutisjournalistiikan tavoite on saavuttaa yleisönsä, jotta yleisö pysyisi ajan tasalla tapahtumien ja tiedon suhteen. Siten suosio katsojamäärässä mitattuna voi olla ohjelman laatuksiteeri vain suhteutettuna kohderyhmäänsä. Tärkeintä tuotantoyhtiölle, tekijälle ja rahoittajalle on, että ohjelma tavoittaa yleisön, jolle se on suunnattu. Tässä merkityksessä katsojamäärien sijaan ”suosio yleisön saavuttamisena” voi olla lajityypit ylittävä laatuksiteeri.

Päätelmät

Tässä tutkimuksessa kysyimme, mitkä ovat lajityypit ylittävät laatuksiteerit televisio-ohjelmissa ammattilaisten näkemysten mukaan. Analyysi on toteutettu fenomenografisesti vertailemalla toisen kirjoittajan käytännöstä nousevia kriteereitä teoriaan sekä muiden audiovisuaalisen alan tekijöiden käsityksiin laatuksiteereistä.

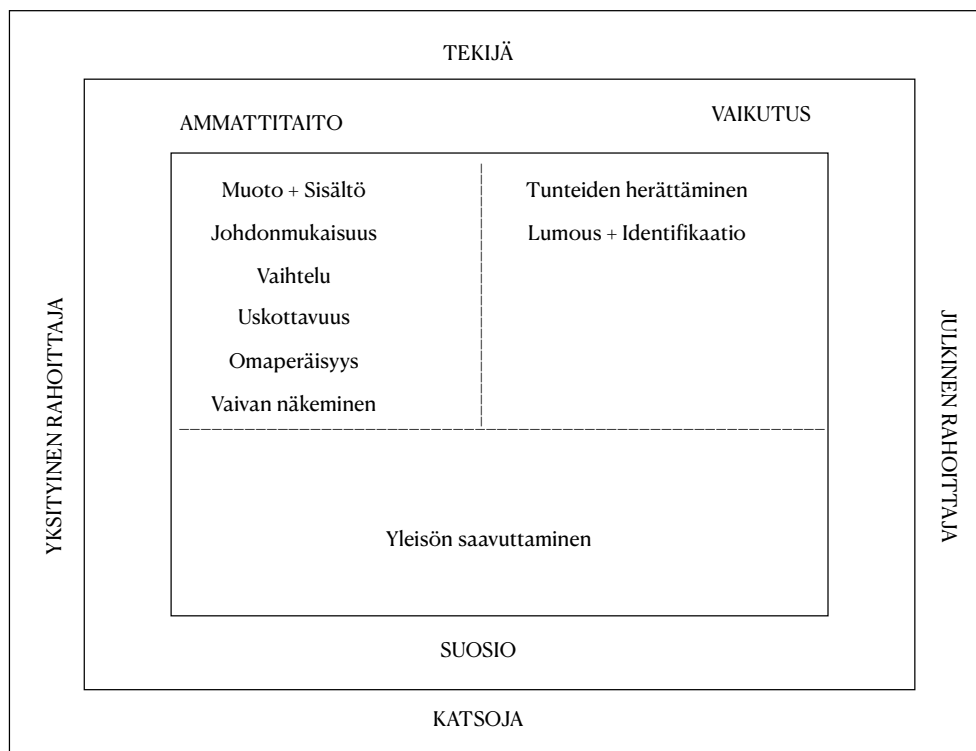
Fenomenografinen analyysi eri toimintaympäristöistä ja taustoista tulevien televisioalan asiantuntijoiden käsityksistä toi esiin laajan kirjon laatuksiteereitä. Aineistossamme mainitaan kaikkiaan yksitoista kriteeriä, jotka audiovisuaalisella alalla käsitetään laatuksiteereinä: Nämä ovat 1) ammattitaito, 2) identifikaatio, 3) lumous, 4) vaihtelu, 5) tunteiden herättäminen, 6) suosio, 7) omaperäisyys, 8) uskottavuus, 9) vaivan näkeminen, 10) vaikutus ja 11) johdonmukaisuus. Laatuksiteereistä ainoastaan identifikaatio ja lumous olivat nousseet esille toisen tekijän ammatillisessa toiminnassa.

Lajityypit ylittäviä piirteitä aineistossa ovat muoto, sisältö ja vaikutus (ks. taulukko 1 seuraavalla sivulla). Eri taustoista tulevilla ammattilaisilla on yhdenmukainen käsitys muun muassa siitä, että televisiotuotannossa muodolla koukutaan yleisö. Sisällöllä vaikutetaan aikaan, jonka katsoja käyttää ohjelman seuraamiseen.

Aineistosta nousseet laatuksiteerit voidaan kiteyttää kolmeen pääkategoriaan ja niiden alakategorioidiin lajityypit ylittäväksi kriteeristöksi. Kriteerit ovat ammattitaito, vaikutus ja suosio (ks. kuva 1 seuraavalla sivulla).

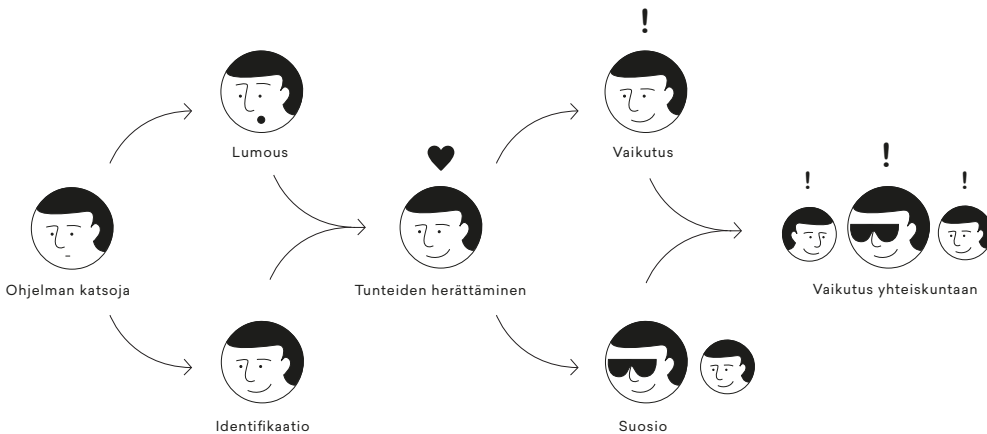
Nossiter (1986)	Blumler (1991)	Albers (1996)	Leggatt (1996)	Lischer (2014)	Morney & Vilka (2021)
Tekninen erinomaisuus	Ekspressiivinen rikkaus	Muoto	Resurssit		Ammattitaito
Sisältö		Sisältö	Ammattitaito	Journalistinen ammattimaisuus	
Relevanssi			Relevanssi / Kulttuurinen läheisyys	Relevanssi	Identifikaatio Tunnistaminen / Relevanssi
					Lumous
					Vaihtelu
			Tunteiden ja uteliaisuuden herättäminen		Tunteiden herättäminen
		Kaupallinen menestys	Yleisön saavuttaminen	Laajan yleisön saavuttaminen	Suosio
Innovaatio		Lähestymistapa / Taiteellisuus	Innovatiivisuus / Omaperäisyys		Omaperäisyys
	Autenttisuus / Rehellisyys			Uskottavuus	Uskottavuus
			Intohimo	Vastuuntunne	Vaivan näkeminen
	Polemiikka herättävä kosketus	Vaikutus			Vaikutus
Tavoitteen selkeys			Tavoitteen selkeys		Johdonmukaisuus

Taulukko 1. Laatukriteerien vertailu. Taulukko: Morney & Vilka.



Kuva 1. Lajityypit ylittävät laatukriteerit ja niiden muodostumisen konteksti audiovisuaalisella alalla. Kuva: Vilka & Morney.

Ammattitaitoon liittyvät piirteet, joihin ohjelman tekijä voi vaikuttaa, ovat muoto ja sisältö, johdonmukaisuus, vaihtelu, uskottavuus, omaperäisyys ja vaivan näkeminen. *Vaikutukseen* kuuluvat tunteiden herättäminen, identifikaatio ja lumous. Nämä piirteet kuvailevat sitä, miten katsoja vastaanottaa ohjelman. Ne ylittävät jossain määrin tekijöiden mahdollisuuden säännellä televisio-ohjelman vaikutusta kokonaisvaltaisesti. *Suosio* yleisön saavuttamisena on merkki ohjelman menestyksestä. Suosioon laadun kriteerinä vaikuttaa konteksti, näkökulma ja kohderyhmä. Suosio taas syntyy siten, että kyetään herättämään tunteita useissa ihmisissä. Seurauksena on vaikuttuminen, jos ohjelma pystyy tuottamaan muutosta ihmisen elämään tai tapaan katsoa maailmaa. Vaikutus siirtyy myös yhteiskuntaan, jos useat ihmiset saadaan vaikuttamaan (ks. kuva 2). Suosiossa identifikaatio ja lumous liittyvät yhteen. Toinen ilman toista tekee sisällöstä pitkästyttävän. Asia, joka on vain tunnistettavissa, ei ole kiinnostava ja toisaalta lumous, jolla ei ole relevanssia, ei merkitse mitään. Nämä kaksi tekijää yhdessä herättävät tunteita. Tämä päätelmä liittyy ajatukseen redundanssista ja entropiasta, jotka herättävät katsojan tunteet. Tunteiden herättäminen on taas keino saada yleisö kiinnitettyä ohjelmaan.



Kuva 2. Laatuksiteerien ketjureaktio. Kuva: Morney.

Lajityypit ylittävät laatuksiteerit (ammattitaito, vaikutus ja suosio) sekä ymmärrys niiden ketjureaktiosta ovat pienin mahdollinen yhteinen nimitäjä eri taustoista ja toimintaympäristöistä tuleville ammattilaisille. Ne eivät kuitenkaan asetu tärkeysjärjestykseen ja ne voivat saada eri merkityksen televisio-ohjelmien eri lajityypeissä. Suosioilla voi olla kaupalliselle televisio-kanavalle painavampi merkitys taloudellisena tekijänä kuin julkisen palvelun televisiokanavalle. Esimerkiksi Mulholland nosti omasta näkökulmastaan esille sen, että televisio-ohjelman tavoitteena on saavuttaa mahdollisimman suuri suosio, jotta yhtiön tuotto maksimoitaisiin. Uutisjournalismin professori Vladin mielestä taas television uutisten tulisi ensisijaisesti informoida katsojia, jotta he voivat tehdä tietoisia päätöksiä yhteiskunnallisissa kysymyksissä esimerkiksi vaalien yhteydessä. Julkisen palvelun televisiokanavalle, joka palvelee myös vähemmistöryhmiä, on tärkeämpää tavoittaa kohdeyleisö laajasti pikemminkin kuin suuri yleisö määrä.

Aineistosta nousevat lajityypit ylittävät laatuksiteerit televisiotuotannossa perustuvat subjektiivisiin käsityksiin, eivätkä siten ole totuus siitä, mitä laatuksiteerit ovat tai mitä niiden tulisi olla. Tässä tutkimuksessa lajityypit ylittävät

laatukriteerit toivat kuitenkin esille sen, millä tavalla keskustelua lajityypit ylittävistä laatukriteereistä televisiotuotannossa ja televisiotutkimuksessa voidaan käydä eri taustoista tulevien ammattilaisten kanssa rakenteellisesti muuttuvassa mediamaailmassa ja yhteiskunnassa, ja että yhteisten kriteerien löytäminen on mahdollista.

Tutkijat ovat 1900-luvun jälkipuoliskolta lähtien pyrkineet nostamaan esille kriteereitä televisio-ohjelmien laadun arvioimiseksi. Tuolloin keskustelua siivittivät lajityypit ylittävät ohjelmat. Tositapahtumista osittain dramatisoidut dokumentit ja tositapahtumiin perustuvat fiktiiviset elokuvat sekä faktan ja viihteen sekoittava tosi-tv saivat arvostelua yleisön harhaanjohtamisesta ja väärästä tiedottamisesta (Corner 2015, 49–50; Dovey 2015, 159). Nykyään televisiotuotannon digitalisaatio, kaupallistuminen ja viihteellistyminen ovat johtaneet siihen, että uusia audiovisuaalisia muotoja syntyy nopeammin kuin ennen ja tuotanto monialaistuu. Ohjelmien tuottamisen sijaan puhutaan myös yhä enemmän sisältöjen tuottamisesta. (Grönqvist 2007, 7.)

”Televisioalalla luotetaan kuluttajien kykyyn arvioida sisältöjä”, toteaa Laura Grönqvist. Samalla luotetaan televisioalan itsesäätelyyn. Alan ammattilaiset luovat omat pelisääntönsä. (Grönqvist 2007, 29.) Tätä vasten televisioalalla tarvitaan televisiotuotannon lajityypit ylittäviä laatukriteereitä vastuulliseen ohjelmien ja sisällön tuottamiseen, kuluttajille laadun tunnistamiseksi, kommunikointiin tuotantoprosessissa, televisiotuotannon laadun tutkimuksessa sekä tahoilla, joissa arvioidaan ohjelmia ja sisältöjä, kuten Venla-, Peabody- ja Emmy-palkintojärjestöissä.

Kiinnostavaa jatkotutkimuksen näkökulmasta on, miten suosio yleisön tavoittamisena johtaa uudelleenvaikutukseen niin, että katsoja suosittelee ohjelmaa ja siten ohjelma tavoittaa myös määrällisesti laajemman yleisön. Samoin kiinnostavaksi tutkimuksen aikana nousi se, miten ammattilainen muodostaa kokemuksensa ja käsityksensä omasta alastaan ja edustamastaan lajityypistä ja laatukriteereistä. Laatukriteerit liittyvät sekä yksilöön arvioijana että televisio-ohjelmien lajityyppeihin. Tulevaisuudessa laadukas sisältö ja kaupallisuus eivät ehkä olekaan toistensa vastakohtia, kuten Grönqvist (2007, 32) toteaa. Tällöin tutkimuksen keskiöön nousisi laatuominaisuuksien ja arvojen välinen suhde (ks. Rosengren et al. 1996; Shamir 2007).

Laatu liittyy arvojen lisäksi myös moraalisiin kysymyksiin. Esimerkiksi Mykkäsen (2020) mukaan vaikutus katsojaan voi olla sekä rakentavaa että tuhoisaa. Mykkänen viittaa Mulganiin (1990), jonka mielestä kaikkien televisioyhtiöiden tulisi kysyä itseltään, panostavatko ne riittävän rakentavasti niitä ympäröivään yhteisöön.

Kiitämme dosentti Jouko Aaltosta ja dosentti Hannah Kaihovirtaa sekä Lähikuvan päätoimittajia ja arvioijia hyödyllisistä kommentteista tekstin kirjoittamisvaiheessa. Kiitämme Tintin Rosvikia infografian piirtämisestä.

Lähteet

Haastattelut

Kaikki aineistomme haastattelut ovat suostuneet siihen, että heidän nimensä ovat esillä tutkimuksessa. Haastateltavat ovat seuraavat:

1. Tudor Vlad⁴, apulaisjohtaja, Cox international center, Grady College of Journalism and Mass Communication, UGA, 20. syyskuuta 2015.
2. Robert E. Mulholland, NBC⁵ mediaverkon entinen pääjohtaja, Naples, Florida. 26. syyskuuta 2015.
3. Alison Alexander, dekaani, Grady College of Journalism and Mass Communication, UGA, Athens Georgia, 20. lokakuuta 2015.
4. Leara Rhodes, professori, Grady College of Journalism and Mass Communication, 20. lokakuuta 2015.
5. Jennifer Smith, ohjaaja, tuottaja, yliopisto-opettaja, Entertainment and Media Studies, Grady College of Journalism and Mass Communication, UGA, Athens, Georgia, 29. lokakuuta 2015.
6. John Leverence, vanhempi varajohtaja, Television Academy, Los Angeles, Emmy-palkintolautakunnan johtaja, 10. marraskuu 2015.
7. Jeffrey Jones, Peabody-palkintolautakunnan johtaja, Athens, GA, 14. joulukuuta 2015.
8. Jack English⁶, tuottaja, Broadcast Solutions LLC, ohjelmia julkiseen palveluun Georgia Public Broadcasting -mediaverkostolle. 18. joulukuuta 2015.
9. Liselott Forsman, vastaava tuottaja, kansainvälisiä draamaprojekteja, YLE, julkinen mediaverkosto. 24. helmikuuta 2016.
10. Marjaana Mykkänen, kulttuurituottaja, YLE, väitöskirjan tekijä Helsingin yliopistossa, aiheena merkitys ja laatu faktohjelmissä, 26. kesäkuuta 2020.

Kirjallisuus

- Aaltonen, Jouko (2018) *Käsikirjoittajan työkalut. Audiovisuaalisen käsikirjoituksen tekijän opas*. Tampere: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Albers, Robert (1996) Quality in Television from the Perspective of the Professional Program Maker. Teoksessa Ishikawa Sakae (toim.) *Quality Assessment of Television*. Luton: John Libbey Media, 101–143.
- Alexander, Alison; Hoerrner, Keisha & Duke, Lisa (1998) What is Quality Children's Television? *Annals of the American Academy of Political and Social Science* vol. 557:1, 70–82.
- Blumler, Jay G. (1991) In Pursuit of Programme Range and Quality. *Studies of Broadcasting* 27, 191–206.
- Blumler, Jay G. & Hoffmann-Riem Wolfgang (1992) New Roles for Public Television in Western Europe: Challenges and Prospects. *Journal of Communication* vol. 42:1, 20–36.
- Blumler, Jay G.; Brynin, Malcolm & Nossiter Thomas J (1986) Broadcasting Finance and Programme Quality: An International Review. *European Journal of Communication* vol.1:3, 343–364.
- Breum, Trine (1996) *Berätta och förför med film*. Stockholm: Alfabetabokförlag.
- Cascajosa Virino, Carmen (2011) No es televisión, es HBO: La búsqueda de la diferencia como indicador de calidad en los dramas del canal HBO, *ZER: Revista de Estudios de Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*. Bilbao, Espanja, 11(21). DOI: [10.1387/zer.3714](https://doi.org/10.1387/zer.3714)
- Corner, John (2015) Drama-Documentary. Teoksessa Creeber, G., Miller, T. & Tulloch, J. 2015. *The Television Genre Book*. 3rd edition. London: BFI Palgrave, 49–50.
- Creeber, Glen (2015) Introduction: What Is Genre? Genre Theory. Teoksessa Creeber, G., Miller, T. & Tulloch, J. 2015. *The Television Genre Book*. 3rd edition. London: BFI Palgrave, 1–2.
- Dhoest, Alexander (2014) It's Not HBO, It's TV: The View of Critics and Producers on Flemish 'Quality TV'. *Critical Studies in Television* vol. 9:1, 1–22. DOI: [dx.doi.org/10.7227/CST.91.1.2](https://doi.org/10.7227/CST.91.1.2)
- Dovey, Jon (2015) Reality TV. Teoksessa Creeber, G., Miller, T. & Tulloch, J. 2015. *The Television Genre Book*. 3rd edition. London: BFI Palgrave, 159–160.

4 Tudor Vlad on toiminut uutistoimittajana Romaniassa vuosina 1983–1990, opettanut journalismia Universitatea Babeş-Bolyai -yliopistossa Romaniassa ja toiminut päätoimittajana *Revista Tribuna* -lehdessä Romaniassa vuosina 1990–1999. Vuodesta 1999 hän on toiminut professorina James M. Cox Jr. Center for International Mass Communication Training and Research, Grady College of Journalism and Mass Communication, Georgian yliopistossa Yhdysvalloissa.

5 NBC on lyhennys nimestä National Broadcasting Corporation. NBC on perustettu vuonna 1926, ja se on yksi Yhdysvaltojen suurimmista kaupallisista mediaverkostoista. Robert Mulholland aloitti uransa NBC:llä uutiskirjoittajana vuonna 1961. Vuosina 1971–1981 hän oli NBC:n televisioverkon johtaja ja vuosina 1981–1984 koko NBC-mediaverkon johtaja.

6 Jack English on saanut vuonna 2011 Emmy-palkinnon työstään suurlähetiläs Andrew Youngin kanssa. Young on yhdistänyt television kansalaisuusliikkeeseen. Ensimmäisen Emmy-palkinnon English sai oltuaan mukana tuotantoryhmässä dokumenttielokuvassa *The South Takes Flight: 100 Years of Aviation in Georgia*. Dokumentti näytettiin julkisen palvelun GPB-kanavalla vuonna 2007.

- Fagerström, Pär (2010) Kvalitet kräver samspel med sociala medier. Teoksessa Torbjörn von Krogh (toim.) *Journalistisk kvalitet? En antologi om hot och möjligheter när mediavärlden förändras*. Tukholma: Stiftelsen Institutet för Mediastudier, 27–34.
- Feuer, Jane (2007) HBO and the Concept of Quality TV. Teoksessa Janet McCabe & Kim Akass (toim.) *Quality TV Contemporary American Television and Beyond*, London: Tauris, 145–158.
- Finlex, 1993. Laki Yleisradio Oy:stä 22.12.1993/1380. Saatavilla: <<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1993/19931380>> (linkki tarkistettu 25.11.2021).
- Fiske, John (1994 [1990]) *Kommunikations Teorier: En Introduktion*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Gevalia YouTube – Oväntat besök Tyngdlyftaren, (1991) mainos. Saatavilla: <<https://www.youtube.com/watch?v=mESB0AONajM&list=PLOz-HVOhqeZ06QIcE-N6wlsAzlNEKGmWZ>> (linkki tarkistettu 20.1.2021).
- Graf, Heike (2014) Mediakritikens funktioner för den journalistiska praktiken. Teoksessa Fredrik Stiernstedt (toim.) *Mediekritik*. Lund: Studentlitteratur, 173–193.
- Grönqvist, Laura (2007) *Brändisjoittelun vastuullisuus. Suomalaisten televisioalan johtajien näkökulmia televisiotuotannon kaupallisuuteen*. TUTU-eJulkaisuja 6/2007. Turku: Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun kauppakorkeakoulu.
- Harms Larsen, Peter (2005) *De levende billeders dramaturgi*. Kööpenhamina: DR.
- Hilmes Michele (2008) *Only Connect. A Cultural History of Broadcasting in the United States*. Boston: Wadsworth.
- Huusko, Mira & Paloniemi, Susanna (2006) Fenomenografia laadullisena tutkimussuuntauksena kasvatustieteissä. *Kasvatus* 37 (2), 162–173.
- Häger, Björn (2020) *Reporter. En grundbok i journalistik*. Lund: Studentlitteratur.
- Hyvärinen, Matti (2017) Haastattelun maailma. Teoksessa Matti Hyvärinen, Pirjo Nikander & Johanna Ruusuvoori (toim.) *Tutkimushaastattelun käsikirja*. Tampere: Vastapaino, 11–45.
- Kovac, Bill & Rosenstiel, Tom (2001) *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York: Crown publishers.
- Leggatt, Timothy (1996a) Identifying the Undefinable – An Essay on Approaches to Assessing Quality in Television in the UK. Teoksessa Sakae Ishikawa (toim.) *Quality Assessment of Television*. Luton, UK: John Libbey Media, 73–87.
- Leggatt, Timothy (1996b) Quality in Television: The Views of Professionals. Teoksessa Sakae Ishikawa (toim.) *Quality Assessment of Television*. Luton, UK: John Libbey Media, 145–168.
- Leppämäki, Laura (2005) Tekijänoikeuden ongelma – alkuperäinen ja omaperäinen teos. *Niin & Näin*, vol. 3, 89–94. Saatavilla: <<https://netn.fi/sites/www.netn.fi/files/netn053-18.pdf>> (linkki tarkistettu 20.8.2021).
- Lischer, Suzanne (2014) *Fernsehen als Service public: Eine Analyse der Qualität der SRG-Fernsehprogramme*. Wiesbaden: Springer.
- McCabe, Janet & Akass, Kim (2007) *Quality TV Contemporary American Television and Beyond*. London: Tauris.
- Molander, Per (2010) Journalisten som forskare. Teoksessa Torbjörn von Krogh (toim.) *Journalistisk kvalitet? En antologi om hot och möjligheter när mediavärlden förändras*. Tukholma: Stiftelsen Institutet för Mediastudier, 27–34.
- Morse, Leon (2016) *Media Sustainability Index 2016*, Washington, DC: IREX.
- Mulgan, Geoff (1990) *The Question of Quality*. London: British Film Institute.
- Mykkänen, Marjaana (2020) *The Good Television. Factual Programmes, Quality, and Subjective Experience*. Helsinki: Helsingin yliopiston valtiotieteen tiedekunta.
- Nossiter, Thomas J. (1986) British Television: A Mixed Economy. Teoksessa Alan T. Peacock & Iso Britannia. Committee on Financing the BBC (toim.) *Research on the Range and Quality of Broadcasting Services: A Report for the Committee on Financing the BBC*. London: HMSO, 5–76.
- Orlebar, Jeremy (2011) *The Television Handbook*. Fourth edition. New York: Routledge.
- Peabody Awards, Award Guidelines 2020. Saatavilla: <<https://peabodyawards.com/submit/>> (linkki tarkistettu 20.8.2021).
- Rosengren, Karl-Erik; Carlsson, Mats & Tägerud, Yael (1996) Quality in Programming: Views from the North. Teoksessa Sakae Ishikawa (toim.) *Quality Assessment of Television*. Luton, UK: John Libbey Media, 3–48.

Russ, Sandra W. & Fiorelli, Julie A. (2010) Developmental Approaches to Creativity. Teoksessa James C. Kaufman & Robert J. Sternberg (toim.) *The Cambridge Handbook of Creativity*. New York, NY: Cambridge University Press, 233–249.

Shamir, Jacob (2007) Quality Assessment of Television Programs in Israel: Can Viewers Recognize Production Value? *Journal of Applied Communication Research* vol. 35:3, 320–341.

Shepard, Aubra C.; Morney, Elisabeth & Sumners, Sarah E. (2019). Shaping Strömsö: Examining Elements in a Creative Process for the Design of New Television Content. *Creativity: Theories - Research - Applications* vol. 6:1, 42–65.

Thompson, Robert J. (2007) Preface. Teoksessa Janet McCabe & Kim Akass (toim.) *Quality TV Contemporary American Television and Beyond*. London: Tauris, xvii–xx.

Uusikylä, Kari (2012) *Luovuus kuuluu kaikille*. Jyväskylä: PS-Kustannus.

Vilkka, Hanna (2021) *Näin onnistut opinnäytetyössä. Ratkaisut tutkimuksen umpikujiin*. Jyväskylä: PS-kustannus.

Åkerlind, Gerlese (2005) Variation and Commonality in Phenomenographic Research Methods. *Higher Education Research and Development* vol. 24:4, 321–334. DOI: [dx.doi.org/10.1080/07294360500284672](https://doi.org/10.1080/07294360500284672)

Östlund, Ingrid (2010) Kvalitet = sakliga och pålitliga nyheter. Teoksessa Torbjörn von Krogh (toim.) *Journalistisk kvalitet? En antologi om hot och möjligheter när mediavärlden förändras*. Stockholm: Stiftelsen Institutet för Mediestuder.