

HUUMORI TALK SHOW -HAASTATTELUISSA

Puheviestinnän pro gradu -tutkielma

Viestintätieteiden laitos

Jyväskylän yliopisto

Anne Laajalahti

syksy 2004

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta HUMANISTINEN	Laitos VIESTINTÄTIETEIDEN
Tekijä Anne Kirsi Helena Laajalahti	
Työn nimi HUUMORI TALK SHOW -HAASTATTELUISSA	
Oppiaine puheviestintä	Työn laji pro gradu -tutkielma
Aika syksy 2004	Sivumäärä 161
Tiivistelmä – Abstract	
<p>Tämän tutkimuksen tavoitteena oli kuvata ja analysoida talk show -haastattelijoiden humoristista viestintää. Huomiota kiinnitettiin erityisesti huumorin määrään ja luonteeseen, huumorin aiheisiin, huumorin ilmenemiseen verbaalisesti ja nonverbaalisesti, humorististen puheenvuorojen muotoon ja sijaintiin haastattelussa sekä huumorin kohdistamiseen ja tehtäviin. Haastattelujen vuorovaikutuksellisen luonteen vuoksi myös haastateltavien reaktiot nostettiin tarkastelun kohteeksi.</p> <p>Haastattelijoiden huumoria pyrittiin kuvaamaan havainnoimalla televisiosta nauhoitettuja talk show -haastatteluja. Havainnoitava aineisto koostui viidestätoista haastattelusta, joista poimittiin tarkemman analyysin kohteeksi kaikki sellaiset 177 haastattelijoiden puheenvuoroa, jotka sisälsivät huumoria. Havainnoinnin tukena käytettiin tutkimusta varten luotuja havainnointilomakkeita.</p> <p>Tutkimuksessa analysoiduissa talk show -haastatteluissa esiintyi runsaasti huumoria. Haastattelijat löysivät aiheita huumorilleen sekä haastattelutilanteesta ja siihen osallistuneista ihmisistä että haastattelun ulkopuolelta. Haastattelijoiden huumori ilmeni sekä verbaalisesti että nonverbaalisesti, mutta se näytti tulevan kaikkein selvimmin esille heidän verbaalisessa viestinnässään. Huumoria tuotettiin kaikissa haastattelun vaiheissa, ja sitä sisältyi keskustelun vuorotteluun ja haastattelijoiden puheenvuoroihin monenlaisissa muodoissa. Huumorin määrä ja luonne näyttivät kuitenkin vaihtelevan haastattelusta toiseen ja jopa yksittäisten haastattelujen aikana.</p> <p>Talk show -haastattelijoiden huumorille näyttää olevan ominaista, että se kohdistetaan samaan aikaan useille eri tahoille. Haastattelijoiden humoristista viestintää voidaankin pitää talk show -haastattelujen julkisen luonteen vuoksi aina samalla myös esiintymisenä.</p> <p>Huumorilla näyttää kaiken kaikkiaan olevan tärkeä rooli ja monenlaisia tehtäviä sekä haastattelutilanteen vuorovaikutuksen että koko ohjelman viihteellisyyteen pyrkivän luonteen kannalta. Tämän tutkimuksen perusteella näyttää siis siltä, että huumori on strategisesti tärkeä osa talk show -haastattelijoiden viestintää.</p>	
Asiasanat humori, talk show, televisiohaastattelu, televisioesiintyminen	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto / Tourulan kirjasto	
Muita tietoja	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 TELEVISIO ESIINTYMISEN AREENANA	6
2.1 Televisoidun vuorovaikutuksen ominaispiirteet	6
2.2 Talk show television ohjelmagenrenä	11
3 HAASTATTELU TELEVISIOITUNA VUOROVAIKUTUSTILANTEENA	20
3.1 Haastattelu interpersonaalisenä kohtaamisena	20
3.2 Televisiohaastattelun ominaispiirteet	24
4 HUUMORI VIESTINTÄ- JA VUOROVAIKUTUSILMIÖNÄ	31
4.1 Huumori käsitteenä	31
4.2 Huumori tutkimuskohteena	39
4.3 Huumorin funktiot ja merkitys	45
4.4 Verbaalinen ja nonverbaalinen huumori	54
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	59
5.1 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset	59
5.2 Havainnointi tutkimusmenetelmänä	64
5.3 Tutkimusaineiston esittely	67
5.4 Aineiston käsittely ja analyysi	70
5.5 Havainnoinnin luotettavuus	74

6 TUTKIMUSTULOKSET JA NIIDEN TULKINTA	77
6.1 Huumorin määrä ja luonne	77
6.2 Huumorin aiheet	80
6.3 Huumori verbaalisessa ja nonverbaalisessa viestinnässä	86
6.4 Huumorin muoto ja sijainti haastattelussa	101
6.5 Huumorin kohdistaminen ja funktiot	107
6.6 Haastateltavien reaktiot haastattelijoiden huumoriin	112
6.7 Haastattelijakohtainen huumori	118
6.8 Huumorin mukauttaminen	120
7 TUTKIMUKSEN ARVIOINTI	123
8 PÄÄTÄNTÖ	134
KIRJALLISUUS	140
LIITTEET	150

1 JOHDANTO

Huumori on tärkeä osa ihmisyyttä ja inhimillistä kulttuuria, ja sillä on merkittävä rooli ja monenlaisia tehtäviä jokapäiväisessä elämässä ja vuorovaikutuksessa (Lynch 2002, 423; Miczo 2004, 211). Koska huumoria voi esiintyä kaikilla viestinnän tasoilla ja kaikissa viestintätilanteissa yksityisistä julkisiin ja paikallisista globaaleihin, yhden yleispätevän huumorin määritelmän tekeminen tai kaikkiin tilanteisiin soveltuvan teorian luominen on kuitenkin osoittautunut haastavaksi tehtäväksi. Kaiken kaikkiaan huumori on onnistunut säilyttämään maineensa hankalasti lähestyttävänä, luokiteltavana ja määriteltävänä ilmiönä. (Foot 1997, 260–261; Haakana 1996, 142; Preiss, Gayle & Martin 2002, 5.)

Huumorin monimuotoinen olemus on kiinnostanut ihmisiä antiikin ajoista lähtien, ja huumoria ja sen lähi-ilmiöitä on tutkittu jo useamman vuosisadan ajan. Empiiristen huumoritutkimusten raportointi on kuitenkin aloitettu vasta 1900-luvulla, ja suurin osa empiirisestä tutkimuksesta on tehty vasta 1960-luvun taitteen jälkeen. Tätä ennen huumoritutkimus oli miltei ainoastaan filosofointia, jossa käytettiin aineistona mahdollisimman kiteytyneitä esimerkkejä kuten vitsitekstejä. (Bremmer & Roodenburg 1997, 4; Haakana 1996, 142–144; Maase, Fink & Kaplowitz 1984, 80; Meyer 2000, 310.)

Huumori on noussut viime aikoina suosituksi tutkimuskohteeksi lähes kaikilla tieteenaloilla (Berger 1995, 3). Jotain huumoritutkimuksen laajuudesta ja järjestäytyneisyydestä kertonee, että huumorilla on oma kansainvälinen akateeminen lehti (*Humor: International Journal of Humor Research*) sekä kansainvälisiä konferensseja järjestävä yhdistys (*International Society for Humor Studies*). Suurin osa huumoritutkimuksesta on tehty psykologian, sosiologian, filosofian ja estetiikan parissa, mutta myös kasvatustieteiden, antropologian ja viestintätieteiden anti huumoritutkimukselle on merkittävä. (Haakana 1996, 143; Maase, Fink & Kaplowitz 1984, 80; Meyer 2000, 310.) Huumoria on tutkittu monenlaisissa viestintätilanteissa, ja tutkimuksissa on keskitytty eri osiin viestintäprosessia. Siitä huolimatta huumorin tutkiminen viestintätieteellisestä näkökulmasta kattaa nykyisin vasta pienen osan ilmiön esiintymiskentästä. (Lynch 2002, 423, 430–431.)

Koska huumori on useiden tieteiden tutkimuskohde, huumoritutkimuksen kirjo on valtava. Sisällöllisen monimuotoisuuden lisäksi huumoritutkimuksen metodologia on kirjava, ja huumoria onkin tutkittu hyvin monenlaisilla menetelmillä. Yleisimmät menetelmät lienevät tekstien analysoiminen, viestintätilanteiden havainnoiminen, fysiologisten muuttujien mittaaminen sekä haastattelemine. Huumoritutkimuksessa on hyödynnetty myös erilaisia huumorintajua mittaavia testejä sekä itseraportointimenetelmiä. (Ks. esim. Holm 2002.)

Huumoritutkimuksen suosio ei ole yllättävää kun otetaan huomioon, että huumoripitoinen viestintä on yksi interpersonaalisen viestinnän yleisimmistä muodoista, mutta huumorin tuottamis- ja tunnistamisprosesseja ei ymmärretä vielä kovin hyvin (Foot 1997, 264; Wyer & Adaval 2003, 300). Huumori on jokapäiväisten vuorovaikutustilanteiden lisäksi olennainen osa joukkoviestinten arkipäivää, ja se liittyy erottamattomana osana monien kulttuurituotteiden syntyyn ja olemukseen (Berger 1995, 159). Koska huumori on näin ollen ainutlaatuinen viestinnällinen, psykologinen ja sosiologinen ilmiö ja koska modernit yhteiskunnat tuottavat huumoria jatkuvana massatuotantona, huumoria tutkimalla voidaan synnyttää uutta tietoa ihmisistä ja inhimillisestä kulttuurista kokonaisuudessaan.

Talk show -tyyppiset ohjelmat ovat lisääntyneet Suomessa viime vuosikymmenien aikana ja saaneet samalla myös uusia muotoja erityisesti kaupallisten kanavien myötä. Siitä huolimatta talk show't ja talk show -haastattelut eivät ole saaneet merkittävää jalansijaa suomalaisessa viestinnän ja vuorovaikutuksen tutkimuksessa. (Aslama 1998, 151; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 86–90.) Vaikka talk show -ohjelmia on tutkittu esimerkiksi Saksassa ja alkuperämaassaan Yhdysvalloissa jonkin verran enemmän kuin Suomessa, esimerkiksi Rubin ja Step (1997, 106) pitävät talk show -ohjelmiin keskittynyttä tutkimusta kokonaisuudessaankin riittämättömänä.

Huumoritutkimuksen laajuudesta ja televisioitujen talk show -ohjelmien viihteellisyyteen pyrkivästä luonteesta huolimatta talk show -ohjelmissa esiintyvän huumorin tutkiminen on vähäistä ja Suomessa jopa harvinaista. Suurin osa talk show -ohjelmien huumoria käsittelevistä tutkimuksista on tehty Yhdysvalloissa, ja esimerkiksi Niven, Lichter ja Amundson (2003) ovat tutkineet talk show -ohjelmien poliittisen huumorin kohteita ja

Buxton (1987) on vertaillut eri talk show -juontajien huumoria. Monet tämänkaltaisista huumoritutkimuksista lähestyvät huumoria lähinnä talk show -juontajien kertomina vitseinä ja tarkastelevat ohjelmaa kokonaisuutena tai keskittyvät esimerkiksi ohjelman juontoihin ja välikevennyksiin. Huumorin vuorovaikutukselliseen luonteeseen ei ole sen sijaan kiinnitetty juurikaan huomiota, ja nimenomaan talk show -ohjelmien haastattelutilanteissa esiintyvään huumoriin keskittynyt tutkimus on olematonta.

Talk show -haastattelujen ja niiden sisältämän huumorin tutkiminen ja tunteminen on tärkeää, sillä televisio vaikuttaa maailmankuvaamme ja käsityksiimme todellisuudesta ja toimii samalla mallina jokapäiväisissä puheviestintätilanteissa (Fairclough 1997, 10; Herkman 2001, 10; Holland 2000, 3; Isotalus 1996, 9). Talk show -haastattelut ovat osa laajempaa keskustelukulttuuria, ja vaikka niiden ohjelmamuoto olisikin lainattu toisesta kulttuurista, ne toteutuvat aina oman kulttuurin ehdoin ja paljastavat täten koko keskustelukulttuurin yleisiä ja yhteisiä sääntöjä. Koska talk show -haastattelut ovat olennainen osa modernia keskustelukulttuuria ja niiden sisältämä huumori kuvastaa kulttuurisena toimintana yhteiskuntaa yleisemminkin, talk show -haastattelujen sisältämän huumorin tutkiminen tarjoaa kiinnostavan perspektiivin myös yhteiskunnan ja kulttuurin tutkimiseen. (Ks. esim. Buxton 1987, 377; Kantola, Moring & Väliverronen 1998, 6; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 6–12, 359.)

Tämän tutkimuksen tavoitteena on kuvata ja analysoida huumoria osana televisioitujen talk show -haastattelujen vuorovaikutusta. Huumorin merkitystä ja roolia lähestytään haastattelutilanteiden vuorovaikutuksen lisäksi talk show -ohjelmien viihteellisyyteen pyrkivän luonteen ja televisioesiintymisen kannalta. Tutkimuksessa keskitytään tarkastelemaan haastattelijoiden humoristista viestintää, mutta haastattelujen vuorovaikutuksellisen luonteen vuoksi huomiota kiinnitetään myös haastateltavien reaktioihin. Keskittyminen nimenomaan haastattelijan viestinnän humoristisiin piirteisiin on mielekästä, koska haastattelijalla on usein enemmän kokemusta televisioituista haastattelutilanteista ja hän on vastuussa haastattelujen onnistumisesta (Brand & Scannell 1991, 216). Koska talk show -ohjelmien yhtenä tavoitteena on olla viihdyttäviä ja

viihdyttämisen vastuu on viime kädessä haastattelijalla, hänen viestinnästään voidaan lisäksi olettaa löytyvän humoristisia aineksia (Munson 1993, 63; Tolson 1991, 178).

Tutkimuksessa pyritään selvittämään, millaista on talk show -haastattelijan humoristinen viestintä. Huomiota kiinnitetään erityisesti huumorin määrään ja luonteeseen, huumorin aiheisiin, huumorin ilmenemiseen verbaalisesti ja nonverbaalisesti, huumoria sisältävien puheenvuorojen muotoon ja sijoittumiseen haastattelun kulussa sekä huumorin kohdistamiseen ja tehtäviin.

Huumoria on lähestytty aikaisemmissa tutkimuksissa sekä tietyyntyyppisenä verbaalisena ja nonverbaalisena viestintänä (ks. esim. Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 206; Lynch 2002, 423; Miczo 2004, 210) että tunteena ja henkilökohtaisena merkityksenantona (ks. esim. Dewitte & Verguts 2001, 37–38; Meyer 2000, 311). Toisin sanoen toisissa tutkimuksissa on keskitytty erittelemään niitä keinoja, joilla huumoria tuotetaan, kun taas toisissa tutkimuksissa huomio on kiinnitetty lähinnä huumorin ymmärtämisprosessiin. Vaikka useissa tutkimuksissa ja huumorin määritelmässä otetaan huomioon molemmat huumorin aspektit, on huomattava, että huumoria on lähestytty useammin keskittyen sen kokemukselliseen puoleen (Foot 1997, 260; Graham, Papa & Brooks 1992, 162). Hieman paradoksaalista kyllä, samaan aikaan on myönnetty, että huumorikokemukset eivät välttämättä ole tietoisia ja että ihmiset eivät ehkä pysty erittelemään omaa humoristista viestintäänsä kovinkaan tarkasti (Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 208).

Tässä tutkimuksessa huumoria lähestytään tietyyntyyppisenä viestintänä, jota ulkopuolinen tutkija voi seurata ja kuvata. Huumorin yhteyttä kokemuksiin ja henkilökohtaisiin merkityksenantoihin ei kuitenkaan pyritä vähättelemään, vaan huumorin tutkimisen myönnetään kietoutuvan väistämättä myös tutkijan subjektiviteettiin ja huumorin ymmärtämisprosesseihin. Haastattelijoiden huumoria pyritään kuvaamaan havainnoimalla televisiosta nauhoitettuja talk show -haastatteluja. Havainnoitava aineisto koostuu viidestätoista haastattelusta, joista poimitaan tarkemman analyysin kohteeksi kaikki haastattelijoiden puheenvuorot, jotka sisältävät huumoria. Havainnoinnin tukena käytetään tutkimusta varten luotuja havainnointilomakkeita (ks. liitteet 1–4).

Koska huumoria ja sen tutkimusta ei sovi irrottaa kontekstistaan (Lynch 2002, 443), tässä työssä lähdetään liikkeelle johdattelemalla lukija television ja televisioitujen haastattelutilanteiden maailmaan. Luvussa kaksi käsitellään television välittämää vuorovaikutusta ja televisioesiintymisen ominaispiirteitä. Lisäksi luodaan katsaus television ohjelmagenreihin keskittyen nimenomaan suomalaiselle televisiolle tyypillisiin talk show -ohjelmiin. Luvussa kolme tarkastellaan haastattelutilannetta vuorovaikutuksen kannalta sekä esitellään televisiohaastattelujen ja erityisesti talk show -haastattelujen ominaispiirteitä.

Luvussa neljä pureudutaan tiukemmin huumorin määrittelemisen ongelmaan ja esitellään tarkemmin huumoritutkimuksen kenttää. Lisäksi esitellään huumorin tehtäviä ja merkitystä jokapäiväisessä vuorovaikutuksessa soveltaen aiempia tutkimuksia mahdollisuuksien mukaan televisioitujen talk show -haastattelujen vuorovaikutukseen. Tämän jälkeen tarkastellaan huumorin verbaalista ja nonverbaalista ilmenemistä ja merkitsemistä, minkä jälkeen siirrytään tämän työn varsinaiseen tutkimukselliseen osaan.

2 TELEVISIO ESIINTYMISEN AREENANA

2.1 Televisioidun vuorovaikutuksen ominaispiirteet

Televisio on länsimaisen audiovisuaalisen mediakulttuurin valtamedia niin yleisöjen määrän ja tiedonvälityksen laajuuden kuin mainosvolyymienkin suhteen (Herkman 2001, 60–65). Televisio vaikuttaa ihmisten tietoihin ja käsityksiin todellisuudesta sekä niihin pohjautuviin uskomuksiin, arvoihin ja asenteisiin (Fairclough 1997, 10; Holland 2000, 3; Wyer & Adaval 2003, 340–341). Samalla se toimii mallina jokapäiväisissä puheviestintätilanteissa (Isotalus 1996, 9). Televisio ei siis pelkästään esittele todellisuutta vaan rakentaa aktiivisesti maailmankuvaa ja muotoilee ymmärrystä, näkökulmia ja todellisuudelle annettuja merkityksiä (Herkman 2001, 20).

Koska televisiolla on kyky sekä välittää että luoda todellisuutta, se osallistuu identiteettien ja sosiaalisen todellisuuden rakentamiseen (Fairclough 1997, 10). Näin ollen televisio on keskeinen yhteiskunnallinen vaikuttaja (Isotalus 1996, 9), tärkeä osa kulttuurista, sosiaalista, poliittista ja taloudellista elämää (Holland 2000, 8; Loizos 2000, 93) sekä todellisuuden rakentajana olennainen osa todellisuutta (Herkman 2001, 20).

Mediateknologian lisääntyminen ja arkipäiväistyminen on muuttanut ihmisten kokemuksia yhä suuremmissa mittakaavassa mediavälitteisiksi (Herkman 2001, 18). Elämä televisioruudun sisällä poikkeaa kuitenkin monin tavoin elämästä televisioruudun edessä, ja television välittämät vuorovaikutustilanteet – niin fiktiiviset kuin ei-fiktiiviset – eroavat usein monilla tavoilla ”oikeassa elämässä” esiintyvistä vuorovaikutustilanteista (Fairclough 1997, 52–53). Televisiossa tuotettu vuorovaikutus sijoittuu itse asiassa monella tapaa toisenlaiseen ympäristöön kuin arkikeskustelussa tai vaikkapa erilaisten virastojen ovien takana tuotettu. Televisiokeskustelun säännöstö ei näin ollen ole koskaan samanlainen kuin arkikeskustelun, vaikka televisiokeskustelu esitettäisiinkin arkikeskustelun näköisenä. (Aslama 1995, 11; Isotalus 1995, 88; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 17, 359.)

Television välittämällä vuorovaikutuksella ja televisioilmaisulla on monia ominaispiirteitä, jotka määräytyvät muun muassa kulttuuristen tekijöiden, television yhteiskunnallisen aseman sekä television teknisten ominaisuuksien perusteella (Fairclough 1997, 52–53; Isotalus 1996, 148). Koska tässä tutkimuksessa tarkastellaan nimenomaan televisioituissa talk show -haastatteluissa esiintyvää huumoria, esitellään seuraavassa televisioitujen viestintä- ja vuorovaikutustilanteiden sekä televisioilmaisun ominaispiirteitä.

Viestintä on verbaalisen ja nonverbaalisen viestinnän välityksellä tapahtuvaa merkitysten luomista ja jakamista. Puheviestintä on puolestaan puhumisen ja kuuntelemisen sekä muun ilmaisutoiminnan ja havaintojen teon avulla tapahtuvaa vuorovaikutusta ihmisten kesken. (Frey, Botan & Kreps 2000, 28; Wyer & Gruenfeld 1995, 7.) Television puheviestinnälliset ulottuvuudet voidaan jakaa sekä televisioituun vuorovaikutukseen että television ja katsojien väliseen vuorovaikutukseen. Tässä tutkimuksessa keskitytään tarkastelemaan televisioitua vuorovaikutusta, jota talk show -haastatteluissa esiintyy. Samalla on kuitenkin huomattava, että televisioidun vuorovaikutuksen tutkiminen on aina yhteydessä television ja katsojan väliseen vuorovaikutukseen, sillä tällöin tutkija on itse televisionkatsoja.

Tässä tutkimuksessa televisio nähdään kontekstina eli ympäristönä, jossa viestintä tapahtuu, ja televisiossa tuotettujen vuorovaikutustilanteiden keskeisimpänä ominaisuutena pidetään esiintymisen ulottuvuutta. Televisioilmaisuun vaikuttavina tekijöinä nähdään lisäksi monet television tekniset ominaisuudet, television joukkoviestinnällinen luonne sekä television kaupallistumiskehitys. Tämän lisäksi televisiolle vakiintuneen ilmaisukielen ajatellaan muotoilevan yksittäisiä vuorovaikutustilanteita, jollaisia myös talk show -haastattelut ovat.

Esiintymisen ulottuvuus. Televisiossa esitetään päivittäin hyvin monenlaisia viestintä- ja vuorovaikutustilanteita, kuten keskusteluja, haastatteluja sekä erilaisia fiktiivisiä ja faktuaalisia dialogeja. Vaikka television välittämät vuorovaikutustilanteet eroavat ainakin osittain toisistaan, kaikkea televisiossa puhumista yhdistää esiintymisen ulottuvuus: puhuja on lähes poikkeuksetta tietoinen siitä, että häntä seuraa suuri yleisö, ja näin ollen kaikkea hänen viestintäänsä voidaan lähestyä aina myös esiintymisenä. (Aslama 1995, 11; Isotalus 1995, 88; Scannell 1991, 1.)

Esiintymisen ulottuvuudesta huolimatta televisio ei ole ominut yleisöpuheen normeja vaan pikemminkin jokapäiväisen jutustelun tyylin. Televisioilmaisulle onkin ominaista, että suurelle yleisölle puhutaan kuten yksilölle. Yksi syy television omaksumaan keskustelunomaisuuteen löytyy television käyttötavoista: televisiossa tuotettu viestintä tulee olohuoneeseen muiden askareiden äärelle ja televisiota lähinnä silmäilläään. (Scannell 1991, 3–4; Tolson 1991, 180.)

Televisioesiintymisestä on löydettävissä osittaisia eroja verrattaessa sitä muihin esiintymistilanteisiin. Esimerkiksi televisio- ja radioesiintymisen keskeisimpänä erona voidaan pitää, että televisiossa puhuja voi olla – ja usein onkin – yleisön nähtävissä. Televisioesiintymisestä on kuitenkin löydettävissä puheviestinnän kannalta enemmän yhteisiä kuin erilaisia ominaisuuksia verrattaessa sitä muihin esiintymistilanteisiin. Näin ollen televisioesiintymisen voidaan sanoa olevan erityinen, muttei ainutlaatuinen esiintymisen muoto. (Fairclough 1997, 52–53; Herkman 2001, 140; Isotalus 1996, 18, 139.)

Television tekniset ominaisuudet. Eri tiedotusvälineiden välillä on itsestään selviä mutta merkittäviä eroja sekä käytettyjen tekniikoiden että viestintäkanavien suhteen. Siinä missä lehdet voivat viestiä vain verbaalisen ja visuaalisen ja radio suullisen viestinnän välityksellä, televisioilmaisussa yhdistellään äänen ja kuvan tallennus- ja lähetystekniikoita ja televisiolle ominainen viestintä muodostuu äänen ja kuvan välttämättömässä ja dialektisessa suhteessa. Televisioilmaisulle onkin ominaista viestinnän monikanavaisuus. (Fairclough 1997, 55; Isotalus 1996, 20–21; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 18.) Television tekniset ominaisuudet vaikuttavat televisiossa tuotettuun vuorovaikutukseen myös siten, että television kautta saatava vaikutelma televisioesiintyjistä ja koko esiintymistilanteesta ei muodostu ainoastaan esiintymisen perusteella, vaan siihen vaikuttavat myös television omat ilmaisukeinot, kuten kuvakulmat ja -koot, leikkaukset, kameran liikkeet, visuaalinen tausta, esiintyjien maskeeraus sekä pukeutuminen (Isotalus 1994, 160–161).

Television joukkoviestinnällinen luonne. Television teknisiin ominaisuuksiin liittyy, että televisio on joukkoviestin. Näin ollen television viestintä on epäsuoraa, yksisuuntaista, julkista ja suurille joukoille suunnattua. (Isotalus 1996, 21; Scannell 1991, 7.) Koska

televisio viestii yksisuuntaisesti näkymättömälle ja eriytymättömälle yleisölle, sen pitää viestiä siten, että yleisö ymmärtää sitä. Tämä taas tarkoittaa sitä, että televisiossa esiintyvien pitää kiinnittää erityistä huomiota esimerkiksi viestintänsä selkeyteen. (Fairclough 1997, 57; Hietala 1996, 10; Isotalus 1996, 17.)

Viestintätilanteet eroavat toisistaan sekä ajallisesti että paikallisesti. Television välittämälle vuorovaikutukselle on ominaista melkoinen ajallinen ja paikallinen epäyhteneväisyys ohjelmien tekijöiden ja yleisön välillä. Toisin sanoen televisio-ohjelmat tuotetaan ja kulutetaan yleensä eri aikoina ja eri paikoissa. Televisioidun vuorovaikutuksen erikoispiirteenä voidaankin pitää, että televisioesiintyjät ovat tietoisia heitä seuraavasta suuresta yleisöstä, mutta heidän ja yleisön välinen vuorovaikutus on yleensä viivästeistä tai sitä ei ole lainkaan. (Fairclough 1997, 53–55; Scannell 1991, 1.)

Vaikka televisio on joukkoviestin ja televisiossa tuotettu viestintä on pitkälti yksisuuntaista, televisiolle ominaisesta viestinnästä on löydettävissä vuorovaikutuksellisuutta sekä monia interpersonaalisen viestinnän piirteitä. Suoran vuorovaikutuksen puuttuminen erottaa televisioesiintymisen kuitenkin viime kädessä interpersonalisesta vuorovaikutuksesta. (Herkman 2001, 140; Isotalus 1996, 36–37; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 20.) Suoran vuorovaikutuksen puuttumisen vuoksi esiintyjät eivät voi myöskään saada suoraa palautetta televisionkatsojilta (Fairclough 1997, 54; Isotalus 1995, 88; Scannell 1991, 1). On kuitenkin huomattava, että televisioituihin vuorovaikutustilanteisiin osallistuvat henkilöt ovat keskenään vuorovaikutuksessa ja esimerkiksi talk show -haastattelija ja hänen vieraansa saavat toisiltaan välitöntä palautetta toiminnastaan.

Television kaupallistumiskehitys. Televisioilmaisuun vaikuttaa, että kaupalliset intressit ja niitä ohjailevat markkinavoimat säätelevät nykyisin yhä useammin mediatuotantoa ja sen levitystä. Koska televisio toimii aina tietyssä määrin kaupallisten periaatteiden mukaisesti ja pyrkii joukkoviestimenä suuriin katsojamääriin, sillä ja siinä esiintyvillä on tarve miellyttää katsojia. Katsojien miellyttämisyrittämysten lisäksi televisiossa esitettäviin vuorovaikutustilanteisiin vaikuttavat esimerkiksi ammattiryhmän säännöt, joita toimittajien on noudatettava. (Herkman 2001, 207; Isotalus 1996, 21–22, 29; Sumiala-Seppänen 2002,

95.) Tavallisen kuluttajan kannalta selkein osoitus television kaupallistumiskehityksestä lienee televisiotarjonnan ja tätä kautta televisiossa tuotetun vuorovaikutuksen viihteellistyminen (Fairclough 1997, 20–21; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 19).

Televisiolle vakiintunut ilmaisukieli. Televisio suosii pohdinnan sijaan toimintaa ja nykyhetkeä, ja televisiossa tuotetulle vuorovaikutukselle on ominaista pyrkimys autenttisuuteen. Televisioilmaisussa pyritään luomaan reaaliaikaisuuden ja välittömyyden illuusio esimerkiksi viittaamalla näennäisiin ajankohtiin ja kätkemällä poistoleikkaukset, vaikka ohjelmat olisivat jo aiemmin nauhoitettuja. (Fairclough 1997, 56; Hietala 1996, 52; Isotalus 1996, 23; Scannell 1991, 1.) Tämän lisäksi televisioesiintymisessä pyritään usein antamaan spontaani vaikutelma, vaikka ohjelmat ja niiden sisällöt olisivatkin pitkälti suunniteltuja. Ajankohtaiseen ja välittömään ilmaisuun pyrkiminen on myös lisännyt suorana lähetettävien ohjelmien määrää. Suora lähetys on nauhoitettuun verrattuna säälimätön ja samalla katsojan kannalta jännittävämpi, sillä siitä ei voida poistaa esiintyjien takeltelua, kaoottisia kohtia tai suoranaisia virheitä vaan koko prosessi on yleisön kuultavissa ja nähtävissä. (Isotalus 1996, 83; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 89, 358.)

Televisioilmaisulle ominaisina piirteinä voidaan pitää lisäksi dramaattisuutta, intiimiyttä sekä yksityisyyden ja julkisuuden rajojen sekoittamista (Corner 1991, 33–40; Fairclough 1997, 20; Isotalus 1996, 23; Tolson 1991, 196). Televisio rikkoo yksityisyyden ja julkisuuden rajoja esimerkiksi paljastamalla julkisuuden henkilöiden yksityisiä ja hyvinkin intiimejä asioita julkisuudessa. Televisiossa henkilökohtaisenkin osuus on kuitenkin henkilökohtaisen esittämistä eikä henkilökohtaisia näkemyksiä päästetä useinkaan esille samoin kuin arkikeskustelussa. (Nuolijärvi & Tiittula 2000, 20; Scannell 1991, 11.)

Televisiolle ominainen viestintä näkyy myös esimerkiksi aikarajasta huolehtimisessa, mainoskatkoista puhumisessa sekä katseen suunnissa (Isotalus 1996, 137). Televisiossa tuotetulle vuorovaikutukselle on esimerkiksi ominaista, että kaikilla televisioesiintyjillä ei ole lupa katsoa kameraan ja rakentaa täten suoraa katsekontaktia yleisön kanssa. Uutis- ja ajankohtaisohjelmien ankkureilla ja televisiojuontajilla on tähän lupa, mutta esimerkiksi haastateltavat joutuvat katsomaan hieman sivuun kamerasta. (Herkman 2001, 183.)

2.2 Talk show television ohjelmagenrenä

Televisioidulla vuorovaikutuksella ja televisioesiintymisellä on monia ominaispiirteitä, jotka määräytyvät muun muassa kulttuuristen tekijöiden sekä television teknisten ominaisuuksien perusteella. Televisio ei ole kuitenkaan yhtenäinen konteksti, vaan sillä on myös alakonteksteja, joilla saattaa olla vaikutusta esiintymisen muotoutumiseen. Televisiossa tuotetun vuorovaikutuksen voidaan ajatella olevan sidoksissa ainakin televisio-ohjelman edustamaan genreen ja jopa yksittäiseen televisio-ohjelmaan, tietyssä genressä esiintyviin viestintä- ja vuorovaikutustilanteisiin sekä niihin osallistuvien henkilöiden yksilökohtaisiin ominaisuuksiin. (Aslama 1995, 11; Isotalus 1996, 11, 148.)

Genre on moniselitteinen käsite, ja sitä käytetään usein sen suppeimmassa merkityksessä viittaamaan jollekin mediainstituutiolle ominaiseen lajityyppiin, jolla journalistisia tuotteita voidaan luokitella erilaisiin osastoihin (Väliverronen 1998, 35). Genre voidaan kuitenkin ymmärtää myös huomattavasti laajemmaksi käsitteeksi. Esimerkiksi Bahtin (1987, 60–61) määrittelee genren sosiaalisen käyttäytymisen kiteytymäksi, joka ohjaa niin tekstien tuottamis- kuin tulkitsemistapaa. Millerin (1984, 151, 163–165) mukaan genre perustuu sen sijaan eräänlaiseen kulttuuriseen sopimukseen ja sosiaalisesti määräytyneeseen käsitykseen, joka eri viestintäosapuolten välille on muovautunut tai muovautumassa. Genre voidaan siis nähdä sekä merkitystä mukanaan kantavaksi toiminnaksi että retoriseksi keinoksi, jonka avulla esimerkiksi vakiintuneita viestintätilanteita voidaan erotella toisistaan ja joka auttaa hahmottamaan kulttuurista elämää.

Vaikka genren käsite ei liitykään pelkästään median tutkimukseen, sillä viitataan tässä työssä eri mediainstituutioille tyypillisiin lajityyppeihin ja käsitettä sovelletaan nimenomaan televisio-ohjelmien lajitteluun. Huolimatta melko tiukasta rajauksesta, genre on vaikea ja suhteellisen abstrakti käsite, sillä sen tarkoitus muokkautuu kussakin käyttöyhteydessä ja kunkin median kohdalla erikseen (Herkman 2001, 85). Seuraavassa tarkastellaan genren käsitettä syventyen nimenomaan television ohjelmagenreihin. Tämän jälkeen esitellään televisioitujen talk show -ohjelmien ominaispiirteitä sekä luodaan katsaus suomalaisen talk show -kulttuuriin ja televisioesiintymiseen talk show -genressä.

Genret muodostuvat samankaltaisten ohjelmien toistuvista piirteistä, ja ne muodostavat tietynlaisen sääntöjen ja konventioiden kokoelman, joka ohjaa niin ohjelmien tuottamista kuin vastaanottoa. Genret voidaan siis ymmärtää sekä tuotannon struktuureiksi että vastaanottajan tulkinnan kehyksiksi. (Herkman 2001, 110–111; Isotalus 1996, 25.) Koska televisio-ohjelmien tekijät, tuottajat ja markkinoijat hyödyntävät genren käsitettä ohjelmien suunnittelussa, genre vaikuttaa monella tapaa televisioilmaisuun. Genrellä on vaikutusta esimerkiksi aiheen valintaan, tyyliin ja esitystapaan: siihen, mistä voidaan puhua ja miten. (Aslama 1995, 11; Casey ym. 2002, 110; Holland 2000, 25; Väliverronen 1998, 35–36.) Genrellä on myös suuri vaikutus vastaanottajien odotuksiin. Toisin sanoen genre luokittelee ohjelman johonkin kategoriaan kuuluvaksi ja antaa yleisölle vihjeitä, mitä odottaa. (Bignell 2004, 114; Holland 2000, 26; Vande Berg, Wenner & Gronbeck 1998, 102.)

Genren käsite sotkeentuu usein tyylin käsitteeseen, ja edellisten ero onkin usein melko vaikeasti hahmotettavissa. Tyylin voidaan kuitenkin ajatella olevan tekijä- tai taiteilijakohtaisempi ominaisuus kuin genren, joka on sosiaalinen tai kollektiivinen ja perustuu mediakulttuurin tuotannon ja vastaanoton yhteisiin sopimuksiin. Genrejen tärkein ominaisuus on, että ne erottavat tiettyjä mediaesityksiä ja yhdistävät toisia. Vaikka saman genren ohjelmilla on samoja ominaispiirteitä, minkään genren kaksi esitystä eivät ole täysin samanlaisia. (Bignell 2004, 114; Herkman 2001, 108.)

Genreluokittelua on käytetty perinteisesti lähinnä teatterin, kirjallisuuden ja elokuvien tutkimuksessa (Näränen 1998, 42), mutta käsite on vakiinnuttanut paikkansa viimeisen parin vuosikymmenen aikana myös kielitieteen, pedagogiikan ja tiedotusopin parissa (Ridell 1993, 3). Genreteoriaa on alettu soveltaa televisio-ohjelmien luokitukseen varsinaisesti vasta 1970-luvulla, ja tähän mennessä on pohdittu eniten fiktiivisiä genrejä, kuten saippuaopperoita ja tilannekomedioita. Käsitettä on kuitenkin sovellettu myös ei-fiktiivisten ohjelmien, kuten uutisten, talk show -ohjelmien ja tietovisailujen, tarkasteluun. (Casey ym. 2002, 108–109; Hietala 1997, 173–174; Väliverronen 1998, 35.)

Televisio-ohjelmat voidaan luokitella erilaisiin ohjelmagenreihin niiden koodien ja konventioiden perusteella. Television ohjelmagenret eroavat toisistaan esimerkiksi niiden

sisältöjen, muotojen, levityskanavien sekä funktioiden suhteen. Ohjelmagenrejä erottaa myös se, millaiseen vuorovaikutukseen ne pyrkivät televisionkatsojien kanssa. (Casey ym. 2002, 108–110; Herkman 2001, 110–111.) Hietalan (1997, 173) mukaan televisiosta ei voida erottaa yhtä selkeitä genrejä kuin vaikkapa elokuvasta. Suomalaisen television ohjelmagenreiksi voidaan kuitenkin luokitella esimerkiksi seuraavat: uutiset, ajankohtais- ja asiaohjelmat, kulttuuriohjelmat (sis. musiikkitapahtumat ja konserttitilaukset), palvelu- ja harrasteohjelmat, opetusohjelmat, urheiluohjelmat, kotimaiset ja ulkomaiset fiktiiviset ohjelmat, elokuvat, viihdeohjelmat (sis. peli- ja visailuohjelmat, sketsi- ja estradiviihteen sekä talk show -tyyppisen puheviihteen) sekä lasten ohjelmat. Televisio-ohjelmat voidaan jakaa lisäksi informatiivisiin ja viihteellisiin sekä tosipohjaisiin ja fiktiivisiin ohjelmiin. (Aslama & Wallenius 2003; ks. lisäksi Herkman 2001, 139.)

Television ohjelmagenrejen määrittely ei ole yksinkertaista, koska generajat ovat häilyviä ja genret muuttuvat ja tarkentuvat ajan myötä (Näränen 1998, 43; Vande Berg, Wenner & Gronbeck 1998, 102). Edellinen genrejaottelu ei olekaan täysin yksiselitteinen, sillä esimerkiksi fiktiivisten ohjelmien genren voidaan ajatella jakautuvan monenlaisiin alagenreihin kuten saippuaopperoihin ja poliisisarjoihin. Genrejen luokitusta vaikeuttaa lisäksi, että genret ovat ainakin osittain päällekkäisiä ja että tietyt televisio-ohjelmat voivat kuulua useampaan genreen. Myös television nopea uusiutuminen ja lisääntyvä kanava- ja ohjelmavalikoima tekee genretutkimuksesta nykyisin yhä vaikeampaa. (Bignell 2004, 115; Herkman 2001, 112–113, 155; Livingstone & Lunt 1994, 37.)

Genreluokitteluihin ei ole löydettävissä lopullisia totuuksia. Genreluokittelussa ei ole esimerkiksi olemassa tarkkoja sääntöjä siitä, minkälainen jonkin genren edustajan tulisi olla tai missä yhteydessä ja mitä levityskanavaa pitkin sen pitäisi tulla julki. Näränen (1998, 43) huomauttaakin, että genrejen sijaan voitaisiin puhua vaikkapa geneerisistä konventioista, jolloin kävisi paremmin ilmi, että kysymys on jaetuista tottumuksista, odotuksista ja kaavoista, eikä lajeista esimerkiksi siinä mielessä kuin kasvikunnan lajistossa. Genre määritellään aina kulloisessakin käyttötilanteessaan, eikä se ole olemassa sinällään, määrittelystään irrallisena. Generajojen hahmottamista vaikeuttaa kuitenkin, että genrejä määrittelevät eri tahot: tuottajat käyttävät genrejä kohdeyleisön tavoitteluun ja ohjelmien

markkinointiin, kriitikot mediaesityksien luokitteluun ja vertailuun, tutkijat mediaesityksien analysointiin ja yleisöt mediaesityksien sijoittamiseen kulttuurikentälle. Genrenimitykset riippuvatkin aina siitä, kuka tai mikä niitä määrittelee, missä yhteydessä ja millaisten kriteerien avulla. (Bignell 2004, 114; Fairclough 1997, 102–103; Herkman 2001, 112–114.)

Genrejä voidaan käsitellä mediakohtaisesti, vaikkakaan useimmat genret eivät kunnioita mediarajoja vaan siirtyvät esimerkiksi edeltävistä viestintäteknologioista uudempiin. Myös osa television ohjelmagenreistä on siirtynyt televisioon muista joukkoviestimistä: esimerkiksi talk show't ovat kehittyneet pitkälti radion mallin pohjalta. Koska eri medioitten tuotto- ja käyttökontekstit poikkeavat toisistaan, televisioon lainatut genret ovat kuitenkin kehittyneet ajan myötä omanlaisikseen, ja television ohjelmagenret poikkeavatkin aina muitten medioitten genreistä. (Bignell 2004, 114; Hietala 1996, 23–24; 1997, 174.)

Television keskustelu- ja puheohjelmiksi voidaan luokitella monenlaisia asia- ja viihdeohjelmia sekä näiden sekamuotoja. Tämänkaltaisia ohjelmia kuvataan Suomessa lehtien ohjelmätiedoissa hyvin monella tavalla. Tavallisin luonnehdinta lienee keskusteluohjelma tai televisiokeskustelu. Vain harvat ohjelmat luonnehtivat itseään televisiohaastatteluiksi, vaikka suuri osa television välittämästä puheesta on itse asiassa haastattelua. Harva ohjelma määrittelee itsensä myöskään talk show'ksi, vaikka käsite on genren nimityksenä muuten yleinen. (Nuolijärvi & Tiittula 2000, 80, 86.)

Talk show -ohjelmiksi kutsutaan sekä television että radion viihteellisiä keskustelu- ja puheohjelmia. Talk show on genrenä todella monimuotoinen, ja siihen voidaankin luokitella tuhansia paikallisia, kansallisia ja jopa kansainvälisiä puheohjelmia, joita televisio ja radio lähettävät. Äkkiseltään melko repaleiselta näyttävää talk show -genreä yhdistää kuitenkin moni asia. Yksi tärkeimmistä talk show -ohjelmien yhteneväisyyksistä on, että niillä on puheen ja keskustelun keskeisen roolin lisäksi yhteinen tavoite: katsojien viihdyttäminen ja informoiminen. Tähän talk show -ohjelmia yhdistävään kaksijakoiseen tehtävään viitataan usein englanninkielisessä kirjallisuudessa termillä ”infotainment”. (Munson 1993, 7, 63; Rubin & Step 1997, 106; Tolson 1991, 178.)

Televisioitujen talk show -ohjelmien keskeisimmät osatekijät ovat talk show -juontaja, vieraat ja studioyleisö – joskus talk show'hun tuovat lisänsä myös ohjelmaan soittavat ihmiset ja mukana olevat asiantuntijat (Banks & Tankel 1998, 114). Talk show -ohjelmat sisältävät useimmiten haastatteluja tai muita vapaamuotoisempia keskusteluja (Munson 1993, 110). Toiset talk show -ohjelmat rakentuvat lähes pelkästään tavalla tai toisella viihteellisten keskustelujen varaan, toisissa nähdään haastattelujen lisäksi esimerkiksi musiikkiesityksiä ja sketsejä. Talk show -ohjelmien painopiste on kuitenkin aina tavalla tai toisella vieraissa ja näiden kanssa käytävissä keskusteluissa. (Hietala 1996, 52.)

Talk show -ohjelmille on ominaista myös tietyn tyyppinen sarjallisuus: ohjelma toistuu suunnilleen samanlaisena ja sitä osataan odottaa. Ohjelmien juontajat ja lavasteet pysyvät pitkiäkin aikoja samoina, ja radikaalien muutosten jälkeen muuttuu yleensä koko ohjelman nimi. Myös ohjelmien rakenne pysyy useimmiten tyyllilleen uskollisena. (Nuolijärvi & Tiittula 2000, 88; ks. lisäksi Hietala 1996, 35.)

Talk show -genren määrittelyä vaikeuttaa, että sen muodot ovat moninaiset ja rajat muihin keskusteluohjelmiin häilyvät. Kyseisessä genressä on myös havaittavissa huomattavaa kulttuurin muovaamaa vaihtelua. Talk show -käsitettä käytetään eri maissa eri tavoin, ja esimerkiksi Saksassa talk show -ohjelmiksi luokitellaan kaikki viihdeohjelmat, jotka sisältävät keskustelua. Suomessa käsitteellä on sen sijaan totuttu viittaamaan vain tietyn tyyppisiin viihteellisiin keskusteluohjelmiin. Yksi syy talk show -genren epämääräisyyteen on, että talk show -ohjelmien viihteellisyys voi syntyä hyvin monenlaisista aineksista. Toisissa ohjelmissa viihteellisyys syntyy puheesta, älykkästä ja sanavalmiista väittelystä sekä vieraan ja juontajan huvittavasta käyttäytymisestä, toisissa esimerkiksi julkisuuden henkilöiden lähitarkkailusta tai kiinnostavasta aiheesta. (Nuolijärvi & Tiittula 1995, 18; 2000, 88–90.)

Talk show -ohjelmia voidaan luokitella alagenreihin esimerkiksi niiden vieraiden ja viihteellisyyden perusteella (Nuolijärvi & Tiittula 2000, 87). Talk show -genrestä voidaan erottaa esimerkiksi *terapeuttista diskurssia toteuttavat keskusteluohjelmat* (the daytime talk show, the therapeutic talk show, the audience discussion programme), jotka tuovat tavallisia

ihmisiä ja heidän yksityiselämän ongelmiaan hetkeksi julkisuuteen. Tämänkaltaiset talk show't keskittyvät useimmiten perheenjäsenten, ystävien ja rakastavaisten erimielisyyksiin, ja ihmiset menevät ohjelmiin paljastamaan salaisuuksiaan saaden samalla hetkensä julkisuudessa sekä joko kohtalotovereidensa tuen tai studioyleisön tuomion. Tällaisiksi television talk show -ohjelmiksi voidaan luokitella esimerkiksi Donahue, Oprah Winfrey Show, Sally Jessy Raphael sekä Jerry Springer Show. (Aslama 1995; Banks & Tankel 1998, 110; Bignell 2004, 123–124; Peck 1995, 58–62; Rubin & Step 1997, 106–107.)

Talk show -genrestä voidaan erottaa myös eri alojen asiantuntijoita ja ekspertejä vieraikseen kutsuvat *asiantuntija-talkshow't* sekä *poliittiset talk show't*, jotka keskittyvät lähinnä yhteiskunnallisten asioiden käsittelyyn. Poliittisten talk show -ohjelmien genrea edustavat esimerkiksi Nightline sekä The Larry King Show. (Banks & Tankel 1998, 110; Livingstone & Lunt 1994, 38.) Oman talk show -tyyppinsä muodostavat myös julkisuuden henkilöiden ympärille punoutuneet haastattelu- ja keskusteluohjelmat, *julkkis-talkshow't*, joiden tarkasteluun tässä työssä keskitytään. Julkisuuden henkilöihin keskittyviä talk show -ohjelmia ovat esimerkiksi The Late Night with Conan O'Brien ja The Tonight Show.

Eräs talk show -ohjelmien keskeisimmistä elementeistä on talk show -juontaja. Talk show'ssa on yleensä yksi vetovoimainen juontaja, mutta joskus mukana on useampikin. Juontajan rooli korostuu erityisesti yhden toimittajan vetämissä ohjelmissa. Talk show rakentuu pitkälti juontajansa varaan, ja juontaja vaikuttaa persoonana ratkaisevasti omaan talk show'hunsa ja siinä oleviin keskustelun aiheisiin. Juontaja onkin viime kädessä vastuussa koko ohjelman onnistumisesta. (Brand & Scannell 1991, 204, 216; Buxton 1987, 387; Munson 1993, 9; Livingstone & Lunt 1994, 76; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 69.)

Talk show -juontaja antaa ohjelmalle oman leimansa, jonka takia ohjelmaa joko seurataan tai ei seurata. Hänen persoonansa on usein yhtä lailla keskipisteessä kuin vieraidenkin. Talk show -juontaja on nykyisin usein itsekkin julkisuuden henkilö, ja juontajina on toiminut 1990-luvulta lähtien vakinaisten ammattitoimittajien lisäksi myös uudenlaisia kasvoja, kuten nuoria ja kauniita malleja ja laulajia. (Munson 1993, 111; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 69, 88.) Talk show -ohjelmat kantavat usein juontajan nimeä (esimerkiksi Hyppönen

Enbuske Experience, Joonas Hytönen Show, Bettina S; vastaavasti ulkomailla The Late Night with Conan O'Brien, David Letterman Show), mikä korostaa juontajien tärkeyttä koko ohjelman imagolle. Kaikista talk show -ohjelmien nimistä ei kuitenkaan käy ilmi, kuka ohjelmaa juontaa (esimerkiksi Simo Rantalaisen ja Jari Sarasvuon Hyvät, pahat ja rumat; vastaavasti ulkomailla Jay Lenon Tonight show).

Monissa talk show -ohjelmissa on mukana houseband, useimmissa paikan päällä on ainakin studioyleisö (Banks & Tankel 1998, 114). Studioyleisö on hyvin tärkeä osa talk show'ta, ja sen valinnalla on suuri merkitys koko ohjelman onnistumiseen. Studioyleisö korostaa talk show -ohjelmien speaktaakkelimaisuutta ja sen suosionosoitukset muistuttavat, että kyseessä on ennen kaikkea viihteellisyyteen pyrkivä genre. (Nuolijärvi & Tiittula 2000, 88.)

Talk show -ohjelmien kasvaneelle suosiolle voidaan löytää selityksiä sekä televisiotuotannon että vastaanoton parista. Televisio-ohjelmien tuottajien kannalta talk show't ovat suhteellisen halpoja ja helppoja tuottaa (Aslama 1998, 151). Yleisön kannalta ne ovat puolestaan mielenkiintoisia seurata. Esimerkiksi Hietalan (1996, 53) mukaan talk show -ohjelmat ovat lisääntyneet kahden nykyiselle mediakulttuurille ominaisen ilmiön vuoksi. Toinen ilmiö liittyy eräänlaisen ”tähtikulttuurin” syntymiseen: yleisö haluaa tietää julkisuuden henkilöistä enemmän. Toinen ilmiö liittyy puolestaan median ajantasaistamisfunktion ja tätä kautta katsojien haluun pysyä ajan tasalla viihde-elämässä. Viihteellisyyden lisääntyminen yhteiskunnallis-poliittisissa keskusteluissa on kaiken kaikkiaan varsin yleismaailmallinen ilmiö, jonka taustalla vaikuttaa myös ohjelmatarjonnan kasvu sekä televisiokanavien kilpailun koveneminen (Nuolijärvi & Tiittula 2000, 90, 360).

Talk show -tyyppiset ohjelmat ovat lisääntyneet viime vuosikymmenien aikana myös Suomessa ja saaneet samalla uusia muotoja erityisesti kaupallisten kanavien myötä. Perinteisten politiikkaa käsittelevien paneelien ja ajankohtaiskeskustelujen rinnalle on ilmestynyt esimerkiksi monentyypisiä televisiopersonallisuuksien orkestroimia juttutuokioita sekä sketsejä, musiikkia ja studioyleisöä mukaan sekoittavia amerikkalaistyyllisiä show-ohjelmia. (Aslama 1998, 151; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 90.)

Suomalaisissa television talk show -ohjelmissä nähdään usein vieraina julkisuuden henkilöitä. Suomessa on kuitenkin myös esimerkiksi terapeutista diskurssia noudattavia talk show -ohjelmia, joissa tuodaan tavallisten ihmisten yksityisiä ongelmia julkiselle alueelle (Sumiala-Seppänen 2002, 100). Suomalaiset talk show -ohjelmat muistuttavat monin tavoin amerikkalaisia esikuviaan. Myös suomalaisissa talk show -ohjelmissä juontaja on persoonana keskeisessä roolissa. Paikalla on useimmiten myös studioyleisö, vaikkakaan sen ei oleteta osallistuvan ohjelman kulkuun kommentein vaan se on lähinnä luomassa ääntä ja tunnelmaa ohjelmaan. Suomalaisissa talk show -ohjelmissä on aina suomalainen sisältö, vaikka ohjelmien muoto olisikin lainattu muista kulttuureista.

Talk show -ohjelmia tutkittaessa on erityisen tärkeää huomata, että etenkin julkisuuden henkilöihin keskittyviin talk show -ohjelmiin tullaan nimenomaan esiintymään. Monien vieraiden ensisijaisena päämääränä onkin luoda itsestään myönteinen kuva ja kohottaa samalla julkista profiiliaan sekä markkinoida esimerkiksi edustamaansa tuotetta, ideologiaa tai ryhmää. Esimerkiksi viihdetaiteilijoille ja päivänpoliitikoille julkikuvan luominen on ensiarvoisen tärkeää, ja koska talk show -ohjelmissä näyttäytyminen on halvempaa kuin vaikkapa mainostaminen, monet julkisuuden henkilöt vierailevat mielellään erilaisissa viihteellisissä keskusteluohjelmissä. (Ks. esim. Munson 1993, 3.)

Talk show -juontajan tehtäviin kuuluu muun muassa keskustelun ohjaaminen, mutta myös hän on paikalla sekä esiintyjänä että viihdyttäjänä. Toimittajien televisioesiintyminen ei ole samanlaista kaikissa television ohjelmagenreissä vaan esimerkiksi ajankohtaistoimittajien ja viihdetoimittajien esiintymisestä voidaan löytää eroja. Viihdetoimittajan voidaan ajatella olevan kokonaisuudessaan läheisempi kuin ajankohtaistoimittajan, koska esimerkiksi talk show -juontajat tuovat esiin myös omia kokemuksiaan ja näkemyksiään. Lisäksi viihdetoimittajan puhetapa on usein vaihtelevampi, kielenkäyttö vapaamuotoisempaa ja istuma-asennot rennompia. Ajankohtaistoimittajalle on sen sijaan tyypillistä matala ääni, vähäinen ilmeiden ja eleiden käyttö sekä pyrkimys jatkuvaan katsekontaktiin ja puheen sujuvuuteen. (Aslama 1995, 17; Isotalus 1994, 165; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 85.)

Talk show -genrellä on omanlainen säännöstönsä, ja verrattaessa talk show -ohjelmia esimerkiksi uutisgenren tuotteisiin voidaan todeta, että talk show -ohjelmien viestintä- ja vuorovaikutustilanteet ovat useimmiten hyvin vapaamuotoisia. Esiintymisessä pyritään lisäksi luomaan spontaani ja välitön vaikutelma, sillä spontaanius on tärkeä osa katsojien viihdyttämistä. (Nuolijärvi & Tiittula 2000, 358.) Talk show -genressä suotuisa esiintyminen vaikuttaa olevan kaiken kaikkiaan yhdistelmä vilpittömyyttä ja itsestä kertomista sekä kykyä kertoa hauskoja juttuja, viihdyttää ja vitsailla (Tolson 1991, 186).

Genre vaikuttaa melko tärkeältä käsitteeltä televisiossa tuotetun huumorin tutkimisen kannalta, sillä kukin television ohjelmagenre on vakiinnuttanut oman audiovisuaalisen retoriikkansa ja huumorilla saattaa täten olla eri genreissä erilaisia ominaispiirteitä ja ilmenemismuotoja. Huumorilla lienee melko keskeinen rooli viihteellisyyteen pyrkivässä talk show -genressä ja sen sisältämissä haastattelutilanteissa. Talk show -genren haastattelutilanteissa esiintyvään huumoriin ei ole kuitenkaan kiinnitetty aiemmissä tutkimuksissa merkittävää huomiota. Tämä on harmittavaa, sillä esimerkiksi Buxtonin (1987, 377) mukaan talk show -ohjelmien vitsienkerronta on viime kädessä kulttuurista toimintaa ja heijastaa aikakautensa ilmiöitä. Hänen mukaansa talk show -ohjelmien huumori ei olekaan pelkästään vapaa-ajan viihdykettä vaan se luo myös tärkeän areenan sosiaalisen ja kulttuurisen tilan kommentoimiselle (Buxton 1987, 387).

Tässä tutkimuksessa keskitytään tarkastelemaan huumoria nimenomaan televisioituissa talk show -ohjelmissa, joissa on vieraina tavalla tai toisella julkisuudesta tunnettuja henkilöitä ja joiden viihteellisyys perustuu pitkälti talk show -juontajien ja vieraiden väliseen keskusteluun. Koska viihteelliset ja vapaamuotoisuudessaan keskustelunomaiset haastattelut ovat olennainen osa talk show -ohjelmia, seuraavaksi tarkastellaan lähemmin televisioitujen haastattelutilanteiden vuorovaikutusta. Haastattelua lähestytään ensin interpersonaalisenä kohtaamisena, jonka jälkeen esitellään televisiohaastattelujen ja erityisesti televisioitujen talk show -haastattelujen ominaispiirteitä.

3 HAASTATTELU TELEVISIOITUNA VUOROVAIKUTUS- TILANTEENA

3.1 Haastattelu interpersonaalisena kohtaamisena

Haastattelut kuuluvat erottamattomana osana ihmisten arkipäivään. Suurin osa suomalaisista on elämänsä aikana haastateltavana esimerkiksi työpaikkahaastattelun tai opiskelupaikkaan liittyvän pääsykokeen yhteydessä. Haastattelu kietoutuu nykyisin myös yhä useampien työnkuvaan, ja esimerkiksi toimittajat, tutkijat, psykologit ja poliisit haastattelevat työssään ihmisiä. Omien kokemusten lisäksi ihmisillä on useimmiten monenlaisia käsityksiä haastattelutilanteista, sillä esimerkiksi televisio tuo haastattelut kaikkien lähelle erilaisissa viihde-, uutis- ja ajankohtaisohjelmissä.

Monissa haastattelun määritelmissä korostetaan haastattelun olevan tavoitteellista tiedonhankintaa ja keino selvittää esimerkiksi ihmisten käsityksiä, kokemuksia, arvostuksia, mielipiteitä ja asenteita. Haastattelu onkin yksi tärkeimmistä tiedon hankkimis- ja tuottamiskeinoista lähes kaikilla tieteenaloilla ja esimerkiksi yleisesti käytetty journalistinen tiedonhankintamenetelmä. (Adams & Hicks 2001, 1–4; Hirsjärvi & Hurme 2000, 34; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 81.) Tiedonhankkimisen lisäksi haastattelu voi olla myös tiedonvälittämiskeino: itsenäinen juttu- tai ohjelmatyyppi, jonka avulla tapahtumia ja näkemyksiä tuodaan esiin (Nuolijärvi & Tiittula 2000, 81; Väliverronen 1998, 36).

Lähestyttäinpä haastattelua sitten joukkoviestinnän esitystapana tai tiedonhankinnan perusmuotona, haastattelu on aina tietyn tyyppinen vuorovaikutustilanne, jossa vähintään kaksi eri roolissa olevaa ihmistä kohtaa toisensa ja jolla on aina omanlainen säännöstönsä. Haastattelussa on aina vähintään yksi henkilö haastattelijan ja vähintään yksi haastateltavan roolissa. Haastattelutilanteeseen osallistuvilla on yleensä jonkinlainen ennakkokäsitys näihin rooleihin kuuluvasta soveliaasta käyttäytymisestä, ja tämä käsitys ohjaa heidän toimintaansa. (Eskola & Vastamäki 2001, 30; Millar, Crute & Hargie 1992, 3–4.)

Haastattelun voidaan yksinkertaisimmillaan määritellä olevan järjestetty tapaaminen, jossa haastattelija kysyy kysymyksiä ja haastateltava vastaa niihin. Haastattelija on lisäksi vastuussa esimerkiksi puheenvuorojen vaihtumisesta, avoimen ja luottamusta herättävän haastatteluilmapiirin luomisesta ja täten koko haastattelun onnistumisesta. Haastattelut ovat useimmiten kasvokkain tapahtuvia vuorovaikutustilanteita, ja ne perustuvat vahvasti puheviestintään: puhumiseen, kuuntelemiseen, havaintojen tekoon ja muuhun ilmaisutoimintaan. Haastatteluja voidaan pitää nimenomaan interpersonaalina kohtaamisina, sillä yksilöiden välinen viestinnän taso on niissä keskeisessä asemassa. (Adams & Hicks 2001, 2; Eskola & Suoranta 1999, 86; Millar, Crute & Hargie 1992, 3–4.)

Haastattelu voidaan määritellä eräänlaiseksi keskusteluksi, joka tapahtuu haastattelijan aloitteesta ja hänen ehdoillaan – tai ainakin hänen johdollaan (Eskola & Vastamäki 2001, 30; Millar, Crute & Hargie 1992, 3–4). Haastattelun ja keskustelun erona voidaan kuitenkin pitää, että keskustelulla on usein pelkkä yhdessäolofunktio, kun taas haastattelu tähtää informaation keräämiseen ja on ennalta suunniteltua ja päämäärähakuista toimintaa. Tämän lisäksi haastattelu ei useinkaan polveile tavan arkikeskustelun tavoin molempia osapuolia kiinnostavien teemojen ympärillä eivätkä haastattelun osapuolet ole yleensä tasavertaisia keskustelukumppaneita. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 42–43; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 194; Millar, Crute & Hargie 1992, 3–4.) Haastattelutilanteita voidaankin luonnehtia arkikeskusteluihin verrattuna asymmetrisiksi, koska niiden vuorovaikutuksessa toimittajan tehtävänä on kysyä ja vieraan velvollisuutena vastata (Nuolijärvi & Tiittula 2000, 80–81).

Haastattelut voidaan jakaa niiden osallistujien määrän ja roolien perusteella *yksilöhaastatteluihin*, *parihaastatteluihin* ja *ryhmähaastatteluihin* (ks. esim. Eskola & Suoranta 1999, 95; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 197). Haastattelutilanne mutkistuu usein osallistujien lukumäärän kasvaessa. Tilanteen ohjailua voi kuitenkin helpottaa, jos mukana on useampi haastattelija. Tällöin toinen haastattelija voi seurata keskustelun kulkua samalla kun toinen haastattelija valmistele esimerkiksi uuden teeman aloitusta. Jos haastattelussa on useampi haastattelija, heidän työnjakonsa voi muotoutua esimerkiksi seuraavilla tavoilla: 1) haastattelijat voivat keskittyä eri asioihin ja tehdä kumpikin omat kysymyksensä, 2) toinen haastattelija voi keskittyä asioihin (tehtäväkeskeisyys) ja toinen

hoitaa vuorovaikutuksen haastateltavan kanssa (suhdekeskeisyys), 3) toinen voi huolehtia ennalta valmistelluista kysymyksistä ja toinen voi keskittyä spontaaneihin, tilanteesta ja vastauksista nouseviin kysymyksiin tai 4) toinen voi suhtautua haastateltavaan kriittisesti ja toinen myötäilevästi ja tukien. Ainakin haastattelijoiden henkilökohtaiset ominaisuudet ja haastattelujen tarkoitus vaikuttavat tähän työnjakoon. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 61–63.)

Haastattelut voidaan jakaa erilaisiin haastattelutyyppeihin myös niiden rakenteen ja kysymysten muotoilun perusteella. Haastattelut voidaan jakaa esimerkiksi 1) *strukturoiduihin haastatteluihin*, joissa kysymysten muoto ja esittämisjärjestys on täysin määrätty ja haastateltavalle voidaan jopa tarjota valmiita vastausvaihtoehtoja, 2) *puolistrukturoiduihin haastatteluihin*, joissa kysymysten muoto ja järjestys on ennalta suunniteltu, mutta valmiita vastausvaihtoehtoja ei anneta, 3) *teemahaastatteluihin*, joissa aihepiirit ja teemat ovat tiedossa, mutta kysymysten järjestys ja tarkka muoto voi muuttua, sekä 4) *avoimiin haastatteluihin*, jotka muistuttavat vapaamuotoisuudessaan kaikkein eniten keskusteluja. (Ks. esim. Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 195–197.) Haastatteluissa on siirrytty viime aikoina rakenteeltaan ja kysymyksenasettelun tarkkuudeltaan vapaamuotoisempiin, avoimempiin ja keskustelumaisempiin haastattelutyyppeihin (Eskola & Suoranta 1999, 86). Keskustelunomaisuus näkyy esimerkiksi siinä, että haastattelija ei ainoastaan kysy kysymyksiä vaan myös kommentoi haastateltavan puhetta ja kertoo omista kokemuksistaan (Hirsjärvi & Hurme 2000, 107).

Haastattelut voidaan jakaa myös *henkilö-* ja *asiahaastatteluihin*. Toisin sanoen haastateltava on voitu valita haastatteluun joko hänen persoonansa tai jonkin muun asian vuoksi. Jako ei ole jyrkkä, mutta henkilöhaastattelussa haastattelu suuntautuu enemmän haastateltavaan ihmisenä, kun taas asiahaastattelussa haastattelu kohdistuu pikemminkin haastateltavan edustamaan asiaan tai hänellä olevaan tietoon. Itse kysymystyypit voidaan puolestaan jakaa esimerkiksi suoriin ja epäsuoriin kysymyksiin, avauskysymyksiin, käsitteen selventämiseen ja määrittelyyn liittyviin kysymyksiin, haastateltavan muistia virkistäviin kysymyksiin, kokoaviin yhteenvetokysymyksiin, tarkentaviin ja varmistaviin kysymyksiin sekä syventäviin jatkokysymyksiin. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 107.)

Haastatteluun osallistuvat eivät aloita vuorovaikutusta tyhjästä, vaan he tuovat tilanteeseen aiemmat kokemuksensa, mikä vaikuttaa haastattelun etenemiseen. Haastattelun vuorovaikutusprosesseihin vaikuttaa lisäksi joukko 1) yksilökohtaisia, 2) yksilöiden välisiä sekä 3) ulkoisia tekijöitä. *Yksilökohtaisia tekijöitä* ovat esimerkiksi haastattelijan ja haastateltavan ikä, sukupuoli, ulkonäkö, persoonallisuus sekä tiedot, taidot ja asenteet esimerkiksi itseä, toisia ja käsiteltävää aihetta kohtaan. Myös haastatteluun osallistuvien tavoitteet sekä käsitykset haastattelutilanteen etenemisestä vaikuttavat haastattelun vuorovaikutukseen. Haastatteluun vaikuttavia *yksilöiden välisiä tekijöitä* ovat esimerkiksi viestintä- ja valtasuhteet, roolit sekä palaute. *Ulkoisia tekijöitä* ovat puolestaan esimerkiksi kulttuuri sekä konteksti- ja tilannetekijät kuten fyysinen ympäristö ja kellonaika. (Ks. esim. Drew & Heritage 1992, 18; Hargie 1997, 31–32; Millar, Crute & Hargie 1992, 17–38.)

Jokaisella haastattelijalla on oma haastattelutyylinsä, joka muodostaa raamit sille, missä rajoissa kukin pystyy valitsemaan eri tilanteisiin tarkoituksenmukaisia strategioita ja näitä toteuttavia taktiikoita. Koska kaikki haastattelun osapuolet vaikuttavat toisiinsa sekä samalla koko haastattelun etenemiseen ja lopulliseen muotoutumiseen, haastattelijalla ei voi kuitenkaan yksinään määrätä tilanteen luonnetta. (Eskola & Suoranta 1999, 86; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 81.) Haastattelu syntyy siis vuorovaikutuksen tuloksena ja on samalla tavalla sosiaalisesti määräytynyt kuin mikä tahansa muukin vuorovaikutustilanne. Näin ollen haastattelun tarkoitus sekä monet fyysiset, sosiaaliset ja viestinnälliset seikat vaikuttavat aina haastattelutilanteiden etenemiseen. (Eskola & Vastamäki 2001, 30.)

Haastattelutilanteet ovat monimuotoisia viestintä- ja vuorovaikutustilanteita, eikä niiden vuorovaikutuksessa ole mitään takeita, että toinen ymmärtää toista. Mikään ei siis takaa, että haastateltava ymmärtää haastattelijan kysymyksen niin kuin haastattelijalla on tarkoittanut tai että haastattelijalla tulkitsee haastateltavan vastauksen oikealla tavalla. (Adams & Hicks 2001, 7–8; Wyer & Adaval 2003, 291.) Jotta haastattelutilanteen vuorovaikutus sujuisi onnistuneesti, haastatteluun osallistuvilta vaaditaan monenlaista viestintäosaamista. Haastattelijalta vaaditaan esimerkiksi tehtäväkeskeisiä taitoja, jotka auttavat mahdollisimman laadukkaan tavoitteen saavuttamisessa, sekä suhdekeskeisiä taitoja, joita

ovat esimerkiksi taito osoittaa empatiaa sekä kyky mukautua tilanteeseen ja tilanteen eri osapuoliin. (Berger 2003, 263–266; Millar, Crute & Hargie 1992, 144.)

Haastattelijan on huolehdittava sekä haastattelun tehtävä- että suhdekeskeisistä viestintätavoitteista. Hän voi pyrkiä saavuttamaan näitä tavoitteita esimerkiksi tehokkaan ja tarkoituksenmukaisen huumorin avulla. Haastattelijalla voi hyödyntää huumoria esimerkiksi avoimen ja luottamusta herättävän ilmapiirin rakentamisessa ja keventää haastattelua silloin kun keskustelu on jumiutumassa tai aihepiiri tuntuu liian raskaalta ja vaikealta haastateltavalle. (Eskola & Vastamäki 2001, 30–31.) Huumori voikin olla tärkeä tekijä haastattelun onnistumisen kannalta, sillä huumori voi esimerkiksi auttaa haastateltavaa rentoutumaan, keventää tunnelmaa ja poistaa vihamielisyyttä (Adams & Hicks 2001, 50).

3.2 Televisiohaastattelun ominaispiirteet

Haastatteluja, haastattelujen katkelmia ja haastatteluista leikattuja repliikkejä käytetään runsaasti monentyyppisissä televisio-ohjelmissa, kuten uutisissa, ajankohtaisohjelmissa sekä erilaisissa viihdeohjelmissa. Haastattelu onkin yksi yleisimmistä television monenkeskeisistä puhemuodoista. (Nuolijärvi & Tiittula 1995, 44–45; 2000, 80.) Myös televisiohaastattelut ovat aina vähintään kahden eri roolissa olevan henkilön muodostamia tavoitteellisia vuorovaikutustilanteita. Vaikka televisiossa esitettävillä haastatteluilla on näin ollen paljon yhteistä muuntyyppisten haastattelujen kanssa, ne eroavat monin tavoin muista haastatteluista. Tämän lisäksi televisiohaastattelut eroavat toisistaan esimerkiksi sen perusteella, mihin television ohjelmagenreen ne on tehty (ks. esim. Fairclough 1997, 36). Seuraavassa esitellään televisiohaastattelujen ominaispiirteitä syventyen nimenomaan televisioituihin talk show -haastatteluihin.

Televisiohaastattelujen ja muuntyyppisten haastattelujen ratkaisevin ero lienee, että televisiohaastattelut on tarkoitettu aina poissaolevan ja erittelemättömän yleisön nähtäväksi ja kuultaviksi. Olipa televisiohaastattelu suora tai nauhoitettu, itse ohjelma tai sen osaines, sitä seuraa aina kolmas osapuoli: televisionkatsoja. (Nuolijärvi & Tiittula 2000, 17, 358; Scannell 1991, 1–4.)

Televisiohaastattelujen julkisella luonteella on epäilemättä vaikutusta haastattelujen muotoutumiseen. Koska televisiohaastatteluun osallistuvat ovat lähes poikkeuksetta tietoisia heitä seuraavasta suuresta yleisöstä, kaikkea heidän viestintäänsä voidaan pitää samalla myös esiintymisenä (Isotalus 1995, 88). Televisiohaastattelut ovat siis eräänlaista keskustelun näytteille asettamista, ja haastatteluun osallistuvien voidaan ajatella esittävän keskustelua ulkopuolisille tahoille. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että televisiohaastattelut olisivat pelkkää teatteria vaan että niillä on aina kaksi todellisuutta: osallistujien todellisuus ja katsojille näyttäytyvä todellisuus. (Nuolijärvi & Tiittula 2000, 27.)

Televisiohaastattelujen erityispiirteenä voidaan pitää, että puhetta ei ole välttämättä suunnattu henkilölle, jolle se osoitetaan keskustelussa, vaan se on saatettu esittää tosiasiasa esimerkiksi äänestäville televisionkatsojille. Televisiohaastattelujen vuorovaikutukselle onkin ominaista, että puhe suunnataan erilaisin viestein yhtä aikaa eri tahoille. (Nuolijärvi & Tiittula 1995, 19; 2000, 26, 39.) Koska televisiohaastattelut ovat viime kädessä journalistisia, suurille massoille tehtyjä kulttuurituotteita, televisiohaastattelujen voidaan ajatella olevan pikemminkin keino välittää tietoa ja vaikkapa viihdyttää televisionkatsojia kuin keino hankkia ja tuottaa tietoa. Onkin huomattava, että ainakaan kaikkia televisiossa esitettäviä haastatteluja ei olisi edes olemassa ilman kotiyleisöä, jolle ohjelma on suunnattu.

Televisioesiintymisen ulottuvuus muuttaa epäilemättä televisioituja haastattelutilanteita ja niihin osallistuvien viestintäkäyttäytymistä, sillä ihmiset muuttavat usein luonnollista käyttäytymistään, kun heitä kuvataan. Tämä saattaa johtua esimerkiksi kameroiden aiheuttamasta jännityksestä. Haastatteluun osallistuvat saattavat lisäksi muuttaa käyttäytymistään, koska he ovat tietoisia yleisöstä ja sen arvostelukyvystä ja koska he pyrkivät esiintymään edukseen ja antamaan itsestään sosiaalisesti suotuisan kuvan. (Loizos 2000, 106; Tolson 1991, 183.) Televisionkatsojien lisäksi haastattelutilannetta seuraavat myös ohjelman muut työntekijät sekä mahdollinen studioyleisö. Myös he voivat vaikuttaa jo pelkällä läsnäolollaan haastattelun etenemiseen.

Koska televisiohaastattelujen tiedetään olevan julkisia esiintymistilanteita, niitä harjoitellaan usein etukäteen. Televisiohaastatteluissa pyritään kuitenkin useimmiten

luomaan spontaani vaikutelma, vaikka haastattelut ovatkin tosi asiassa pitkälti suunniteltuja: esimerkiksi keskustelun aiheet ja välikevennykset on usein sovittu etukäteen. (Nuolijärvi & Tiittula 2000, 358; Scannell 1991, 1.) Televisiohaastattelun eteneminen ei riipukaan vain niistä ratkaisuista, joita keskustelun aikana tehdään, vaan etukäteen tehty suunnitelma vaikuttaa usein merkittävästi niiden muotoutumiseen (Nuolijärvi 1997, 72). Spontaani, keskustelunomainen vaikutelma saavutetaan kuitenkin esimerkiksi silloin, kun toimittaja käyttää vieraan puheenvuoroja hyväkseen ja muotoilee kysymyksensä edes osittain niiden pohjalta. Haastattelunomaisuus korostuu puolestaan silloin, kun toimittaja käy läpi etukäteen laatimaansa kysymyslistaa huomioimatta sen kummemmin vieraan vastauksia. (Nuolijärvi & Tiittula 2000, 85.)

Televisiohaastattelut eroavat muuntyyppisistä haastatteluista, koska ne ovat aina julkista puhetta. Julkisella foorumilla käyty keskustelu on puolestaan aina institutionaalista keskustelua, ja se toteutuu siten toisin ehdoin kuin arkikeskustelu, jossa ei yleensä ole samanlaisia aikaa, puheenaiheisiin, keskustelun jäsentämiseen tai keskustelijoiden asemaan ja tasapuoliseen kohteluun kohdistuvia ennakoedellytyksiä. (Aslama 1998, 157; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 13–17; Scannell 1991, 7.) Instituutio voi olla mikä tahansa ihmisen luoma sosiaalisten suhteiden ja toimintamallien järjestelmä, jonka avulla pyritään organisoimaan ja vakiinnuttamaan yhteiskunnan ja kulttuurin toimintaa (Herkman 2001, 207). Institutionaalisilla keskusteluilla kuten televisiohaastatteluilla on ainakin kolme tyypillistä piirrettä: 1) keskusteluilla on selvä päämäärä, 2) keskusteluun osallistumista säätelee joukko erilaisia rajoitteita ja keskustelut etenevät usein tietyn kaavan mukaan sekä 3) keskustelussa käytetään instituutioille tyypillisiä tulkintakehityksiä (Drew & Heritage 1992, 21–25; ks. lisäksi Raevaara, Ruusuvuori & Haakana 2001, 15).

Institutionaalisen keskustelun tavoite voi olla hyvinkin implisiittinen. Esimerkiksi televisiohaastatteluissa tavoitteet ovat kahtalaiset sen mukaan, tarkastellaanko asiaa ohjelmantekijöiden vai vieraiden näkökulmasta. Toimittajien näkökulmasta voi olla tärkeää tuoda esiin erilaisia mielipiteitä, kun taas vieraiden tavoitteena voi olla esimerkiksi saada kerrotuksi ja kerratuksi suurelle yleisölle omia tai vaikkapa oman puolueen näkemyksiä riippumatta siitä, miten ohjelman konsepti on rakennettu. Koska televisiohaastattelut ovat

oivallinen tapa saada julkisuutta ja edistää esimerkiksi vastailmestyneen levyn myyntilukuja tai kasvattaa kannatusta ennen vaaleja, julkisuuden henkilöiden vieraileminen televisiohaastatteluissa on itse asiassa usein hyvinkin tietoista julkikuvan luomista. (Millar, Crute & Hargie 1992, 150–151; Munson 1993, 3; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 16.)

Institutionaalisuus näkyy televisiohaastatteluissa esimerkiksi sanavalinnoissa, puheenvuorojen vaihtumistavoissa, keskustelun kokonaisrakenteessa ja vuorovaikutuksen asymmetrisyydessä (Drew & Heritage 1992, 21–25). Televisiohaastattelujen asymmetrisyys ilmenee esimerkiksi siten, että instituutiota edustava haastattelija päättää useammin puheenaiheista sekä esittää kysymykset, joihin studiovieras joutuu vastaamaan. Asymmetristä asetelmaa pönkittää lisäksi, että televisiohaastattelijalle haastattelu on usein tapaus tapausten joukossa, kun taas vieraalle tilanne on usein ainutlaatuinen tai ainakin harvinainen ja lisäksi jollain tavoin henkilökohtainen kokemus. (Drew & Heritage 1992, 47–53; Nuolijärvi & Tiittula 1995, 14; 2000, 13–15, 100.)

Institutionaalisessa toiminnassa vuorovaikutustilannetta jäsentää joukko erityisiä institutionaalisia tehtäviä sekä teoriassa ja käytännössä muodostunut käsitys siitä, miten näitä tehtäviä tulisi suorittaa. Osapuolet suhteuttavat toimintaansa myös erilaisiin rooleihin, jotka voivat muotoutua keskustelijoiden ammattiaseman tai tilannekohtaisen tehtävän perusteella. (Peräkylä 1997a, 179; Raevaara, Ruusuvuori & Haakana 2001, 13.) Haastattelijan ja haastateltavan roolit ovat televisiohaastatteluissa pitkälti samanlaiset kuin muuntyyppisissäkin haastatteluissa, mutta roolit saavat televisiossa myös uusia, niitä erottavia piirteitä. Esimerkiksi ainoastaan televisiohaastattelijalla on lupa katsoa kameraan ja puhutella televisionkatsojaa sinä–minä-suhteessa; haastateltava joutuu sen sijaan puhumaan hieman sivuun kamerasta (Herkman 2001, 183; Isotalus 1996, 40, 137). Haastattelijan rooliin kuuluu ylipäätäänkin esimerkiksi kysymysten tekeminen, vastauksien analysoiminen sekä keskustelunkulun ohjaaminen. Televisiohaastatteluissa haastattelijan täytyy lisäksi koota keskustelua katsojia varten, rakentaa silta mahdollisten mainoskatkojen yli sekä toimia välittäjänä televisionkatsojien ja studiossa olevien henkilöiden välillä. (Isotalus 1996, 40; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 103.)

Televisio välittää tehokkaasti nonverbaalista viestintää, kuten kasvojen ilmeitä, ja asettaa audiovisuaalisena joukkoviestimenä monenlaisia haasteita koko haastattelutilanteelle, sillä haastattelutilanteeseen osallistuvien on pystyttävä vakuuttamaan yleisönsä – ja toisensa – niin verbaalisella kuin nonverbaalisella viestinnällään. Televisiohaastattelut ovat kaiken kaikkiaan todella monimuotoisia vuorovaikutustilanteita, joihin osallistuvilta vaaditaan monenlaisia viestintä- ja vuorovaikutustaitoja. Koska kaikkea televisiohaastatteluissa esiintyvää puhetta voidaan pitää myös esiintymisenä, tarvitsevat haastattelijat ja haastateltavat lisäksi monenlaisia esiintymistaitoja. (Millar, Crute & Hargie 1992, 144.)

Sen lisäksi, että televisiohaastattelut eroavat monin tavoin muuntyyppisistä haastatteluista, televisiohaastattelut näyttävät eroavan toisistaan sen perusteella, mihin television ohjelmagenreen ne on tuotettu. Esimerkiksi uutishaastattelut, asiantuntijahaastattelut, katugallupit ja viihteelliset talk show -haastattelut eroavat toisistaan niin sisällöiltään, muodoiltaan kuin funktioiltaan. Erityyppisten haastattelujen väliset erot alkavat usein hahmottua, kun pysähdytään miettimään, mitä varten toinen halutaan saada puhumaan.

Haastattelut ovat erottamaton osa talk show -ohjelmia. Koska talk show -ohjelmien yksi tärkeimmistä tehtävistä on televisionkatsojien viihdyttäminen, myös talk show -haastattelut pyrkivät tavalla tai toisella viihteellisyyteen. (Munson 1993, 63; Tolson 1991, 178.) Talk show -haastattelujen viihteellisyys voi syntyä esimerkiksi talk show -juontajan ja hänen vieraansa älykkästä ja sanavalmiista väittelystä tai heidän huvittavasta käyttäytymisestään. Viihteellisyys voi syntyä myös mielenkiintoisen henkilön lähitarkkailusta tai kiinnostavasta aiheesta. Osa talk show -haastatteluista keskittyy kiillottamaan vieraidensa julkisivua, osa puolestaan likaamaan. Yleisö saakin seurata, miten tunnetut ”poliitikot ja popparit” tai tavalliset kansalaiset, joilla on jotain sensaationälkäistä yleisöä kiinnostavaa kerrottavanaan, selviävät vaikeista keskustelutilanteista, kritiikistä ja jopa loukkauksista ja miten he suhtautuvat yltiömäisiin kehuihin. (Nuolijärvi & Tiittula 1995, 18; 2000, 88–90.)

Talk show -haastattelut ovat useimmiten melko vapaamuotoisia ja keskustelunomaisia. Niiden puheenaihe on useimmiten melko avoin ja haastattelun teemat voivat vaihdella suurestikin haastattelun aikana. Koska talk show -haastattelujen tarkoituksena ei ole

niinkään syventyä käsiteltäviin asioihin kuin pitää keskustelu käynnissä ja ennen kaikkea viihdyttävänä, aiheiden käsittelytapa on tyypillisesti jutusteleva ja se voi edetä melko assosiatiiivisesti eri suuntiin. (Nuolijärvi & Tiittula 1995, 18; 2000, 87–88, 112.) Olipa haastateltavana sitten jo asemansa vakiinnuttanut julkisuuden henkilö tai jonkin tekonsa vuoksi talk show -haastattelun arvoiseksi noussut henkilö, hän on televisio studiossa ”omana itsenään jutustelemassa kotoisasti kahvikupposen ääressä” (Hietala 1996, 54).

Talk show -haastatteluissa ollaan tyypillisimmillään kiinnostuneita ihmisistä. Siinä missä ajankohtaisohjelmissä perätään politiikan taustoja, talk show -haastatteluissa kysymysten tarkoituksena on saada vieras kertomaan itsestään. Keskustelun aihe liittyy usein jollain tavalla vieraan tekoihin julkisuudessa, ja kysymykset kohdistuvat niin vieraiden yksityiselämään kuin ammatilliseen toimintaan. Varsinkin yksilöhaastatteluissa haastateltava ja hänen persoonansa nousee vahvasti esille. Tätä vastoin teema kuljettaa keskustelua selvemmin ainakin ryhmähaastatteluissa sekä tapauksissa, joissa vieras on tuntematon. (Nuolijärvi & Tiittula 1995, 18, 41–42; 2000, 85–88.)

Talk show -haastattelujen ominaispiirteitä voidaan pitää, että haastattelija on niissä hyvin keskeisessä roolissa. Toimittajan persoona tulee talk show -haastatteluissa esimerkiksi uutisluentoihin verrattuna selvästi esille. Talk show -haastattelija ei ainoastaan esitä kysymyksiä vaan myös kommentoi ja arvioi haastateltavien vastauksia ja kertoo sopivissa väleissä itsestään ja omista kokemuksistaan. Hän pyrkii luomaan itsestään mahdollisimman läheisen kuvan ja saakin haastateltavat usein puhumaan juuri avoimen asenteensa ansiosta. (Aslama 1995, 17; Munson 1993, 111; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 85; Tolson 1991, 182–183, 187.) Talk show -haastattelija näyttää kaiken kaikkiaan olevan melko tasavertaisessa asemassa muiden haastatteluun osallistuvien kanssa. Kun otetaan lisäksi huomioon, että useimmat julkisuuden henkilöt ovat tottuneet televisioympäristöön ja ovat siten yhtä lailla televisiorutiinit ja -instituution tuntevia kuin omalla maaperälläään liikkuvat toimittajat, talk show -tyyppiset haastattelut eivät välttämättä olekaan aina yhtä asymmetrisiä kuin jotkin toiset haastattelut. (Ks. esim. Nuolijärvi & Tiittula 2000, 16.)

Lyhyesti kooten televisiohaastatteluissa voidaan sanoa olevan kyse sekä julkisesta esiintymistilanteesta ja journalistiset vaatimukset täyttävästä keskustelusta että vuorovaikutuksesta tavallisimmin kahden henkilön välillä, joista ainakin toinen on tietoinen näkymättömän televisionkatsojan ja mahdollisesti myös näkyvän studioyleisön tarpeista ja kiinnostuksen kohteista. Televisiohaastatteluista on tutkittu monenlaisia keskustelun piirteitä, kuten haastattelujen aloituksia ja lopetuksia, puhetoimintoja, teeman kulkua ja vaihtoa, puheen vuorottelua sekä palautteenantoa. (Nuolijärvi & Tiittula 2000, 25, 359–360.) Televisiohaastattelujen tutkimuksessa on kuitenkin keskitytty vain ani harvoin huumoriin. Edes viihteellisten talk show -haastattelujen tutkimuksessa ei ole kiinnitetty merkittävää huomiota huumoriin. Talk show -haastatteluissa esiintyvän huumorin tutkiminen on kuitenkin ensiarvoisen tärkeää, sillä huumorilla voidaan arvella olevan merkitystä niin haastattelutilanteen vuorovaikutuksen kuin televisioesiintymisen ja koko ohjelman viihteellisyyteen pyrkivän luonteen kannalta.

Seuraavassa luvussa siirrytään tarkastelemaan lähemmin huumoria, sen määrittelemisen ongelmaa ja huumoritutkimuksen kenttää. Lisäksi esitellään huumorin tehtäviä ja merkitystä jokapäiväisessä vuorovaikutuksessa sekä tarkastellaan huumorin verbaalista ja nonverbaalista ilmenemistä ja merkitsemistä. Aiempia tutkimuksia pyritään soveltamaan mahdollisuuksien mukaan nimenomaan talk show -haastattelujen vuorovaikutukseen.

4 HUUMORI VIESTINTÄ- JA VUOROVAIKUTUSILMIÖNÄ

4.1 Huumori käsitteenä

Huumori on kiinnostanut ihmisiä yhtä kauan kuin inhimillistä kulttuuria on ollut olemassa, ja lähes kaikki suuret ajattelijat Aristoteleesta Kantiin ja Freudista Bahtiniin ovat halunneet osallistua huumoria koskevaan keskusteluun. Lukuisista yrityksistä huolimatta huumoria ei ole onnistuttu määrittelemään kattavasti, vaan huumori on onnistunut säilyttämään maineensa hankalasti lähestyttävänä, luokiteltavana ja määriteltävänä ilmiönä. (Bremmer & Roodenburg 1997, 4; Haakana 1996, 142.)

Huumorin määrittelyä vaikeuttaa, että huumoria voi esiintyä kaikilla viestinnän tasoilla ja kaikissa viestintätilanteissa – kaikkialla, missä on inhimillistä kulttuuria (Kinnunen 1994, 9–10; Lynch 2002, 423). Koska huumori on näin ollen todella monitahoinen ilmiö, yhden yleispätevän määritelmän tekeminen tai kaikkiin tilanteisiin sopivan teorian luominen lieneekin mahdotonta (Bremmer & Roodenburg 1997, 3; Foot 1997, 260–261; Haakana 1996, 142; Kinnunen 1994, 13; Preiss, Gayle & Martin 2002, 5). Tämän vuoksi tässäkin tutkimuksessa ei pyritä vangitsemaan huumoria yhden määritelmän avulla vaan aihetta lähestytään esittelemällä erilaisia lähestymistapoja huumoritutkimuksen kenttään ja käsitteistöön.

Huumori on määritelty usein kaikeksi, mikä on hauskaa ja huvittavaa ja mikä naurattaa. Tämänkaltainen näkökulma ei ole kuitenkaan täysin tyydyttävä, sillä esimerkiksi Miczon (2004, 210) mukaan huumori on pystyttävä määrittelemään irrallaan sen tuottamista vaikutuksista. Huumori ei itse asiassa edes ole aina positiivinen viestinnän ominaisuus eikä kaiken huumorin taustalta löydy leikkimielisyyttä (Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 206; Kinnunen 1994, 9–10; Miczo 2004, 210). Tätä vastoin vitsailu on yksi yleisimmistä tavoista luoda viestejä, joiden perimmäisenä tarkoituksena voi olla myös toisten loukkaaminen (Vangelisti 1994, 61).

Huumorin määrittelemine kaikeksi hauskaksi ja huvittavaksi on ongelmallista myös sen tähden, että kaikki nauru ei johdu huumorista eikä kaikki huumori synnytä naurua (Bremmer & Roodenburg 1997, 2; Foot 1997, 271–272; Haakana 1996, 151–153; Potter & Warren 1998, 47). On totta, että ihmiset nauravat usein tuottaessaan ja tunnistaessaan huumoria (Meyer 2000, 311; O’Donnell-Trujillo & Adams 1983, 179–182), mutta naurun taustalla voi olla myös muita monenkirjavia tunteita, kuten arpajaisvoiton synnyttämä yllättyneisyys tai nolostumisen ja kiusaantuneisuuden tunne. Myöskään shokin tai pelottavan tapauksen jälkeistä hermostunutta naurua, väsymyksen, masennuksen ja stressin aiheuttamaa hysteeristä naurua tai kutittamisesta, myrkytyksestä tai psyykkisestä häiriöstä johtuvaa naurua ei tule sotkea huumoriin liittyväksi. (Eckardt 1992, 65; Foot 1997, 263; Kinnunen 1994, 33–36; Potter & Warren 1998, 47; Vandaele 2002, 221.)

Esteettis-filosofisiin pohdintoihin tukeutuvat huumorin määritelmät ovat nähneet huumorin maailmankatsomuksellisenä tekijänä, määrätynlaisena mielialana, luonteenlaatuna ja tunnesävyinä sekä iloa tuottavana katsomis- ja suhtautumistapana elämään. Huumorin on sanottu olevan lämmin ja kestävä, positiivisiin arvoihin pyrkivä asenne, jonka pohjalta koomisiin ilmiöihin asennoidutaan, sekä erityinen kyky huomata elämän hullunkurisia puolia. Tällaiset laveat ja ympäröivät määritelmät eivät kuitenkaan johdata tutkijaa pitkälle empiirisen tutkimuksen tekemisessä, eivätkä ne auta tutkijaa käytännön tulkinnoissa. (Ks. esim. Haakana 1996, 142; Kinnunen 1994, 22; Knuutila 1992, 87.)

Huumori voidaan määritellä joko yksilön piirteeksi, tilanteen synnyttämäksi käytökseksi tai näiden jonkinasteiseksi välimuodoksi. *Piirrelähestymistapa* näkee huumorin pysyvänä piirteenä ja osana yksilön persoonallisuutta ja ajattelee yksilön käyttävän huumoria kaikessa vuorovaikutuksessaan suunnilleen yhtä paljon ja hänelle ominaisella tavallaan. *Tilannenäkökulman* mukaan huumori on puolestaan tilanteen stimuloimaa käyttäytymistä eli reaktio kohdattuun tilanteeseen. (Graham, Papa & Brooks 1992, 163; Foot 1997, 260; ks. lisäksi Infante, Rancer & Womack 1997, 107–111.) Viestinnän tutkimus ei edusta perimmäiseltä luonnoltaan kumpaakaan lähestymistapaa vaan yhdistelee molempia (Infante ym. 1997, 109). Myös tässä tutkimuksessa huumorin ajatellaan syntyvän yksilön sisäisten

ominaisuuksien ja ulkoisten tilannetekijöiden vuorovaikutuksessa. Näin ollen kummankaan ei uskota yksin määräävän, milloin ja miksi ihminen tuottaa huumoria.

Huumorin määritelmistä voidaan erottaa sekä tekijä- että kokijälähtöinen suuntaus. Osa määritelmistä on keskittynyt erittelemään humoristiselle viestintäkäyttäytymiselle ominaisia piirteitä. Tämänkaltainen *tekijälähtöinen lähestymistapa* korostaa huumorin olevan prosessi, jossa jokin tehdään koomiseksi, ja se on kiinnostunut niistä keinoista, joilla jokin voidaan tehdä humoristiseksi (Dewitte & Verguts 2001, 37). Huumorin tuottamiseen keskittyneet määritelmät lähestyvät huumoria havaittavissa olevana toimintana: tietyyntyyppisenä viestintänä (ks. esim. Lynch 2002, 423) ja verbaalisina ja nonverbaalisina ilmaisuina (ks. esim. Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 206; Miczo 2004, 210). Huumorin kokemukselliseen puoleen keskittyneet määritelmät ovat puolestaan lähestyneet huumoria tunteena ja henkilökohtaisena merkityksenantona. *Kokijälähtöisen näkökulman* mukaan huumoria on se, mikä koetaan tai nähdään humoristisena (ks. esim. Dewitte & Verguts 2001, 37–38; Meyer 2000, 311). Vaikka useissa määritelmässä otetaan huomioon molemmat huumorin aspektit, on huomattava, että suurin osa huumorin määrittelyyrityksistä edustaa jälkimmäistä suuntausta. Näin ollen huumorin määrittelyssä on keskitytty useammin huumorin tulkintaan ja kokemuksellisuuteen kuin huumorin luomiseen tai käyttöön. (Foot 1997, 260; Graham, Papa & Brooks 1992, 162.)

Huumorin määrittely-yrityksissä on kiinnitetty huomioita huumorin tekijän ja kokijan roolin lisäksi huumorin tuottajan tarkoitukseen. Itse asiassa kaikkea viestintää voidaan tarkastella suhteessa tietoisuuteen ja tarkoituksellisuuteen (Infante, Rancer & Womack 1997, 14–16). Joidenkin määritelmien mukaan viestinnän on oltava tietoista ja tahallista, jotta kyseessä ylipäättäänkään olisi viestintä (ks. esim. Littlejohn 2002, 6; Wyer & Gruenfeld 1995, 7). Esimerkiksi Infanten, Rancerin ja Womackin (1997, 15) mukaan viestintä vaatii vähintään kaksi ihmistä, jotka ovat tietoisia viestien lähettämisestä ja vastaanottamisesta, koska viestintä on sosiaalinen prosessi, ei yksilön oma. Kaikki viestinnän määritelmät eivät kuitenkaan aseta tätä rajausta vaan luokittelevat myös tahattoman viestinnän viestinnäksi (Littlejohn 2002, 6). Esimerkiksi Andersen (1999, 13) huomauttaa, että spontaanit reaktiot ovat viestintää siinä missä muutkin eivätkä viestien

lähettäjä, vastaanottaja ja tutkijat edes pysty viime kädessä määrittelemään, mikä on tietoista.

Koska kaikki huumori on pohjimmiltaan viestintää (Lynch 2002, 423), myös monissa huumorin määritelmässä otetaan kantaa huumorin tuottajan intentioihin ja tietoisuuteen viestintäkäyttäytymisestään. Kysymys kuuluukin, voiko viestintä olla humoristista, jos sitä ei ole tarkoitettu humoristiseksi? Onko huumorin oltava tietoisesti synnytettyä ja jos, niin miten tietoista huumorin tuottamisen on oltava? Voiko huumori olla huumoria, jos vastaanottaja ei tunnista sitä huumoriksi?

Bippus (2003, 414) näkee huumorin käytön tietoisena valintana ja osana viestintästrategiaa, jota voidaan käyttää tavoitteellisesti päämäärien saavuttamiseen. Bremmerin ja Roodenburgin (1997, 1) määritelmän mukaan huumori voi puolestaan olla mikä tahansa viesti, joka on lähetetty toiminnan, puheen, kirjoituksen, kuvien tai musiikin välityksellä ja jonka tarkoituksena on tuottaa hymyä ja naurua. Näiden määritelmien mukaan huumoriksi tulisi siis luokitella kaikki huumoriksi tarkoitettut viestit riippumatta niiden tulkinnasta. Astetta tiukempien määritelmien mukaan huumorin tuottamisen on oltava tietoista, mutta huumori on myös tunnistettava huumoriksi, jotta kyseessä olisi huumori. Esimerkiksi Booth-Butterfield ja Booth-Butterfield (1991, 206) määrittelevät huumorin tietoiseksi verbaaliseksi ja nonverbaaliseksi viestinnäksi, joka synnyttää naurua tai muuta spontaania käytöstä ja tuottaa mielihyvää, ilahdusta tai yllättyneisyyttä tarkoitettussa vastaanottajassa. Tällaisten määritelmien mukaan huumori näyttää olevan nimenomaan jaettu tunne.

Joidenkin huumorin määritelmien mukaan huumoriksi on luokiteltava sekä tarkoitukselliset että tahattomat teot (ks. esim. Wyer & Adaval 2003, 300). Niiden mukaan huumoria voidaan synnyttää myös tiedostamatta ja ikään kuin vahingossa. Esimerkiksi Kinnusen (1994, 12) mukaan Chaplin on tieteen tahtoen koominen, mutta lapset ja eläimet voivat olla tahattomasti koomisia. Foot (1997, 260) huomauttaa lisäksi, että huumoria voidaan tuottaa välillä tahattomasti, kun taas välillä huumorin tuottamista on syytä lähestyä tavoitteellisempina toimintana. Myös Lynchin (2002, 423) mukaan huumoriksi on

katsottava sekä tietoisesti että tiedostamatta synnytettyt viestit, mutta hänen määritelmänsä mukaan huumorin on lisäksi ruokittava ihmisten humoristista tajuntaa ollakseen huumoria.

Osa huumorin määritelmistä ei kiinnitä laisinkaan huomiota huumorin syntylähteeseen vaan pitää huumorin synnyttämää kokemusta tärkeimpänä tekijänä pohdittaessa, milloin huumoria ilmenee (ks. esim. Herkman 2000, 376; Meyer 2000, 311, 316; ks. lisäksi Kinnunen 1994, 14). Näiden määritelmien mukaan huumorin tekemisen ei siis tarvitse olla sen tuottajien intentioissa, mutta huumori vaatii aina vastaanottajan tulkinnan viestinnän humoristisuudesta ollakseen huumoria.

Huumorista voidaan hahmottaa eri ulottuvuuksia sen mukaan, onko huumori tuotettu tietoisesti ja tarkoituksellisesti ja tulkitaanko se huumoriksi (ks. taulukko 1).

TAULUKKO 1 Huumorin suhde lähettäjän intentioon ja vastaanottajan tulkintaan

	viestintä tarkoitettu humoristiseksi	viestintää ei tarkoitettu humoristiseksi
viestintä tulkittu huumoriksi	1. huumori	2. huumorin ominaisuuksia
tulkintaa huumorista ei synny	3. huumoria yritetty	4. ei huumoria

Taulukon kohdassa 1 on kyseessä kaikkein selvimmin huumori. Koska viestintä on tarkoitettu humoristiseksi ja se tunnistetaan tietynlaisista verbaalisista ja nonverbaalisista vihjeistä huumoriksi, huumoriprosessi on täydellinen. Taulukon kohdassa 2 viestinnässä on joitain huumorin ominaispiirteitä, sillä viestintää ei ole tarkoitettu humoristiseksi, mutta se synnyttää huumorin kokemuksen. Tämänkaltaista viestintää kutsutaan toisinaan tahattomaksi huumoriksi. Taulukon kohdassa 3 humoristisen vaikutelman synnyttämistä on yritetty, mutta viestijän tarkoitusperiä ei tunnisteta tai ainakaan tunnusteta. Viestinnän tavoitteena on olla humoristista, mutta sen ei kuitenkaan syystä tai toisesta ajatella olevan sitä. Taulukon kohta 4 lienee kaikkein selvin: humoristisen vaikutelman syntymiseen ei pyritä eikä viestintää tulkita huumoria sisältäväksi, joten kyseessä ei ole huumori.

Huumorin määritelmät eroavat myös sen mukaan, näkevätkö ne huumorin opittavana ja kehitettävissä olevana taitona vai selittävätkö ne huumorin pysyvemmän huumorintajun käsitteen avulla (Foot 1997, 259). Huumori voidaan nähdä *oppimisprosessina*, jossa harjaannutaan käyttämään tehokkaampaa ja tarkoituksenmukaisempaa huumoria yksinkertaisesti harjoittelemalla ja olemalla herkkä ympäristön vihjeille (Dewitte & Verguts 2001, 49–51). Näin huumori voidaan nähdä eräänlaisena sosiaalisena taitona (Miczo 2004, 214), jolla saattaa olla yhteyksiä interpersonaaliseen viestintäkompetenssiin yleisemminkin (Graham, Papa & Brooks 1992, 172). Kaikki eivät kuitenkaan hyväksy taitonäkökulman ajatuksia, sillä heidän mukaansa taitojen tulee olla harjoiteltuja ja opittuja, mutta huumori tuntuu usein olevan spontaania, nopeasti ohimenevää sekä tilanteesta riippuvaista (Foot 1997, 260). Huumorin taustalla voidaankin nähdä vaikuttavan erillisen *huumorintajun*, jolla tarkoitetaan yksinkertaisimmillaan sitä, että yksilö ymmärtää huumoria ja osaa käyttää sitä toisten ihmisten seurassa (Kerkkänen 2003, 19). Huumorintajun ajatellaan usein olevan persoonallisuuden piirre, jolloin jollakin voi olla sellainen, vaikkei hän käyttäisikään huumoria kaikessa vuorovaikutuksessaan (Graham, Papa & Brooks 1992, 163; ks. lisäksi Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 205).

Osa huumorin määritelmistä näkee huumorin kognitiivisena prosessina, osa emotionaalisenä. Toisten lähestymistapojen mukaan huumorin vastaanotto vaatii siis kognitiivista aktiivisuutta, toisten mielestä kyseessä ovat tunteisiin liittyvät aspektit. *Kognitiivisesti suuntautuneet huumorimääritelmät* näkevät huumorin kognitioiden lopputuloksena, jotka syntyvät yhteensopimattomuuksien, yllätyksien ja odottamattomien asioiden havaitsemisesta. Huumori nähdään siis erona sen välillä, mitä odotetaan ja miten asiat oikeasti menevät. *Tunteisiin liittyvät huumorin määritelmät* esittävät puolestaan, että esimerkiksi vitsin yhteensopimaton elementti aiheuttaa tunteita, jotka vapautetaan vitsin lopussa. Vaikka kognitiiviset ja emotionaaliset huumorin määritelmät eroavat ratkaisevasti tietyiltä lähtökohdiltaan, niillä on jotain yhteistäkin: molemmat olettavat, että huumoriin vastaaminen on dynaaminen prosessi, joka tapahtuu vaiheittain ja ajassa. Lisäksi molemmat nostavat huumorin ymmärtämisen prosessin avainelementeiksi yhteensopimattomuuden ja ratkaisun sekä ajan näiden kahden välillä. (Maase, Fink & Kaplowitz 1984, 80–82; 88.)

Osa huumorin tutkijoista on yrittänyt määritellä huumoria vertaamalla sitä sen lähikäsitteisiin kuten koomiseen. Tämänkaltaisissa erotteluissa on ehdotettu usein, että siinä missä koominen havaitaan, huumori tunnetaan. Huumorin on siis katsottu olevan määrätynlainen mieliala ja vallitseva tunnesävy ja koomisen ulkokohtainen ominaisuus, muoto, asento, liike, teko, tapahtuma tai tilanne, joka voidaan tuottaa. Huumorin ja koomisen suhdetta on verrattu samalla esimerkiksi abstraktin ja konkreettisen suhteeseen. Pohdinnoissa on esitetty lisäksi, että komiikkaa voi olla ilman huumoria, mutta huumoria ei voi olla ilman koomista. (Ks. esim. Kinnunen 1994, 11; Knuutila 1992, 112.) Vähänkään huumorikirjallisuuteen perehtynyt lukija huomaa helposti, että huumoritutkimuksen käsitteistö on epäselvä. Monissa tutkimuksissa käytetään esimerkiksi termejä huumori, nauru, koominen, naurettava, hauska, kasku ja vitsi lähes mielivaltaisesti ja toisinaan jopa synonyymisesti. Ulkomaisessa kirjallisuudessa huumoriin viitataan myös esimerkiksi käsitteillä *amusing*, *funny*, *witty* ja *entertaining*. (Ks. lisäksi Ylönen 1995, 31.)

Huumorin määrittelyssä on hyödynnetty toisinaan myös huumorin alalajien esittelyä. Huumorin lajeiksi on nimetty esimerkiksi 1) typerä ja järjetön huumori (*low humor*), 2) tiettyjä eleitä ja ilmeitä hyödyntävä nonverbaalinen huumori, 3) imitointiin ja matkimiseen perustuva impersonaalinen huumori, 4) sanaleikkeihin, arvoituksiin sekä älykkääseen ja värikkääseen kielenkäyttöön perustuva kielellinen huumori, 5) yleisöön ja ympäristöön mukautuva huumori (*other-orientation humor*) sekä 6) ystävälliseen tapaan ja positiivisuuteen liittyvä, tunteita ilmaiseva huumori (*expressiveness humor*) (Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 211–212). Huumorista on erotettu omiksi lajeikseen myös 7) slapstick-komedia, 8) seksistinen huumori, 9) hölynpölyhuumori (*nonsense humor*) sekä 10) kaskut (*anecdotal humor*) (Vilaythong, Arnau, Rosen & Mascaro 2003, 81). Edellisiä jaotteluita yleisemmin huumorin alalajeiksi – tai ainakin huumorin lähikäsitteiksi – on nimetty 11) vitsit, 12) tilannekomedia, 13) ironia, 14) sarkasmi ja satiiri sekä 15) koomisen ja traagisen yhdistelmänä syntyvä musta huumori (ks. esim. Alho 1988, 252; Rahtu 2004, 24–26; Vandaele 2002, 237; Vilaythong ym. 2003, 81).

Huumori on vahvasti konteksti-, tilanne- ja ryhmäsidonnaista (Bremmer & Roodenburg 1997, 3; Lynch 2002, 443). Huumorin voidaankin ajatella olevan kuin kameleontti, joka

vaihtaa ulkonäköään ympäristön mukaan. Itse asiassa kaiken viestinnän voidaan ajatella liittyvän kiinteästi ympäröivään kontekstiin eli laajempaan merkitysyhteyteen, jossa puheet ja teot tapahtuvat. Konteksti vaikuttaa esimerkiksi siihen, mitä sanotaan, miten sanotaan ja miten tuo sanominen tulkitaan. (Drew & Heritage 1992, 18.)

Albrechtin (1999, 68) mukaan tilanneyhteys ratkaisee viime kädessä, onko kyseessä huumori vai ei. Tieto voikin sekä luoda että pyyhkiä pois humoristisen vaikutelman: esimerkiksi oudosti ilmehtivää ja yksinään puhuvaa miestä ei pidetä koomisena, jos hänen käytöksensä tiedetään johtuvan sairaudesta tai onnettomuuden aiheuttamasta invaliditeetista. Näin ollen ei ehkä pitäisikään kysyä, mitä huumori on, vaan missä jokin on huumoria. (Kinnunen 1994, 32, 249.) Myös tässä tutkimuksessa ajatellaan, että mikään ei ole sinällään huumoria, mutta kaikki inhimilliset teot ja toiminnot voivat saada humoristisen sisällön tietystä tilanneyhteydessä.

Koska huumori on tiukasti kontekstisidonnaista, myös huumorin määrittely saattaisi helpottua, jos se tehtäisiin vain tiettyä kontekstia tai tilannetta ajatellen. Tässä tutkimuksessa tarkastellaan haastattelijoiden huumoria nimenomaan televisioituissa talk show -haastatteluissa, joita lähestytään sekä haastattelutilanteen vuorovaikutuksen että koko ohjelman viihteellisyyteen pyrkivän luonteen kannalta. Huumorin määrittelyssä ja paikallistamisessa otetaankin koko ajan huomioon huumorin sijoittuminen juuri televisioitujen talk show -haastattelujen kontekstiin – jossakin toisessa tapauksessa huumoria olisi varmasti hedelmällisempää lähestyä erilaisesta näkökulmasta.

Tässä tutkimuksessa huumoria lähestytään tietyn tyyppisenä viestintänä, jota ulkopuolinen tutkija voi seurata ja kuvata. Huumoriksi luokitellaan sekä tahallinen että tahaton viestintä, joka synnyttää – tai joka voisi ainakin periaatteessa synnyttää – humoristisen vaikutelman. Vaikka tämänkaltainen lähestymistapa huumoriin pitää mahdollisena huumori-ilmauksien tutkimista sellaisina kuin ne itsenään ilmenevät, on huomattava, että huumorin tutkiminen on aina kiinteästi sidoksissa kokemuksiin ja henkilökohtaisiin merkityksenantoihin. Myös tässä tutkimuksessa myönnetään tutkijan subjektiviteetin ja humoristisen tajunnan väistämätön vaikutus huumorin paikallistamiseen ja havainnoista tehtäviin tulkintoihin.

4.2 Huumori tutkimuskohteena

Huumoria ja sen lähi-ilmiöitä on tutkittu jo useamman vuosisadan ajan. Suurin osa empiirisestä huumoritutkimuksesta on kuitenkin tehty vasta 1960-luvun taitteen jälkeen, jota ennen huumoritutkimus oli lähinnä valmiisiin vitsiteksteihin perustunutta filosofista pohdintaa. Huumori on kiinnostanut lähes kaikkien tieteenalojen ihmisiä, ja huumoria onkin tutkittu niin lääketieteen ja kulttuurihistorian kuin lingvistiikan ja matematiikan parissa. Suurin osa huumoritutkimuksesta on tehty psykologian, sosiologian, filosofian ja estetiikan parissa, mutta myös kasvatustieteiden, antropologian ja viestintätieteiden anti huumoritutkimukselle on merkittävä. Suomessa huumorin tutkiminen on kuulunut pitkään nimenomaan folkloristiikan piiriin. (Berger 1995, 3; Bremmer & Roodenburg 1997, 4; Haakana 1996, 143–144; Maase, Fink & Kaplowitz 1984, 80; Meyer 2000, 310.)

Koska huumoritutkimusta on tehty jo useamman vuosisadan ajan ja tutkimuksen kirjo ja taso on valtava, aihetta ei ole järkevää lähestyä esittelemällä yksittäisiä huumoritutkimuksia. Tämän sijaan huumoritutkimuksen kenttää on mielekkäämpää tarkastella laajempien linjauksien ja tutkimussuuntauksien kautta. Seuraava katsaus huumorin tutkimukseen lähtee liikkeelle laajemmasta näkökulmasta ja tarkentuu esittelemään viestintätieteellistä huumorin tutkimusta.

Huumoritutkimus voidaan jakaa kahteen laajaan kategoriaan: psykologiseen ja sosiologiseen. Psykologinen lähestymistapa on keskittynyt huumorin yksilötasoon ja pyrkii selvittämään, miksi ihmiset käyttävät huumoria. Sosiologinen lähestymistapa on puolestaan keskittynyt huumorin vuorovaikutukselliseen ja yhteiskunnalliseen puoleen ja pyrkii selvittämään, mitä tehtäviä ja mitä merkitystä huumorilla on erilaisissa sosiaalisissa yhteyksissä. (Lynch 2002, 423–424.)

Valtaosa huumoritutkimuksesta on mukailut huumorin *psykologista tutkimusperinnettä* ja pyrkinyt siis selvittämään, miten ja etenkin miksi ihmiset tuottavat humoristisia viestejä. Psykologisesta tutkimusperinteestä voidaan erottaa kolme huumorin syntyä ja syitä selittävää teoriaperhettä: 1) ylemmydentunteorioiden (superiority theories) mukaan

huumori on ilmaus paremmuuden tunteesta suhteessa muihin, 2) inkongruenssiteorioiden (incongruity theories) mukaan huumori on tulkinta asioiden yhteensopimattomuudesta ja sopivaisuusnormien ylityksestä ja 3) huojennusteorioiden (relief theories) mukaan huumori on yhteydessä tunteiden ja vaikeiden asioiden käsittelyyn, vaihtelun tavoitteluun, kasvojen säilyttämispyrkimykseen sekä stressin vähentämiseen. (Kerkkänen 2003, 19; Lynch 2002, 423–430; Meyer 2000, 310; Preiss, Gayle & Martin 2002, 6–8.)

Ylemmydentuntoteorioiden (superiority theories) mukaan ihmiset nauttivat nähdessään toisten heikkouksia ja nauravat mielellään toisten puutteille, etnisille eroille ja epäonnistumisille. Ylemmydentuntoteoriat esittävät, että toisten epäonnistumisten huomaaminen saa ihmisen tuntemaan yllättäen paremmuuden tunnetta ja että tämä äkillinen omanarvontunteen kohoaminen purkautuu muita halveksivina ja omasta voitosta riemuitsevina naurunpurskahduksina. (Alho 1988, 236; Foot 1997, 262; Lynch 2002, 426; Meyer 2000, 314–315.)

Ylemmydentuntoteorioiden mukaan huumoria luodaan siis haluttaessa tuntee paremmuuden tunnetta suhteessa muihin (Preiss, Gayle & Martin 2002, 7–8). Ylemmydentuntoteoriat juontavat juurensa sosiaalisiin, kansallisiin, eettisiin ja uskonnollisiin ryhmiin, joihin yksilö tuntee identifioituneensa (Foot 1997, 262). Tämänkaltainen huumori ei olekaan aina hyväntahtoista, vaan siinä voi olla mukana eriasteisia vihamielisyyden, omahyväisyyden sekä vahingonilon muotoja (Lynch 2002, 426; Meyer 2000, 314–315; Vandaele 2002, 239–245).

Ylemmydentunto voi johtua periaatteessa joko oman arvon ylenemisestä tai toisen arvon alenemisestä eli degradaatiosta. Käytännössä muiden arvon aleneminen on usein sama asia kuin oman arvon yleneminen, mutta teoreettisessa mielessä nämä kaksi tilannetta voidaan erottaa toisistaan. Kun otetaan lisäksi huomioon, että ihmiset halveksivat ja pilkkaavat myös itseään ja että myös oman arvon alenemistä pidetään usein humoristisena, alkaa ylemmydentuntoteoria vaikuttaa käsitteenä turhan yksipuoliselta. Jatkossa saattaisikin olla järkevämpää puhua vaikkapa arvonmuutosteorioista, jolloin sekä oman että muiden arvonylennys ja arvonalennus mahtuisivat paremmin mukaan.

Inkongruenssiteoriat (incongruity theories) ehdottavat, että huumori syntyy yhteensopimattomuuksien sekä odottamattomien, irrationaalisten, paradoksaalisten, epäloogisten, virheellisten, ristiriitaisten ja sopimattomien asioiden havaitsemisesta. Toisin sanoen huumorin ajatellaan syntyvän, kun yhdistetään yksi tai useampi elementti, jotka eivät kuulu yhteen, saatetaan tuttu outoon ympäristöön, kyseenalaistetaan tavanomainen ajattelumalli tai toimitaan konventioista poikkeavalla tavalla. Inkongruenssiteorioiden mukaan ihmiset nauravat yllättyessään ja kokiessaan odottamattomia asioita, jotka ovat kuitenkin tarpeeksi tuttuja, jotta ne eivät pelota. (Dewitte & Verguts 2001, 37; Herkman 2000, 374; Lynch 2002, 428; Preiss, Gayle & Martin 2002, 6–7; Vandaele 2002, 226–239.)

Inkongruenssiteorioiden tärkein idea on huumorin tavassa rakentaa kahden tai useamman idean välille yllättävä ja odottamaton yhteys. Inkongruenssiteoriat eivät perustu ylemmydentunteorioiden tavoin ihmisten tunteisiin ja tarpeisiin, vaan niiden perusta löytyy pikemminkin kognitiivisesta toiminnasta. Inkongruenssihumori tuotetaan kognitiivisesti, ja se riippuu aina ihmisten käsityksestä, mitä tilanteessa tapahtuu ja mitä tilanteessa pitäisi normaalisti tapahtua. Koska ristiriita nähdään havaitun tapahtuman ja odotuksenmukaisen normin välillä, inkongruenssihumori vaatii sekä oivalluksen että havainnon asioiden yhteensopimattomuudesta. Jotta yksilö voisi tunnistaa normin rikkomuksen, hänen on lisäksi tunnettava sen taustalla vaikuttava normi. (Lynch 2002, 428; Vandaele 2002, 223–226.) Ylösen (1995, 20) mukaan huumorissa ei olekaan kysymys pelkästään sen ymmärtämisestä, mitä sanotaan, vaan myös sen, mitä tarkoitetaan.

Huojennusteoriat (relief theory) perustuvat oletukselle, että huumoria käytetään tunteiden vapauttamiseen, rentoutumiseen sekä jännityksen ja stressin poistamiseen. Huumori nähdään siis ahdistavien tunnetilojen purkamiskanavana. (Lynch 2002, 427; Meyer 2000, 312; Preiss, Gayle & Martin 2002, 7.) Huojennusteorioiden mukaan nauru on käyttämättömän energian vapauttamista. Huumorin ajatellaan toimivan psykologisella tasolla ja tuovan esille voimakkaita ja kiihdyttäviä tunteita, jotka liittyvät huvittavuuden kokemiseen. Tämän lisäksi nautinto ja viihtyminen näyttävät nousevan huumorin ydinsanoiksi, sillä huojennusteorioiden mukaan esimerkiksi vitsien suosio perustuu niiden

kykyyn synnyttää seksuaalista ja älyllistä mielihyvää. (Foot 1997, 262–263; Graham, Papa & Brooks 1992, 162; Herkman 2000, 377.)

Huojennusteorioiden liitetään usein psykoanalyttiseen tutkimukseen ja esimerkiksi Sigmund Freudin ajatuksiin. Freudin mukaan vitsit ovat sukua unelmille ja ne vapauttavat alitajuntaan vaipuneita asioita. Hänen mukaansa huumori onkin pitkälti tiedostamaton tapa käsitellä muutoin kiellettyjä ja tukahdutettuja tunteita. (Freud 1983¹, 143–159.)

Psykologisen huumorintutkimusperinteen pääteorioiden kuvastavat yhdessä hyvin huumorin kokonaisvaltaisuutta ja monimuotoisuutta jokapäiväisessä elämässä. Teoriaperheet eivät olekaan niin erillisiä ja toisiaan poissulkevia kuin ensiajattelulta voisi kuvitella. Jokainen teoriaperhe on auttanut selittämään erilaisten huumorin aspektien luomista ja tuottanut täten arvokasta tietoa huumorista. Mikään kyseisistä teorioista ei voi kuitenkaan yksinään eikä edes yhdessä tarjota täyttä ymmärrystä sille, miksi ja miten ihmiset tuottavat huumoria, sillä teorit eivät pysty selittämään kaikkia huumorin taustalla vaikuttavia yksilöllisiä tekijöitä. (Lynch 2002, 429–430; Meyer 2000, 310; Preiss, Gayle & Martin 2002, 6–8.)

Psykologisen huumorintutkimuksen pääteorioita on kritisoitu siitä, että kukin teoria kuvastaa vain joitain huumorin puolia, mutta lähes kaikki huumori voidaan tulkita halutun teorian avulla (Meyer 2000, 315). Monien tutkijoiden käytäntönä näyttääkin valitettavasti olevan, että he tunnistavat ensin huumorin ja löytävät vasta sen jälkeen huumorin inkongruenssin luonteen – tai mitä kaikkea he sitten haluavat löytääkään (Kinnunen 1994, 17; Ylönen 1995, 31). Kun otetaan lisäksi huomioon, että kaikesta huumorista on löydettävissä ainakin periaatteessa inkongruentti kognitiivisen skeeman rikkoutuminen, ylemmyyden tunnetta kuvastava huumorin sosiaalinen aspekti sekä huumorin vapauttava merkitys, teorioita voidaan helposti moittia niiden leväperäisyydestä, jonka vuoksi niiden oikeellisuutta on erittäin hankala todentaa. Psykologisen huumorintutkimuksen teoreettiset mallit ovatkin saaneet suurinta kritiikkiä siitä, että kukin niistä valaisee huumorin kokonaisuutta varsin yksipuolisesti valitessaan vain yhden määrän huumorin keskeisimmäksi ilmentäjäksi. (Vandaele 2002, 246; Knuutila 1992, 94.)

¹ Alkuperäisteos 1905.

Edellisen kritiikin lisäksi on huomattava, että tulkinta asioiden yhteensopimattomuudesta ei synnytä aina huumorin kokemusta (Kinnunen 1994, 19; Ylönen 1995, 30). Tätä vastoin asioiden ristiriitaisuus voi aiheuttaa esimerkiksi uteliaisuutta, vihamielisyyttä, pelkoa tai pettymystä (Foot 1997, 261; Vandaele 2002, 222). Myöskään kaikki ylemmyyden tunteita osoittava aines ei liity huumoriin, vaan ylemmyyden tunne voi aiheuttaa esimerkiksi euforiaa, hurmaa sekä aggressioita (Vandaele 2002, 222–225). Lisäksi on huomattava, että huojennuksen tunteen taustalta ei löydy aina huumoria (Ylönen 1995, 30). Näin ollen psykologisen tutkimusperinteen huumoriteoriat ovat epäonnistuneet siinä mielessä, että ne eivät kykene valaisemaan, miksi vain tietynlaiset odotuksenvastaisuudet ovat hauskoja ja miksi ylemmyyden tai huojennuksen tunne ei riitä aina synnyttämään huumorin kokemusta.

Sosiologinen lähestymistapa huumoriin on keskittynyt huumorin vuorovaikutukselliseen ja yhteiskunnalliseen puoleen ja pyrkinyt selvittämään, mitä tehtäviä ja mitä merkitystä huumorilla on vuorovaikutuksessa sekä muissa sosiaalisissa yhteyksissä. Sosiologisessa huumoritutkimuksessa ajatellaan, että huumori ilmenee luonnossa dualistisina vastapareina, joista toisen olemassaolo synnyttää toisen (paradox of humor). Tämänkaltaisina dualistisina vastapareina pidetään samastamista (identification) ja erilaistamista (differentiation) sekä kontrollia (control) ja vastustusta (resistance). Ensimmäinen vastapari (samastaminen–erilaistaminen) tarkoittaa sitä, että huumori voi joko lähentää tai erottaa ihmisiä ja ihmisryhmiä sekä tehdä valtasuhteita näkyviksi. Tällöin huumorin psykologiset motiivit voivat olla esimerkiksi a) oman (ryhmän) paremmuuden ilmaiseminen (vrt. superiority theory), b) oman (ryhmän) toiminnan kuvailu oikeaksi, muiden oudoksi (vrt. incongruity theory) ja c) tunteiden säätely (vrt. relief theory). (Lynch 2002, 423–424, 433–436.)

Toinen vastapari (kontrolli–vastustus) tarkoittaa puolestaan sitä, että huumorin avulla voidaan kontrolloida ihmisten toimintaa esimerkiksi pukemalla sääntöjä humoristiseen muotoon ja nauramalla säännöistä poikkeiden kustannuksella, vastustaa sääntöjä sekä valittaa kohteliaasti. Molemmat vastaparit ovat toisiinsa yhteydessä siten, että esimerkiksi ryhmän rakenteita yhdistävä huumori toimii usein kontrolloivasti ja erilaistava huumori vastustavasti. Sosiologisia huumoritutkimuksia on kritisoitu siitä, että ne keskittyvät liian usein vain toiseen dualistiseen vastapariin. (Lynch 2002, 423–424, 433–436, 441.)

Sekä huumorin tuottajan motivaatioita tarkasteleva psykologinen huumoritutkimus että huumorin dualistisiin tehtäviin paneutunut sosiologinen huumoritutkimus tarjoaa arvokkaan näkökulman huumoriin. Vaikka molemmilla suuntauksilla on tärkeää annettavaa huumorin tutkimukselle, kumpikaan ei pysty yksinään kuvaamaan huumorin monimuotoista olemusta. (Lynch 2002, 423–424.)

Viestintätieteellinen huumoritutkimus sijoittuu psykologisen ja sosiologisen tutkimusperinteen välille, ja se yhdistää ainakin osittain nämä kaksi tärkeää mutta toisistaan irrallaan kehittynyttä tutkimussuuntausta. Viestinnällinen lähestymistapa huumoriin on kiinnostunut sekä huumorin yksilötasosta että vuorovaikutuksellisesta luonteesta, ja se on kiinnittänyt huomiotaan kaikkiin huumoriprosessin vaiheisiin: huumorin tuottajan motiiveihin, huumoriteksteihin ja yleisön reaktioihin. Lisäksi viestinnällinen huumoritutkimus on pyrkinyt huomioimaan muun muassa ajan ja ympäristön, jossa huumori tuotetaan. Viestinnällisellä huumoritutkimuksella voidaan saada tietoa sekä huumorista itsestään että huumorin sosiaalisesta merkityksestä. Tämänkaltaisen kokonaisvaltainen lähestymistapa saattaa lisätä huumoritutkimuksen syvyyttä – ainakin se on omiaan tarjoamaan erilaisen näkökulman huumoriin. (Lynch 2002, 423–424, 440.)

Viestintätieteelliset huumoritutkimukset voidaan jakaa ainakin kahteen ryhmään sen perusteella, mihin viestintäprosessin osaan ne keskittyvät. Toiset huumoritutkimukset tarkastelevat lähinnä huumoritekstejä (retorinen tutkimus) ja toiset huumorin sosiaalisia tehtäviä. *Retorinen tutkimus* on tutkinut huumoria muun muassa sen vaikuttavuuden ja sen luomien mielikuvien kannalta. Huumorin *sosiaalisiin funktioihin keskittyvä tutkimus* on sen sijaan tutkinut huumorin merkitystä ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa sekä määritellyt huumorin tehtäviä, joita ovat esimerkiksi kiusoittelu, viihdyttäminen, tylsyyden poistaminen, ilmapiirin luominen, vakuuttaminen, suostuttelu, selitysten pyytäminen, uusiin tilanteisiin ja ryhmiin mukautuminen, huomion kerjääminen, rentoutuminen sekä kuulijoiden neuvominen ja käskeminen. (Lynch 2002, 430–431.)

Viestinnällisestä huumoritutkimuksesta voidaan erottaa kolme suuntausta, joiden alle huomattava osa tutkimuksista sijoittuu. Viestinnällinen huumoritutkimus on ollut erityisen

kiinnostunut 1) huumorista osana viestintätyyliä ja kommunikatiivista kompetenssia, 2) huumorin merkityksestä esiintymistilanteissa ja esimerkiksi sen vaikutuksesta puhujan eetokseen ja tiedonvälittymiseen sekä 3) huumorista tavoitteellisena interpersonaalisen viestintänä. (Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 205–206.) Vaikka huumoria on tutkittu suhteellisen paljon viestintätieteellisestä näkökulmasta, tutkimus kattaa vasta pienen osan huumorin esiintymiskentästä (Lynch 2002, 423).

Huumoritutkimus on tarkastellut huumoria kaiken kaikkiaan hyvin erilaisista lähtökohdista ja kiinnittänyt huomiotaan huumorin eri aspekteihin ja eri osiin huumoriprosessia. Huumoria on tutkittu lisäksi hyvin monenlaisissa viestintätilanteissa ja -konteksteissa. Suosittuja alueita ovat olleet muun muassa opetusviestintä, terveysviestintä, politiikka, parisuhdeviestintä, työelämän (ryhmä)viestintä, johtamisviestintä sekä mainonta. Sisällöllisen monimuotoisuuden lisäksi huumoritutkimuksen metodologia on kirjava, ja huumoritutkimuksessa on hyödynnetty hyvinkin erilaisia aineistoja. (Ks. esim. Holm 2002.)

Tässä tutkimuksessa huumoria lähestytään viestintätieteellisestä näkökulmasta. Tutkimus sijoittuu retorisen tutkimuksen ja huumorin sosiaalisia funktioita kartoittavan tutkimusperinteen välimaastoon, koska tutkimuksen tavoitteena on kuvata ja analysoida sekä talk show -haastatteluissa esiintyviä huumori-ilmauksia että huumorin merkitystä haastattelutilanteen vuorovaikutuksen ja viihteellisyyteen pyrkivän luonteen kannalta.

4.3 Huumorin funktiot ja merkitys

Huumori on tärkeä osa ihmisyyttä ja inhimillistä kulttuuria, ja sillä on merkittävä rooli ja monenlaisia tehtäviä jokapäiväisessä elämässä ja vuorovaikutuksessa. Vaikka huumorin tuottamis- ja tunnistamistapoja ymmärretään vielä huonosti ja monet yksilölliset tekijät vaikuttavat huumoriprosesseihin, joitain huumorin yleisiä tehtäviä voidaan identifioida. (Foot 1997, 264, 282; Graham, Papa & Brooks 1992, 161; Miczo 2004, 211; Meyer 2000, 316; Wyer & Adaval 2003, 300.) Seuraavassa esitellään huumorin funktioita viestinnässä ja vuorovaikutuksessa sekä pohditaan huumorin merkitystä erityisesti yksilöiden, ryhmien ja vuorovaikutustilanteiden kannalta.

Foot (1997, 264–271) jakaa huumorin funktiot kuuteen luokkaan, jotka ovat 1) tiedon etsiminen, 2) tiedon jakaminen, 3) interpersonaalinen kontrollointi, 4) ryhmien sisäinen ja ulkoinen kontrollointi, 5) ahdistuneisuuden ja pelkojen hallinta sekä 6) statuksen muuttaminen ja vahvistaminen.

Huumoria voidaan käyttää *tiedon etsimiseen*. Huumorin avulla voidaan tyydyttää sosiaalista uteliaisuutta ja pyrkiä esimerkiksi selvittämään, millaisia mielipiteitä ja asenteita toisilla on. Huumori tarjoaakin usein tietoa ihmisistä sekä heidän suhtautumisestaan muihin ihmisiin ja asioihin. Huumorin avulla voidaan lisäksi pyrkiä selvittämään, miten muut ihmiset reagoivat meihin. (Foot 1997, 264–265.)

Huumorin tehtävät voivat liittyä myös *tiedon jakamiseen*. Huumorin avulla voidaan paljastaa itsestä uusia puolia ja antaa toisille tietoa itsestä, omista arvostuksista ja uskomuksista. Huumorin varjolla voidaan paljastaa myös omia motivaatioita, pelkoja ja tarkoituksia sekä ilmaista seksuaalista kiinnostusta ja muita tunteita. Huumorin avulla voidaan pyrkiä antamaan itsestä positiivinen vaikutelma ja etsiä hyväksyntää. Huumoria voidaan käyttää myös osoittamaan, ettemme usko toisten tekopyhyyttä ja näennäisiä tarkoituseriä. Huumorin avulla voidaan lisäksi viestiä juuri päinvastainen asia kuin sanotaan. (Foot 1997, 264–266; ks. lisäksi Bippus 2003, 422.) Huumorin avulla voidaan sekä kiittää että moittia. Huumorilla voidaan lisäksi vähätellä toisia ja sanoa negatiivisia asioita, joita ei yleensä sanottaisi ilman huumoria. (Graham, Papa & Brooks 1992, 170.)

Huumori liittyy vahvasti myös *interpersonaaliseen kontrollointiin*. Huumori tarjoaakin välineen sekä toisten ihmisten ja tilanteiden että keskustelun kontrolloimiseen. Huumori voi edistää ystäväystymistä, ja sen avulla voidaan ilmaista ystävällisiä tarkoituseriä sekä yhteyden tunnetta. Huumori voi olla myös vihamielisyyden ilmaus ja toimia välineenä verbaalisesti aggressiivisten viestien lähettämisessä. Sellaisenaan se on kenties ainoa sosiaalisesti hyväksyty tapa ilmaista, ettei pidä toisesta. Huumorilla voidaan myös kontrolloida vuorovaikutusta ja esimerkiksi muuttaa keskustelun sävyä tai puheenaihetta. Huumorilla voidaan lisäksi kiistää sanomisien vakava tarkoitus, vetäytyä vastuusta ja vältellä itsestä kertomista esimerkiksi siirtämällä huomio johonkin toiseen asiaan. (Foot

1997, 266–268; ks. lisäksi Bippus 2003, 422; Graham, Papa & Brooks 1992, 170; Preiss, Gayle & Martin 2002, 7–8.) Huumorin avulla voidaan lisäksi pitää yllä sosiaalista järjestystä nauramalla väärin toimineille (Meyer 2000, 314–315; Miczo 2004, 211).

Monet huumorin tehtävistä ovat myös yhteydessä *ryhmien sisäiseen ja ryhmien väliseen kontrollointiin*. Huumorin avulla voidaan pyrkiä saavuttamaan ryhmän tehtävä- ja suhdekeskeisiä tavoitteita. Huumori voi ilmentää moraalialia, ja se voi olla apuna konfliktien ratkomisessa. Huumorin tehtävänä voi olla myös ryhmän lujittaminen, kollektiivisen itsetunnon sekä koheesion vahvistaminen, normien ja ryhmäläisten roolien selkeyttäminen sekä oman ryhmän rajojen luominen ja vahvistaminen suhteessa ulkoiseen maailmaan ja muihin ryhmiin. (Foot 1997, 268–269; ks. lisäksi Bippus 2003, 414; Graham, Papa & Brooks 1992, 166–167.) Huumorin avulla voidaan myös opettaa uusille ryhmäläisille yhteisiä normeja osoittelemalla ja nauramalla sääntöjä rikkoville (Lynch 2002, 436).

Monet huumorin funktiot liittyvät myös *ahdistuneisuuden ja pelkojen hallintaan*. Huumorin avulla voidaan välttää kasvoihin kohdistuvaa uhkaa, vähentää epävarmuutta ja muuttaa negatiivisia tunteita positiivisiksi. Huumorin avulla voidaan esimerkiksi yrittää lievittää epämukavuutta ja kiusautuneisuutta ja selvitä nolostumisesta ja häpeästä vaikkapa valheesta kiinnijäämisen jälkeen. Huumorin tehtävänä on toimia varaventiilinä vaikeiden tunteiden ja asioiden käsittelyssä sekä vastoinkäymisissä ja konfliktitilanteissa. Huumori voi tuoda valoa tilanteeseen, ja sen avulla voidaan pyrkiä keventämään tylsää keskustelua, viihdyttämään muita, muuttamaan odottamisaikaa lyhemmäksi ja vähentämään stressiä. Huumori on myös luvallinen tapa vapautua turhautuneisuudesta ja vihamielisyydestä. (Foot 1997, 269–270; ks. lisäksi Bippus 2003, 413–420; Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 205.) Huumori voi myös toimia puolustusmekanismina ja jännityksen lieventäjänä (Graham, Papa & Brooks 1992, 166–170), ja sen varjolla voidaan verbalisoida valituksia sekä puhua vakavistakin asioista toista loukkaamatta (Bippus 2003, 417–418). Kaiken kaikkiaan huumori voi olla yksi tapa yrittää selviytyä elämästä ja löytää elämään mielekästä sisältöä (Alho 1988, 231).

Huumorille löytyy tehtäviä myös *statuksen muuttamisen ja vahvistamisen* parista. Huumori tekee valtarakenteita ja ennakkoluuloja näkyviksi ja toimii samalla sosiaalisten suhteiden heijastajana. Huumorin avulla voidaan kyseenalaistaa vallitsevia uskomuksia ja totuuksia, arvostella yhteiskunnan epäkohtia ja horjuttaa hallitsevia valtarakenteita. Huumoria käytetään myös tavanomaisista ajatuksista ja kaavoista vapautumiseen. Huumorin avulla voidaan pyrkiä vapautumaan moraalisisista estoista, kielen rajoitteista, rationaalisuudesta sekä alemmuuden ja riittämättömyyden tunteesta. Huumorilla voidaan myös lujittaa vallitsevia stereotyyppioita. Paradoksaalista kyllä huumori voi täten myös vahvistaa kapeakatseista ajattelua ja jo olemassa olevia arvoja, valtaa ja ideologiaa. Kaiken kaikkiaan huumorin sidokset valtaan ja vallankäyttöön ovat ilmeiset. (Foot 1997, 270–271; ks. lisäksi Alho 1988, 31; Herkman 2000, 377–378; Lynch 2002, 43.)

Huumorin tehtävät voidaan ryhmitellä myös toisella tavalla. Esimerkiksi Meyer (2000, 310) ehdottaa, että huumorilla on neljä perustehtävää viestinnässä. Hänen mukaansa huumorilla on 1) samastava funktio (identification humor function), 2) selventävä funktio (clarification humor function), 3) pakottava funktio (enforcement humor function) sekä 4) erottava funktio (differentiation humor function) (Meyer 2000, 318–323).

Samastavalla funktiolla tarkoitetaan esimerkiksi sitä, että ihmiset pyrkivät huumorin avulla parantamaan ryhmäkoheesiota, kohottamaan puhujan luotettavuutta ja vähentämään epävarmuutta. *Selventävällä huumorin funktiolla* tarkoitetaan puolestaan sitä, että ihmiset sisällyttävät huumoria viestintäänsä, jotta siitä tulisi paremmin muistettavaa ja täten vaikuttavampaa. Huumorilla voidaan myös selventää sosiaalisia normeja. *Huumorin pakottavalla funktiolla* tarkoitetaan toimintaa, jossa huumorin avulla opetetaan toisille sosiaalisia normeja ja pakotetaan heidät käyttäytymään niiden mukaan. *Erottavalla huumorin funktiolla* viitataan puolestaan huumorin käyttöön, jonka perimmäisenä syynä on halu erottua vastustajista, halu erottaa omat näkemykset vastustajan näkemyksistä ja halu erottaa oma ryhmä muista ryhmistä. Huumorin pakottava funktio voi olla toisinaan melko rajukin, sillä silloin viestintä voi olla loukkaavaa, mutta huumori tekee siitä suvaittavaa. (Meyer 2000, 318–323.)

Edellistä nelijaottelua soveltaen huumorilla voidaan ajatella olevan kaksi tehtävää: asioiden ja ihmisten yhdistäminen sekä asioiden ja ihmisten erottaminen (unification and division). Huumorin funktioita voidaan pitää siinä mielessä jopa paradoksaalisina, että samastava ja selventävä huumorin funktio voivat yhdistää ihmisiä samaan aikaan kun pakottava ja erottava huumorin funktio erottavat ihmisiä. Huumori voi esimerkiksi yhdistää ryhmää ja lisätä luottamusta ryhmän sisällä ja samalla erottaa ryhmää ulkopuolisista, luoda kitkaa ja konflikteja. (Meyer 2000, 310, 316–317, 323.)

Kun tutkailee hieman tarkemmin kirjallisuudessa mainittuja huumorin funktioita, alkaa näyttää siltä, että huumori on yksi tapa, jolla viestinnän yleisiä funktioita toteutetaan jokapäiväisessä vuorovaikutuksessa. Huumorin ja muun viestinnän funktiot ovatkin huomattavalta osalta samoja. Esimerkiksi Step ja Finucane (2002) jakavat viestinnän yleiset motiivit viiteen luokkaan, joista kaikkien voidaan ajatella liittyvän myös huumorin käyttöön. Heidän määrittelemiään viestinnän perusfunktiota mukailleen huumorin funktiot voisivat näyttää esimerkiksi seuraavilta: 1) viihtyminen, ajanviete ja rentoutuminen (enjoyment), 2) ongelmista puhuminen ja tunteiden purkaminen (inclusion), 3) työstä ja paineista vapautuminen (escape), 4) kiintymyksen osoittaminen ja kannustaminen (showing affection) sekä 5) kontrollointi ja toisten käskeminen (control).

Kuten kaiken viestinnän, myös huumorin funktiot voidaan jakaa ainakin teoreettisesti sekä tehtävä- että suhdetason mukaan. Tehtäväkeskeinen viestintä sisältää sellaisia toimintoja, jotka auttavat mahdollisimman laadukkaan tavoitteen saavuttamisessa. Suhdekeskeisellä viestinnällä tarkoitetaan puolestaan esimerkiksi taitoa mukautua tilanteeseen ja rakentaa avointa viestintäilmapiiriä. Myös huumorin avulla voidaan esimerkiksi kysyä jotain (tehtäväkeskeinen funktio) tai vaikkapa loukata (suhdekeskeinen funktio). Esimerkiksi Keytonin (1999, 213) mukaan huumoritutkimuksessa on kiinnitetty liian vähän huomiota ryhmien suhdekeskeiseen viestintään. Tämä on hänen mielestään valitettavaa, sillä huumori on hänen mielestään tärkeä tiedonlähde koskien erilaisissa ryhmissä vallitsevia suhteita.

Yhteenvedona voidaan todeta, että huumoria sisällytetään viestintään monissa eri tarkoituksissa (Meyer 2000, 311). Monien huumoritutkijoiden mukaan lähettäjän intentio

määrittelee viime kädessä huumorin funktion. Useat funktiot, joita huumorilla ajatellaan tällä hetkellä olevan, perustuvat kuitenkin vastaanottajien käsityksiin ja arvailuihin. (Bippus 2003, 416; Miczo 2004, 211.) Tämä on toisaalta ymmärrettävää, sillä loppujen lopuksi yleisö päättää, miten viesti tulkitaan ja mitä tehtävää huumori palvelee (Meyer 2000, 311).

Luokiteltiinpa huumorin funktiot miten tahansa, ne ovat aina läheisessä yhteydessä huumorin merkitykseen. Huumorin merkitystä voidaan lähestyä ainakin yksilöiden, ryhmien ja vuorovaikutustilanteiden kannalta. Koska ihmiset tulkitsevat maailmaa eri tavoin, huumorin merkitys vaihtelee eri tilanteissa ja eri yleisöjen keskuudessa ja huumorin käyttöön liittyy myös riskejä. Huumori voidaankin ymmärtää väärin, ja se voi johtaa myös ei-toivottuihin tuloksiin. (Berger 1995, 5; Meyer 2000, 316; Preiss, Gayle & Martin 2002, 6.) Koska huumorilla voi olla missä tahansa tilanteessa sekä positiivisia että negatiivisia seurauksia, huumorin käyttö on kaiken kaikkiaan todella haastavaa (Bippus 2003, 416).

Huumorilla on esitetty usein olevan positiivisia fysiologisia, psyykkisiä ja sosiaalisia vaikutuksia. Huumorilla voi olla esimerkiksi sekä fyysistä että psyykkistä terveyttä ja hyvinvointia edistävä merkitys, sillä huumorin on esitetty vähentävän stressikokemuksia ja vihamielisyyden tunteita. Huumori voi myös lisätä toivoa ja auttaa ihmisiä käyttämään positiivisia selviytymisstrategioita negatiivisten sijaan. (Abel 2002, 375; Foot 1997, 275–281; Miczo 2004, 214; Vilaythong, Arnau, Rosen & Mascaro 2003, 79.)

Vaikka huumorilla ja naurulla ei ole välttämätöntä yhteyttä toisiinsa (Bremmer & Roodenburg 1997, 2; Foot 1997, 271; Haakana 1996, 151–153), on tässä yhteydessä syytä mainita myös muutamia terveyteen liittyviä seikkoja, joita naurulla – ja tätä kautta huumorilla – ajatellaan olevan. Usein esitettyjä väitteitä ovat esimerkiksi, että nauraminen piristää aivoja, lisää hengitystoimintaa, hapenottokykyä ja lihastoimintaa (toiset lihakset jännittyvät, toiset rentoutuvat), nostaa sydämen lyöntitiheyttä, panee veren kiertämään sekä vahvistaa immuunijärjestelmää. Joissakin tutkimuksessa on ehdotettu lisäksi, että nauru voi lievittää fyysistä kipua. Naurua pidetään kaiken kaikkiaan terveellisenä. Se on reaktio, joka rentouttaa elimistön ja käynnistää immuunijärjestelmän toiminnan jännitystilojen purkaantumisen jälkeen. (Heikkinen 2000, 22–23; Lynch 2002, 427.)

Monet huumorin tehtävistä liittyvät yksilön sisäisen maailman ja tunnetilojen käsittelyyn, ja huumori voikin auttaa käsittelemään vaikeita asioita sekä puhumaan tabuina pidetyistä aiheista. Huumori voi viihdyttää ja tuoda iloa elämään, edistää ystävystymistä, lievittää epämukavuutta ja kiusautuneisuutta ja jopa auttaa välttämään aggressioita. (Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 205; Foot 1997, 266–270; Vilaythong ym. 2003, 80; Wyer & Adaval 2003, 300.) Huumorin avulla voidaan selvitä toisten arvostelusta, ja huumori voi auttaa hyvän itsetunnon ja minäkäsityksen ylläpitämisessä (Foot 1997, 281). Huumori voi lisäksi auttaa esimerkiksi työssä jaksamisessa ja tehdä työskentelystä mielekkäämpää (Graham, Papa & Brooks 1992, 167; Holm 2002).

Huumorilla on tärkeä merkitys myös ryhmien kannalta. Monissa tutkimuksissa onkin esitetty, että huumori on nimenomaan sosiaalinen ilmiö – nauravathan ihmiset enemmän ryhmässä kuin yksin (Foot 1997, 264; Meyer 2000, 310–311). Huumori voi esimerkiksi vahvistaa ryhmän yhteishenkeä, parantaa ilmapiiriä, estää ikävystymästä, poistaa turhautuneisuutta sekä lisätä motivaatiota, ryhmän kiinteyttä, ryhmään sitoutumista ja työtyytyväisyyttä. Huumorin avulla voidaan lisäksi ratkoa konflikteja ja nostaa pieniä ongelmia keskusteluun ennen kuin ne muuttuvat isoiksi. (Bippus 2003, 414; Foot 1997, 268–269; Graham, Papa & Brooks 1992, 166; Holm 2002.)

Huumorintaju on piirre, jota arvostetaan useissa ryhmissä ja esiintyjissä. Huumorintajulla voi olla merkitystä esimerkiksi arvioitaessa toisten sosiaalista viehättävyyttä. (Andersen & Guerrero 1998, 322–323; Gruner 1985, 142; Kerkkänen 2003, 38.) Onnistunut huumori voi esimerkiksi lisätä kuulijoiden positiivisia reaktioita puhujaa kohtaan, kohottaa puheen kiinnostavuutta, aktivoida vuorovaikutusta sekä synnyttää keskustelua puhujan ja yleisön välillä. Huumoria taitavasti käyttävä, mukauttava ja tunnistava ihminen saattaa selviytyä kaiken kaikkiaan muita paremmin erilaisissa vuorovaikutustilanteissa. (Graham, Papa & Brooks 1992, 172; Gruner 1985, 142–143; Lynch 2002, 432.)

Humoristiset sanavalinnat herättävät usein huomiota, ja ne saattavat täten olla vaikuttavampia (Meyer 2000, 319–320). Kaksitulkintaiset sanonnat saattavat jopa parantaa viestinnän ymmärrettävyyttä (Kankaanpää 2004, 20). Huumorilla saattaa kaiken kaikkiaan

olla merkitystä viestinnän muistettavuuteen ja vaikuttavuuteen ja sitä kautta esimerkiksi oppimiseen (Foot 1997, 279–281; Meyer 2000, 310).

Huumoria on lähestytty usein positiivisena viestinnän ominaisuutena, joka tuottaa hyväksyntää ja auttaa tavoitteiden saavuttamisessa (Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 206; Vilaythong ym. 2003, 81). Huumori ei kuitenkaan ole aina leikkimielistä hauskuuttamista ja huvittamista, vaan sen perimmäisenä tarkoituksena saattaa olla jopa toisten loukkaaminen (Miczo 2004, 210; Vangelisti 1994, 61). Tämä on valitettavaa, sillä huumori tuntuu usein tekevän esimerkiksi kiusaamisesta sosiaalisesti hyväksyttävää: mitä tahansa saa esittää leikin varjolla (Graham, Papa & Brooks 1992, 164). Myös muuntyyppisiä humoristiseen muotoon puettuja vihamielisyyden ilmauksia pidetään yleisesti hyväksyttävinä (Foot 1997, 266–268; Lynch 2002, 427).

Huumoriin liittyy paljon voimaa ja julmuutta (Kinnunen 1994, 29). Vääränlaiseen, ilkeään, raakaan ja loukkaavaan huumoriin liittyy kaiken kaikkiaan monia ongelmia, sillä on aivan eri asia nauraa toisten kanssa kuin toisille. Huumorin varjopuolena voidaankin pitää esimerkiksi sukupuoliin kohdistuvaa tasa-arvottomuutta, seksuaalisesti loukkaavia vitsejä, vammaisiin kohdistuvaa huumoria sekä rasismia. Huumorin avulla voidaan lisäksi kontrolloida vuorovaikutusta sekä painostaa toisia. (Albrecht 1999, 67; Foot 1997, 265–268; Preiss, Gayle & Martin 2002, 8–10.)

Humorististen stereotyyppien avulla voidaan nauraa vähemmistöille ja alistetuille ryhmille ja vahvistaa samalla vakiintuneita ennakkoluuloja (Herkman 2000, 381–382; Vandaele 2002, 246–247; Wyer & Adaval 2003, 302). Koska huumori voi tehdä henkisestä ja fyysisestä väkivallasta hyväksyttävää, huumoria voidaan pitää koko yhteiskunnan kannalta ongelmallisena. Esimerkiksi väkivallan esittäminen ja levittäminen humoristisiin sarjakuviin ja televisio-ohjelmiin kätkeytyneinä kuvastaa hyvin huumorin negatiivisia merkityksiä sosiokulttuurisessa todellisuudessa. (Potter & Warren 1998, 40–41.)

Huumori voi heikentää viestinnän tehokkuutta, häiritä keskittymistä ja keskustelun aiheessa pysymistä sekä aiheuttaa ajankäyttöön liittyviä ongelmia. Humoristinen viesti saattaa myös

heikentää sanoman ja sen esittäjän uskottavuutta sekä aiheuttaa väheksyvää asennetta, sillä hauskoja ihmisiä ei oteta aina vakavasti. Varsinkin itseään väheksyvä huumorin esittäjä voidaan kokea epäluotettavana. Huumori ei myöskään aina paranna ilmapiiriä vaan saattaa sitä vastoin jopa aiheuttaa ahdistusta. (Booth-Butterfield 2002, 62–63; Gruner 1985, 142.)

Huumori on kaiken kaikkiaan merkityksellinen vuorovaikutusilmiö, ja sillä on monesti ratkaiseva merkitys koko vuorovaikutustilanteen muotoutumiselle ja siitä tehtäville tulkinnoille. Koska huumori voi olla joko ystävällistä, kilttiä ja miellyttävää tai kyynistä ja ilkeää, huumori vaikuttaa yksilön sisäiseen ja ulkoiseen todellisuuteen usein kaksiteräisen miekan tavoin (Meyer 2000, 316–317, 328–329). Huumorin merkitystä ei voidakaan viime kädessä yleistää suoraviivaisesti: huumori ei aina esimerkiksi huvita ja naurata – ainakaan kaikkia (Herkman 2000, 381; Wyer & Adaval 2003, 302). Esimerkiksi Gruner (1985, 144) päätyykin toteamaan, että relevantti huumori voi olla toisinaan vaikuttavaa, mutta näin ei ole välttämättä aina. Vastaavasti huumori voi joko tehdä tai olla tekemättä puheesta muistettavamman (Gruner 1985, 144). Myös huumorin merkityksestä esimerkiksi oppimistilanteen kannalta on saatu hyvinkin erilaisia ja jopa vastakkaisia tuloksia (ks. esim. Daly & Vangelisti 2003, 894–895).

Huumorin merkityksen määrittäminen ja vaikutusten hahmottaminen on ongelmallista, sillä ihmiset tuottavat ja tulkitsevat huumoria eri tavoilla. Huumorin merkitys riippuukin aina siitä, keneltä asiaa kysytään. (Berger 1995, 5; Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 206; Foot 1997, 264; Meyer 2000, 316.) Lisäksi huumorin onnistumista, tehokkuutta ja tarkoituksenmukaisuutta on puntaroitava aina kulloisenkin kontekstin mukaan, sillä erilaiset puhujat, yleisöt, tilanteet, puhujan ja yleisön suhteet sekä puheenaiheet sanelevat viime kädessä huumorin vaikutuksen (Bremmer & Roodenburg 1997, 3; Lynch 2002, 443; Herkman 2000, 375). Vaikeudestaan huolimatta huumorin merkityksen ja tehtävien tutkiminen on tärkeää, sillä vaikka maailma ei konkreettisesti muutu, kun joku kokee sen humoristisena, huumorilla voi olla kokijalleen ainutlaatuinen merkitys (Alho 1988, 262).

Huumorin funktioita ja merkitystä on tutkittu suhteellisen vähän erilaisissa keskustelutilanteissa, televisioituissa talk show -haastatteluissa sitäkin vähemmän (ks.

esim. Graham, Papa & Brooks 1992, 177; Haakana 1996, 143). Koska talk show -ohjelmat pyrkivät monella tapaa viihteellisyyteen (Munson 1993, 7, 63; Tolson 1991, 178), huumorilla voidaan kuitenkin arvella olevan myös talk show -haastatteluissa monenlaisia tehtäviä. Monet näistä tehtävistä liittyvät lähinnä haastattelutilanteen vuorovaikutuksen säätelyyn ja esimerkiksi avoimen keskusteluilmapiirin rakentamiseen, mutta huumorilla lienee merkitystä myös koko ohjelman viihteellisyyteen pyrkivän luonteen kannalta.

Koska huumori on kontekstisidonnaista (Lynch 2002, 443), myös huumorin funktioiden voidaan ajatella olevan kontekstisidonnaisia. Näin ollen voidaankin arvella, että huumoria tuotetaan televisioituissa talk show -haastatteluissa ainakin osittain eri syistä kuin vaikkapa ystävyysuhteissa tai mainoksissa. Esimerkiksi Footin (1997, 264) mukaan huumorille löytyy kuitenkin kaikissa viestintäkonteksteissa mielekkäitä tehtäviä ja tarkoituksenmukainen rooli.

4.4 Verbaalinen ja nonverbaalinen huumori

Viestintä voidaan jakaa verbaaliseen ja nonverbaaliseen viestintään, vaikkakin se on usein käytännössä molempia (Andersen 1999, 2; Burgoon & Bacue 2003, 209). Verbaalinen viestintä perustuu kielenkäyttöön ja arbitraarisesti eli mielivaltaisesti sovittuihin symboleihin, jotka kantavat merkityksiä. Tällaisia sovittuja symboleja ovat esimerkiksi puhutut ja kirjoitetut sanat sekä matemaattiset symbolit. Nonverbaalisella viestinnällä viitataan sen sijaan kaikkiin kielenulkoisiin tapoihin viestiä. Toisin sanoen nonverbaalinen viestintä on muilla keinoilla kuin vaikkapa sanojen välityksellä tapahtuvaa viestintää. (Andersen 1999, 2–5; Hecht, DeVito & Guerrero 1999, 5; Knapp & Hall 2002, 5.)

Nonverbaalinen viestintä voidaan jakaa neljään luokkaan: 1) parakieleen, 2) kinesiikkaan, 3) proksemiikkaan sekä 4) artefakteihin. *Parakieleen* eli äänen piirteisiin liittyvä nonverbaalinen viestintä sisältää kaikki puheeseen kuuluvat ei-kielelliset ainekset. Tällaisia ovat esimerkiksi äänenlaatu, äänensävy ja äänenpainot, puhenopeus ja -rytmi, sävelkorkeus, änkytys, tauotus, huokailu, nauru, itku sekä erilaiset äännähdykset. *Kinesiikkaan* kuuluvat puolestaan katseeseen ja kosketukseen liittyvät seikat sekä ilmeet, eleet, liikkeet ja asennot.

Proksemiikkaan kuuluvat tilankäyttö, tilaan sijoittautuminen, istumajärjestys, etäisyys sekä spatiaalinen orientaatio (ollaanko esimerkiksi kasvokkain, selin vai sivuttain). *Artefakteilla* viitataan puolestaan vaatetukseen, kampaukseen ja koruihin: kaikkeen rekvisiittaan, mitä ihminen kantaa mukanaan. (Andersen 1999, 35–49, 69–71; Hecht, DeVito & Guerrero 1999, 7–8; Knapp & Hall 2002, 7–10.) Tärkeimpinä nonverbaalisina viestintäkanavina pidetään yleensä kasvoja, äänen piirteitä sekä vartalon liikkeitä (Andersen 1999, 137–139).

Siinä missä kieli on arbitraarinen, epäsuora ja symbolinen pääasiassa kulttuuriin perustuva systeemi, joka täytyy opetella, nonverbaalinen viestintä on luonnollista, suoraa, spontaania ja pääasiassa biologiaan perustuvaa. Nonverbaalinen viestintä on verbaaliseen viestintään verrattuna suhteellisen universaalia tai ainakin kulttuurirajoja ylittävää. Nonverbaalinen viestintä on lisäksi jatkuvampaa kuin verbaalinen viestintä, eikä sitä voida jakaa morfeemien kaltaisiin kielellisiin yksiköihin. (Andersen 1999, 6, 15–28.)

Verbaalisen ja nonverbaalisen viestinnän erottamista pidetään yleensä mahdottomana (Knapp & Hall 2002, 5). Siitä huolimatta verbaalisella ja nonverbaalisella viestinnällä voidaan ajatella olevan – ainakin teoreettisesti – erilaisia viestintätehtäviä. Verbaalinen viestintä sopii hyvin esimerkiksi loogisten ja kognitiivisten viestien välittämiseen, kun taas nonverbaalisen viestinnän avulla voidaan esimerkiksi ilmaista tunteita, luoda identiteettiä ja vaikutelmia, tuoda esiin persoonallisuutta sekä paljastaa asennoitumista keskustelun aiheeseen, keskustelukumppaneihin ja vuorovaikutustilanteeseen yleensä. Nonverbaalisella viestinnällä toteutetaan lisäksi erilaisia sosiaalisia rituaaleja. (Andersen 1999, 6, 15–28, 158–159; Burgoon & Bacue 2003, 208; Hecht, DeVito & Guerrero 1999, 9–13.)

Vaikka nonverbaalinen viestintä ei ole useinkaan yhtä tarkoituksellista ja tietoista kuin verbaalinen viestintä, se vaikuttaa aina verbaalisen viestinnän tulkintaan. Itse asiassa nonverbaalista viestintää uskotaan usein viime kädessä, jos se on ristiriidassa verbaalisen viestinnän kanssa. (Andersen 1999, 1–2; Burgoon & Bacue 2003, 179; Burgoon, Buller & Woodall 1996, 136–139; Hecht, DeVito & Guerrero 1999, 4.) Verbaalinen ja nonverbaalinen viestintä toimivat aina yhteistyössä, mutta niiden keskinäinen suhde voi vaihdella. Nonverbaalinen viestintä voi esimerkiksi toistaa, kumota, vahvistaa, korvata,

säädellä, täydentää tai selventää verbaalista viestintää. (Andersen 1999, 69–71; Burgoon, Buller & Woodall 1996, 158; Knapp & Hall 2002, 12–18.)

Haastattelutilanteiden vuorovaikutus perustuu keskeisesti verbaaliseen viestintään (sanoihin, niiden kielelliseen merkitykseen ja tulkintaan), mutta myös nonverbaalisella viestinnällä on olennainen rooli haastattelujen muotoutumisessa (Hirsjärvi & Hurme 2000, 48–49). Verbaalisella ja nonverbaalisella viestinnällä voidaankin ajatella olevan monenlaisia tehtäviä haastattelutilanteen vuorovaikutuksessa. Verbaalisen viestinnän avulla voidaan esimerkiksi kysyä kysymyksiä ja antaa vastauksia, ja nonverbaalisen viestinnän avulla voidaan esimerkiksi osoittaa keskusteluun osallistuminen ja siitä poistuminen sekä puheenvuorojen ja -aiheiden vaihtuminen. Nonverbaaliset vihjeet voivat auttaa lisäksi selkeyttämään roolijakoa, ja niiden avulla voidaan välittää palautetta ja määritellä vuorovaikutuksen luonnetta. (Burgoon & Bacue 2003, 192–193; O’Donnell-Trujillo & Adams 1983, 176–179, 189.)

Koska kaikki huumori on pohjimmiltaan viestintää (Lynch 2002, 423), myös huumori voi ilmetä sekä verbaalisesti että nonverbaalisesti. Toisin sanoen huumori voidaan jakaa sekä verbaaliseen että nonverbaaliseen huumoriin, vaikkakaan niiden erottaminen ei ole aina käytännössä mahdollista. Esimerkiksi Miczon (2004, 210) mukaan huumorin määrittelyyritysten tulisikin sisältää aina sekä verbaalisen että nonverbaalisen huumorin aspektit.

Huumori voi ilmetä *verbaalisesti* esimerkiksi sanaleikkeinä tai kekseliäänä, värikkäänä ja älykkäänä kielenkäyttönä. Myös verbaaliset virheet voivat naurattaa keskusteluun osallistujia. (Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 211–212.) Kielelliset näppäryydet sekä varsinaiset kaskut, vitsit ja pilalaulut voivat ilmentyä sekä puhuttuina että kirjoitettuina. Ne perustuvat usein sanojen monimerkityksellisyyteen, ja niiden kaksitulkintaisuus tarjoaa oivaltamisen iloa (Kankaanpää 2004, 20). Verbaalista huumoria tuotetaan paljon esimerkiksi stand up -komiikan, sarjakuvien, kirjallisuuden sekä äänielokuvien tarpeisiin.

Huumorin tuottamisessa hyödynnetään myös *nonverbaalisia* merkkijärjestelmiä: tiettyjä eleitä, liikkeitä, kasvojen ilmeitä, puhetapoja sekä äänenpiirteitä (Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 211–212). Nonverbaalinen viestintä voi olla sinällään huumoria tai se voi saada humoristisen merkityksen verbaalisen viestinnän yhteydessä. Nonverbaalisella viestinnällä voidaan myös vahvistaa verbaalisen viestinnän humoristisuutta tai muuttaa verbaalisesti neutraali viestintä huumoriksi. Esimerkiksi vitsin kertominen liioitellun vakavalla äänellä, liioitellun hitaasti tai julkisuudesta tunnetun henkilön ääntä matkimalla voi lisätä tilanteen humoristisuutta.

Esimerkiksi mykkäelokuvien huumori perustuu välitekstejä lukuun ottamatta kokonaan nonverbaaliselle viestinnälle. Mykkäelokuvien huumori näyttää perustuvan pitkälti kineettiseen maailmaan ja rakentuvan eritoten suhteettomuuden ja liioittelun varaan, ja humoristinen vaikutelma voi syntyä esimerkiksi kaatuilemisesta, kompuroinnista, ilmeilystä, esineiden heittelystä ja hassusta järjestyksestä. (Alho 1988, 209–210, 216.) Nonverbaalista huumoria esiintyy myös visuaalisen kulttuurin kentällä ja esittävisissä taiteissa, ja esimerkiksi pilapiirroksat hyödyntävät verbaalisen viestinnän lisäksi nonverbaalista viestintää (ks. esim. Kerkkänen 2003, 19; Ylönen 1995).

Sen lisäksi, että huumoria tuotetaan ja havaitaan sekä verbaalisesti että nonverbaalisesti, huumoria merkitään verbaalisten ja nonverbaalisten vihjeiden avulla. Aikaisemmissa huumoritutkimuksissa on esitetty, että huumori on osoitettava jollakin tapaa vuorovaikutuksessa – ainakin silloin kun sen halutaan sujuvan –, sillä muuten viestinnän osapuolet eivät voisi koskaan tietää, milloin jokin on tarkoitettu tai tulkittu huumoriksi. (Haakana 1996, 147–156; Miczo 2004, 211.)

Vihje viestinnän humoristisuudesta voidaan antaa sekä verbaalisesti (”seuraava on vitsi”) että nonverbaalisesti; yleisimmin vihje on nonverbaalinen. Nonverbaalisia vihjeitä viestinnän humoristisuudesta ovat esimerkiksi äänen muuntaminen, kuten äänensävy tai puhenopeuden vaihtaminen, nauru, hymy sekä tiettytyyppiset ilmeet, eleet ja liikkeet. (Haakana 1996, 148–156; Meyer 2000, 311; Miczo 2004, 211; Mulkay 1988, 46–47.) Myös

kuulijat nauravat merkitäkseen, mitä he tulkitsevat huumoriksi (Foot 1997, 271–275; O’Donnell-Trujillo & Adams 1983, 181).

Huumorin merkitseminen ei ole todellisessa elämässä yhtä yksioikoista kuin edellisestä saattaisi käsittää, vaan oikeassa vuorovaikutuksessa on usein vaikea päätellä, onko keskustelukumppani tosissaan vai ei (Mulkay 1988, 47). Huumorin merkitseminen huumoriksi onkin optimitapaus, eikä sitä tehdä aina esimerkiksi ääntä muuntamalla tai nauramalla (Haakana 1996, 155). Lisäksi on huomattava, että esimerkiksi äänen muuntaminen tai nauru ei ole aina vihje viestinnän humoristisuudesta, sillä kaikki nauru ei liity huumoriin eikä kaikkeen huumoriin liity naurua (Bremmer & Roodenburg 1997, 2; Foot 1997, 271; Haakana 1996, 151–153). Se, onko esimerkiksi äänen muuntaminen tai nauru merkki huumorista, selviää useimmiten keskusteluyhteydestä (Haakana 1996, 151).

Huumorin merkitsemistä hankaloittaa, että kaikkeen viestinnän tuottamiseen ja tulkintaan vaikuttaa aina joukko kulttuurisia, tilanteeseen liittyviä sekä yksilöllisiä tekijöitä (Andersen 1999, 104, 128–129; Burgoon & Bacue 2003, 183–186; Wyer & Adaval 2003, 314; Wyer & Gruenfeld 1995, 10–21). Tämän lisäksi tulkintaa viestinnän humoristisuudesta hankaloittaa, että nonverbaalinen viestintä vaihtelee asteittain: esimerkiksi hymy voi olla joko pieni huulten kohotus tai leveä virnistys (Andersen 1999, 4). Vaikka verbaaliset ja nonverbaaliset vihjeet viestinnän humoristisuudesta ovat näin ollen monitulkintaisia, ne vaikuttavat väistämättä huumorin tunnistamiseen ja auttavat usein ratkaisemaan, onko viesti lähetetty vakavissaan (Haakana 1996, 148–151).

Huumori on kaiken kaikkiaan todella monitahoinen viestintä- ja vuorovaikutusilmiö. Koska huumori voi ilmetä sekä verbaalisesti että nonverbaalisesti, sen muodot ovat todella moninaiset. Myös televisioituissa talk show -haastatteluissa esiintyvä huumori voidaan jakaa sekä verbaaliseen että nonverbaaliseen huumoriin, sillä televisio yhdistelee audiovisuaalisena viestintävälineenä sekä äänen että kuvan tallennus- ja lähetystekniikoita. Koska televisioituissa talk show -haastatteluissa esiintyvää huumoria on tutkittu toistaiseksi hyvin vähän, huumorin yhteyksistä verbaaliseen ja nonverbaalisiin merkkijärjestelmiin ei ole kyseisessä kontekstissa juurikaan tietoa.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

5.1 Tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Tämän tutkimuksen tavoitteena on kuvata ja analysoida televisioituissa talk show -haastatteluissa esiintyvää huumoria. Tutkimuksessa pyritään siis selvittämään, millaista huumoria talk show -haastattelut sisältävät. Huumoria ja sen ilmenemismuotoja erittelemällä pyritään syventämään ymmärrystä huumorista monitahoisena vuorovaikutusilmiönä.

Huumorin oletetaan ilmenevän verbaalisessa ja nonverbaalisessa viestinnässä siten, että ulkopuolinen tutkija pystyy tekemään siitä havaintoja. Vaikka huumori käsitetään tiettyntyyppiseksi, havaittavissa olevaksi viestintäkäyttäytymiseksi, sen yhteyttä kokemuksiin ja henkilökohtaisiin merkityksenantoihin ei pyritä vähättelemään. Tätä vastoin huumoritutkimuksen myönnetään kietoutuvan väistämättä myös tutkijan subjektiviteettiin ja huumorin ymmärtämisprosesseihin.

Tutkimuksessa keskitytään tarkastelemaan talk show -haastattelijan humoristista viestintää, mutta haastattelujen vuorovaikutuksellisen luonteen vuoksi huomiota kiinnitetään myös haastateltavien reaktioihin. Keskittyminen nimenomaan haastattelijan viestinnän humoristisiin piirteisiin on mielekäästä, koska haastattelijalla on usein enemmän kokemusta televisioituista haastattelutilanteista ja hän on vastuussa haastattelujen onnistumisesta. Koska talk show -ohjelmien tavoitteena on olla viihdyttäviä (Munson 1993, 63; Tolson 1991, 178) ja viihdyttämisen vastuu on viime kädessä haastattelijalla (Brand & Scannell 1991, 216), hänen viestinnästään voidaan lisäksi olettaa löytyvän humoristisia piirteitä.

Tutkimuksessa tarkastellaan ainoastaan talk show -ohjelmien haastattelutilanteissa esiintyvää huumoria. Näin ollen kaikki muu ohjelman aines, kuten haastattelujen välissä esitettävät sketsit ja videoinsertit, jää tarkastelun ulkopuolelle. Rajaus on välttämätön, sillä esimerkiksi videoinsertit sisältävät hyvin eritasoisia materiaalia, jonka mukaan ottaminen

paisuttaisi tutkimusaineiston liian moninaiseksi. Keskittymällä vain yhdentyypisiin vuorovaikutustilanteisiin huumoria voidaankin kuvata tarkemmin ja ilmiöstä voidaan täten saada syvällisempää tietoa.

Tutkimuksessa pyritään selvittämään, millaista on talk show -haastattelijan humoristinen viestintä haastattelutilanteissa, joiden nähdään kantavan mukanaan sekä interpersonaalisen kohtaamisen että televisioesiintymisen ulottuvuuksia. Huumoria pyritään kuvaamaan erittelemällä haastattelijan verbaalista ja nonverbaalista viestintää huumoria sisältävien puheenvuorojen yhteydessä. Huomiota kiinnitetään lisäksi keskustelun aiheisiin ja kulkuun sekä humoristista ainesta sisältävien puheenvuorojen muotoon, tehtäviin, kohdistamiseen sekä sijoittumiseen haastattelun kulussa.

Tutkimus noudattaa monia kvalitatiiviselle eli laadulliselle tutkimukselle ominaisia piirteitä. Laadullisessa tutkimuksessa tutkimusongelmat ja -menetelmät voivat tarkentua tai jopa kokonaan muuttua tutkimuksen edetessä (Hakala 2001, 18). Myös tämän tutkimuksen tutkimuskysymykset ovat saaneet lopullisen muotonsa tutkimusprosessin edetessä. Tutkimuskysymykset ovat tarkentuneet seuraavaan muotoon tutkimusaineiston esihavainnoinnista ja taustakirjallisuudesta saadun esiyymmärryksen perusteella sekä tutkijan oman harkinnan myötä:

1. Millaista on haastattelijan humoristinen viestintä talk show -ohjelmien haastattelutilanteissa?
2. Millaisiin aiheisiin huumori liittyy?
3. Miten haastattelijan huumori ilmenee verbaalisesti ja nonverbaalisesti?
4. Millaisissa haastattelun kohdissa huumoria ilmenee?
5. Mitä tehtäviä huumoria sisältävillä puheenvuoroilla näyttää olevan?
6. Miten haastateltavat reagoivat haastattelijan huumoriin?

Koska tutkimuksen ensisijaisena tavoitteena on huumorin kuvaaminen, tutkimuskohdetta lähestytään laadullisen tutkimusotteen avulla. Tutkimus noudattaakin monilta osin laadullisen tutkimuksen lähtökohtia ja ihanteita. Laadullisen tutkimusotteen mukaisesti tämäkin työ on kiinnostunut todellisen elämän kuvaamisesta, luottaa ihmiseen tiedonkeruun instrumenttina ja pyrkii ymmärtämään tutkimuskohdettaan mahdollisimman syvällisesti yhteydessä sen luonnolliseen esiintymisympäristöön (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000,

152, 155; Silverman 2001, 32). Tutkimus sijoittuu laadullisen tutkimuksen kenttään myös sen vuoksi, että tutkimuksessa pyritään ymmärtämään ilmiötä kokonaisuudessaan, ei pelkästään siitä kerättyä numerodataa (Gaskell & Bauer 2000, 343). Tutkimuksen lähtökohtana on monitahoinen ja yksityiskohtainen tarkastelu, jonka aikana tutkija ei määrää, mikä on tärkeää, vaan käsittelee tapauksia ainutlaatuisina ja pitää yhtäkin tapausta kiinnostavana. Näin ollen tutkimuksessa ei aseteta hypoteeseja vaan tutkija pyrkii irrottautumaan tutkimuskohteeseen ja tutkimuksen tuloksiin kohdistuvista ennakkoletuksistaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 148, 155.)

Koska tutkimuksessa tarkastellaan ainoastaan yhdessä talk show -ohjelmassa esiintyviä haastattelutilanteita, tutkimuksen voidaan ajatella olevan myös hyvin lähellä tapaustutkimusta (case study). Toisaalta on esitetty, että oikeastaan kaikki laadullinen tutkimus on enemmän tai vähemmän tapaustutkimusta (Eskola & Suoranta 1999, 66; Metsämuuronen 2003, 171). Tapaustutkimukset voidaan jakaa kolmeen luokkaan, jotka ovat todellinen tapaustutkimus (intrinsic case study), instrumentaalinen tapaustutkimus (instrumental case study) sekä kokoava tapaustutkimus (collective case study). Näistä ensimmäisessä tutkitaan yhtä tapausta, toisessa tiettyä ilmiötä yhdessä tapauksessa ja kolmannessa useita tapauksia, joiden perusteella pyritään luomaan yhtenäinen käsitys tutkittavasta ilmiöstä. (Stake 2000, 437.) Tämä tutkimus luokituu tutkimustyypiltään instrumentaaliseksi tapaustutkimukseksi, sillä se ei ole niinkään kiinnostunut tapauksesta, jossa ilmiö esiintyy, kuin ilmiöstä ja sen kokonaisvaltaisesta ymmärtämisestä itsestään.

Tutkimus voidaan luokitella myös deskriptiiviseksi eli kuvailevaksi tutkimukseksi, sillä tutkimuksen tavoitteena on esittää tarkkoja kuvauksia huumorista ja dokumentoida tarkasti sen keskeisiä piirteitä ja ilmenemismuotoja. Kuvaileva tutkimus ja instrumentaalinen tapaustutkimus sopivat hyvin yhteen, sillä tapaustutkimuksen avulla voidaan saada yksityiskohtaista tietoa tutkimuskohteesta sen luonnollisessa esiintymisympäristössä ja kuvata tutkimuskohdetta täsmällisesti (Saarela-Kinnunen & Eskola 2001, 159).

Huumoria päätettiin tutkia vain yhdessä tapauksessa, koska huumoria ja sen tutkimista ei voida erottaa sosiaalisesta, kulttuurisesta eikä historiallisesta kontekstista vaan humoristisia

viestejä on tarkasteltava siinä merkitysyhteydessä eli tapauksessa, jossa puhe tuotetaan (Haakana 1996, 153; Lynch 2002, 443; ks. lisäksi Eskola & Suoranta 1999, 196). Keskittymällä vain yhteen talk show -ohjelmaan pystytään huomioimaan paremmin myös yksilökohtaiset, yksilöiden väliset ja ulkoiset ominaisuudet, joilla voidaan ajatella olevan vaikutusta viestintäkäyttäytymiseen ja vuorovaikutusprosesseihin (Pörhölä 2000, 17).

Laadullisessa tutkimuksessa ei pyritä tilastollisiin yleistyksiin vaan kuvaamaan jotain tapahtumaa, ymmärtämään tiettyä toimintaa tai antamaan jostakin ilmiöstä teoreettisesti mielekäs tulkinta (Eskola & Suoranta 1999, 61; Saarela-Kinnunen & Eskola 2001, 163). Näin ollen tämänkään tutkimuksen tavoitteena ei ole tuottaa muihin tilanteisiin eikä edes muihin talk show -haastatteluihin suoraan yleistettävää tietoa. Vaikka tutkimuksen julkilausuttuna tavoitteena on ilmiön kokonaisvaltainen ymmärtäminen ja kuvaaminen juuri tietyssä tapauksessa, taustalla piilee toive ymmärtää huumorin merkitystä ja roolia talk show -haastatteluissa yleisemminkin.

Tutkimus ei sitoudu tiukasti mihinkään tiettyyn tieteenfilosofiseen lähestymistapaan, mutta sen taustalla voidaan ajatella vaikuttavan ainakin humanistisia ja konstruktivistisia ajatusmalleja. Tutkimus näkee ihmisen aktiivisena toimijana, jonka käyttäytyminen on tavoitteellista ja vapaasta tahdosta riippuvaista, ja käsittää todellisuuden suhteellisena. Näin ollen tutkimuksessa ei pyritä löytämään yhtä, objektiivista totuutta vaan hyväksytään tutkijan subjektiivisuuden vaikutus havaintoihin ja niistä tehtäviin tulkintoihin. Tutkijan ei ajatella koskaan voivan olla täysin erillinen tutkimuskohteestaan, sillä erilaiset tutkimukselliset ja kokemukselliset lähtökohdat vaikuttavat tutkimukseen esimerkiksi siten, että eri tutkijat kysyvät eri kysymyksiä ja nostavat eri havaintoja tärkeäksi. (Eskola & Suoranta 1999, 251; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 152; Varto 1992, 18–19.)

Tutkimus nojautuu monilta osin myös hermeneuttiseen tutkimusperinteeseen, ja tutkimuksessa hyödynnetään hermeneuttisen tulkinnan välineitä. Hermeneuttista menetelmää ei kuitenkaan noudateta metodologisessa mielessä orjallisesti vaan sitä sovelletaan väljästi koko tutkimusprosessin läpiviemiseen.

Hermeneutiikka on varsin laaja, monipuolinen ja useita erilaisia suuntauksia sisältävä kokonaisuus, jossa ymmärtäminen ja tulkinta nousevat tutkimuksen teon keskeisiksi käsitteiksi. Hermeneutiikka perustuu pitkälti samoille periaatteille kuin konstruktivistinen tiedonkäsitys. Molemmissa ajatellaan, että tieto rakentuu tutkijan aiempien tietojen varaan. Havaitsemista ja ymmärtämistä ei täten pidetä koskaan puhtaina, vaan ajatellaan, että uudet tiedot suhteutetaan aina vanhaan tietoon. Hermeneutiikan mukaan havainnot ovat siis aina latautuneita aikaisemmilla kokemuksilla ja vanha tieto vaikuttaa siihen, mitä havaitaan. (Laine 2001, 26, 29; Littlejohn 2002, 191; Tuomi & Sarajärvi 2003, 32–35.)

Hermeneuttinen ymmärtäminen on aineistolähtöistä, ja sen kaksi tärkeintä käsitettä ovat esiymmärrys ja hermeneuttinen kehä. Hermeneuttinen kehä kuvaa tapaamme ymmärtää. Sen mukaan ymmärtäminen ei voi koskaan lähteä tyhjästä vaan kaiken ymmärtämisen taustalla vaikuttaa jo olemassa oleva esiymmärrys. (Tuomi & Sarajärvi 2003, 35; Varto 1992, 36, 69.) Hermeneuttisen kehän alussa tutkija tekee välittömiä tulkintoja, jonka jälkeen hän pyrkii kriittisen ja reflektiivisen asenteen avulla vapautumaan ennakkoletuksistaan, jotta hän voisi jälkeen sukeltaa aineistoonsa mahdollisimman avoimin mielin (Laine 2001, 34). Omien lähtökohtien tunnistaminen ja tunnustaminen vapauttaa jossain määrin niiden orjuudesta, mutta ei lopeta hermeneuttisen ymmärtämisen vaatimaa liikettä, sillä myös uusiin ajatuksellisiin lähtökohtiin on palattava, jotta niistä voisi vapautua. Ymmärtämisen nähdään siis etenevän kehämäisenä liikkeenä eli hermeneuttisena kehänä, jonka avulla tutkija pystyy pääsemään lähemmäs tutkimuskohteen mieltä ja joka lähtee aina liikkeelle tietyistä lähtökohdista ja palaa takaisin niiden oivaltamiseen ja ymmärtämiseen. (Littlejohn 2002, 188; Tuomi & Sarajärvi 2003, 35; Varto 1992, 69.)

Hermeneuttisella kehällä voidaan tarkoittaa laajasti ajatellen tutkimuksellista dialogia tutkimusaineiston kanssa. Tutkiva dialogi on kehämäistä liikettä aineiston ja oman tulkinnan välillä, minkä aikana tutkijan ymmärryksen tulisi jatkuvasti korjautua ja syventyä. (Laine 2001, 31–34.) Myös tässä tutkimuksessa pyritään pysymään avoimena aineistolle, tiedostamaan omat ennakkokäsitykset aiheesta ja vapautumaan niistä. Hermeneuttisen tutkimuksen tavoin tässäkin työssä yritetään nostaa tietoiseksi ja näkyväksi se, minkä tottumus on häivyttänyt huomaamattomaksi ja itsestään selväksi.

5.2 Havainnointi tutkimusmenetelmänä

Tässä tutkimuksessa pyritään kuvaamaan talk show -haastattelijoiden huumoria havainnoimalla televisiosta nauhoitettuja talk show -haastatteluja. Havainnointi eli observointi on yksi vanhimmista tutkimuksen teon perusmenetelmistä, sillä ihmiset ovat keränneet tietoa havainnoimalla yhtä kauan kuin he ovat olleet kiinnostuneita maailmasta ympärillään. Havainnoinnissa on kyse siitä, että tutkija tarkkailee valitsemaansa tutkimuskohdetta ja pyrkii keräämään aineistoa määrätyn ongelman tai ilmiön eri tekijöistä sekä visuaalisia että muihin aisteihin pohjautuvia havaintoja tekemällä. (Adler & Adler 1998, 79–80; Grönfors 2001, 124–125; Metsämuuronen 2003, 190.)

Kaikki tutkimusmenetelmät voidaan nähdä tekniikoina, joiden merkitys määräytyy sen mukaan, minkä metodologian sisällä niitä käytetään (Silverman 2000, 89). Esimerkiksi laadullinen ja määrällinen tutkimus asettavat aineistolle erilaisia kysymyksiä ja havainnoivat aineistoa eri lähtökohdista. Määrällisessä eli kvantitatiivisessa tutkimuksessa havainnointi on usein alustavaa työtä, jota tehdään esimerkiksi varsinaista tutkimuslomaketta varten, kun taas laadullisessa eli kvalitatiivisessa tutkimuksessa havainnointi on perustavaa laatua oleva tekniikka toisen kulttuurin ymmärtämisessä. Määrällinen tutkimus käyttää havainnointia usein esimerkiksi osana järjestettyjä laboratorioasetelmia. Laadullinen havainnointi on puolestaan luonnonmukaista, ja siinä havainnoidaan asioita luonnollisissa konteksteissa, joissa ne tapahtuisivat, havainnoitaisiin niitä tai ei. (Adler & Adler 1998, 81; Silverman 2001, 12.)

Tässä tutkimuksessa valittiin tutkimusmenetelmäksi laadullinen havainnointi, koska tutkimuskysymyksiin uskottiin löytyvän parhaiten vastauksia juuri sen avulla. Näin ollen tutkimusmenetelmän valinta tapahtui pitkälti sen perusteella, mitä haluttiin saada selville, millaisena tutkimuskohde nähtiin ja millaiseksi tutkijan mahdollisuudet saada tietoa ajateltiin.

Havainnoinnin valitsemista tutkimusmenetelmäksi tukee, että se sopii erityisen hyvin tutkimuksiin, joiden tavoitteena on kuvata jotain ilmiötä tilanneyhteydessä, jossa siitä on

verraten vähän tietoa (Grönfors 2001, 127). Havainnointi saattaa tällöin esimerkiksi paljastaa asioita, joita ei olisi tajuttu kysyä (Adler & Adler 1998, 89). Koska havainnointi kytkee muita tutkimusmenetelmiä paremmin saadun tiedon kontekstiinsa (Grönfors 2001, 127), sen ajateltiin lisäksi sopivan erityisen hyvin kontekstistaan riippuvaisen huumorin tutkimiseen (Haakana 1996, 153; Lynch 2002, 443). Havainnoinnin valitsemista tutkimusmenetelmäksi tukee myös, että se soveltuu erinomaisesti vuorovaikutuksen, kuten haastattelutilanteiden, tutkimiseen (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 200). Kun halutaan monipuolista tietoa lukuisine yksityiskohtineen, aiheita ei ole aina edes mahdollista kartoittaa muuten kuin havainnoimalla (Adler & Adler 1998, 89; Grönfors 2001, 128).

Havainnoinnin avulla voidaan saada suoraa ja välitöntä tietoa yksilöiden ja ryhmien toiminnasta. Saattaakin olla, että esimerkiksi kyselyllä ja haastattelulla saadaan helpommin tietoa johonkin ilmiöön tai asiaan liittyvistä normeista, uskomuksista ja ihmisten omista havainnoista kuin varsinaisesta normiin liittyvästä käyttäytymisestä eli siitä, mitä todella tapahtuu. (Grönfors 2001, 127; Hirsjärvi & Hurme 2000, 38.) Koska tämän tutkimuksen tarkoituksena ei ole selvittää ihmisten käsityksiä, kokemuksia, näkemyksiä, asenteita tai arvostuksia huumoria kohtaan vaan kuvata huumoria sellaisena kuin se itsenään ilmenee, havainnoinnin valitseminen tutkimusmenetelmäksi tuntui hyvin luontevalta. Lisäksi on huomattava, haastattelijat ja haastateltavat ovat tilanteen aktiivisia osapuolia ja heidän tulkintansa tilanteesta saattavat olla henkilökohtaisesti värittyneitä. Näin ollen pelkät kokemukset eivät välttämättä olisi luotettava tiedon perusta, varsinkaan kun ei tiedetä, miten tarkasti ihmiset pystyvät erittelemään humoristista viestintäänsä. (Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 208; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 20.)

Havainnointi voidaan jakaa eri lajeihin tutkijan roolin ja havainnointimahdollisuuksien perusteella. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että havainnoinnista voidaan erottaa eri tyyppisiä sen mukaan, osallistuuko tutkija havainnoitavaan tilanteeseen vai onko hän ulkopuolinen tarkkailija. (Grönfors 2001, 124–125; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 201.) Havainnoinnista voidaan erottaa ainakin seuraavat osallistumisasteet: 1) havainnointi ilman varsinaista osallistumista, 2) havainnointi osallistujana, 3) osallistuja havainnoijana, 4) täydellinen osallistuja ja 5) piilohavainnointi (Grönfors 1982, 87–105; ks. lisäksi Adler

& Adler 1998, 84–86; Grönfors 2001, 129–130). Havainnointi voidaan jakaa myös reaktiiviseen ja ei-reaktiiviseen havainnointiin riippuen siitä, ovatko havainnoitavat siitä tietoisia (Hirsjärvi & Hurme 2000, 37; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 201).

Jos tutkija ei osallistu tutkimaansa tilanteeseen, hänen on usein helpompi pitää itsellään selvä tutkijan rooli (Metsämuuronen 2003, 190). Jos tutkija taasen osallistuu tutkimaansa tilanteeseen, vaarana on, että tutkittavien käyttäytyminen muuttuu. Tutkijan tulisi luonnollisestikin vaikuttaa mahdollisimman vähän tapahtumien kulkuun – ideaali on, ettei hän vaikuttaisi lainkaan. Tämä on kuitenkin usein mahdotonta, sillä jo pelkkä havainnoijan tai videokameran läsnäolo riittää useimmiten muuttamaan tutkittavien käyttäytymistä, häiritsee tilanteen luonnollista kulkua ja vaikuttaa havainnoitavaan ilmiöön ja sen toimintaan. (Eskola & Suoranta 1999, 101–103; Grönfors 2001, 131; Loizos 2000, 106.)

Tässä tutkimuksessa havainnoidaan televisiosta nauhoitteluja haastattelutilanteita, joten havainnointi on ei-reaktiivista ja ei-osallistuvaa. Loizos (2000, 102) jakaa videoitujen materiaalien tutkimisen tutkijan tuottamien ja kuvaamien nauhojen havainnointiin sekä jo valmiina olevan aineiston havainnointiin, joista ensimmäisessä tutkija on useimmiten vaikuttanut tutkimusaineistonsa sisällön syntymiseen. Koska tässä tutkimuksessa havainnoitu aineisto olisi olemassa täsmälleen samanlaisena ilman tätä tutkimustakin, havainnoinnin tai tutkijan ei voida ajatella muokanneen havainnoitavia haastattelutilanteita tai vaikuttaneen niiden etenemiseen millään tavalla.

Havainnoijan toiminta voidaan jakaa periaatteessa kahteen tyyppiin: tutkija voi joko antaa tutkimustilanteen ohjata kiinteästi havaintojaan ja kysymyksiään tai hän voi noudattaa tarkasti ja systemaattisesti etukäteen laadittua havainnointisuunnitelmaa. Ensimmäistä havainnointitapaa voidaan kutsua strukturoimattomaksi havainnoinniksi ja jälkimmäistä strukturoiduksi. Yleensä kuvatut tyypit eivät esiinny puhtaina, vaan havainnoinnissa on piirteitä molemmista. (Adler & Adler 1998, 87; Eskola & Suoranta 1999, 103.)

Tässä tutkimuksessa käytettyä havainnointitapaa voidaan kutsua laadulliseksi puolistrukturoiduksi havainnoinniksi. Aineistoa havainnoitiin ensin yleisesti luonnolliseen

toimintaan mukautuen. Vapaamuotoisen esihavainnoinnin jälkeen rakennettiin havainnointilomakkeet (ks. liitteet 1–4), joiden muotoon ja sisältöön vaikutti esihavainnoinnista saadun aineiston tuntemuksen lisäksi sekä teoreettinen esitietämys että tutkijan oma harkinta. Havainnointilomakkeiden kehittämisen jälkeen aineisto havainnoitiin yksityiskohtaisemmin läpi kiinnittäen yhdellä havainnointikerralla huomiota vain tiettyihin asioihin. Vaikka havainnointilomakkeissa oli melko tarkastikin strukturoituja kysymyksiä, havainnoitavat luokat etsittiin laadulliselle tutkimukselle ominaisesti itse aineistosta eikä aineistoa yritetty ahtaa valmiisiin muuttujiin. Tämän lisäksi havainnointilomakkeita kehitettiin koko havainnointiprosessin ajan vastaamaan tarkoituksenmukaisemmin kyseistä aineistoa. Aineiston käsittely- ja havainnointiprosessia kuvataan tarkemmin luvussa 5.4.

5.3 Tutkimusaineiston esittely

Tutkimusaineisto kerättiin suomalaisesta talk show -ohjelmasta Hyppönen Enbuske Experience. Ohjelmasta nauhoitettiin viisi jaksoa, jotka esitettiin Nelosella torstai-iltaisina klo 21–22 ajalla 12.2.2004–11.3.2004. Koska jokainen ohjelma sisälsi kolme haastattelua, tutkimusaineisto koostuu yhteensä 15 televisioidusta talk show -haastattelusta (ks. liite 5).

Hyppönen Enbuske Experienceä juontaa kaksi toimittajaa, Henkka Hyppönen ja Tuomas Enbuske (to 4.3.2004 paikalla oli vain Enbuske), ja ohjelman taustalla toimii tuotantoyhtiö Van Der Media Oy (ks. tarkemmin Hyppönen Enbuske Experience 2004). Ohjelma lähetetään suorana lähetyksenä, ja se sisältää haastattelujen lisäksi monenlaista viihteellistä materiaalia, kuten ajankohtaisten aiheiden humoristista käsittelyä, humoristisia videoinserttejä, musiikkia, stand up -komiikkaa ja sketsejä. Haastattelut muodostavat kuitenkin ohjelman rungon ja ensisijaisen aineksen, ja muuta ainesta käytetään lähinnä niiden rytmittämiseen. Hyppönen Enbuske Experienceessä on paikalla juontajien ja vieraiden lisäksi studioyleisö, jonka keskelle haastattelu- ja juontotila on sijoitettu.

Ohjelman haastattelutilanteet ovat keskustelunomaisia, melko vapaamuotoisia ja rentoja ilmapiiriltään. Juontajilla on kuitenkin tilannetta ohjaavat roolit, ja tilanteista on erotettavissa selvät kysymys–vastaus–kommentti-kuviot. Näin ollen tilanteet ovat kaikessa

vapaamuotoisuudessaankin asymmetrisiä; toimittajien rooliin kuuluu kysyä ja vieraiden rooliin vastata.

Toimittajien mukanaolo on haastatteluissa varsin näkyvää, ja haastatteluissa vaikuttaa olevan melko toimittajavaltainen ote. Haastattelijat vuorottelevat haastattelutehtävissään, ja heidän roolinsa näyttävät useimmiten täydentävän toisiaan. Toinen haastattelijja vaikuttaa esimerkiksi olevan toisissa haastatteluissa aktiivisempi kuin toinen. Tämänkaltaisten väitteiden esittäminen vaatisi kuitenkin tuekseen tarkemman ja yksityiskohtaisemman analyysin, joten tässä esitetyt havainnot ovat vain suuntaa antavia. Selvä tendenssi on kuitenkin nähtävissä.

Tutkimusaineistoon sisältyi kaiken kaikkiaan 14 yksilöhaastattelua ja 1 parihaastattelu. Vaikka haastattelutilanteissa on yleensä vain yksi haastateltava kerrallaan ja kysymykset kohdistetaan juuri hänelle, jää edellinen vieras usein juontajaparin ja uuden vieraan seuraksi. Hänen keskusteluun osallistumisensa on kuitenkin yleensä hyvin vähäistä, ja joskus hän ei osallistu keskusteluun lainkaan. Haastattelut pysyvät näin ollen lähinnä yhteen haastateltavaan keskittyvinä, eivätkä ne ole ryhmähaastatteluja sanan varsinaisessa merkityksessä.

Kaikissa tutkimusaineiston 15 haastattelussa oli vieraana tavalla tai toisella julkisuudesta tutuksi tullut henkilö. Ohjelmassa oli havainnointijaksolla vieraina ajankohtaisia julkisuuden henkilöitä esimerkiksi kulttuurin, viihteen ja politiikan aloilta. Kaikki haastateltavat olivat nuoria tai aikuisia. Osallistujien iästä ei ole tosin tarkkoja tietoja vaan esitetty ikäjakauma on lähinnä suuntaa antava. Miehiä ja naisia oli haastateltavina suunnilleen saman verran: haastatteluissa oli 9 miestä (56 %) ja 7 naista (44 %). Keskustelun aiheet liikkuvat haastateltavan elämänpiirissä sekä muissa ajankohtaisissa asioissa. Kysymykset koskivat sekä haastateltavien ammatillista toimintaa että yksityiselämää, ja keskustelun aihe liittyi usein jollain tavalla vieraan tekoihin julkisuudessa. Näin ollen havainnoituja haastatteluja voidaan pitää pikemminkin henkilöhaastatteluina kuin asiahaastatteluina (ks. tarkemmin luku 3.1).

Haastattelut katsottiin alkavaksi siitä, kun vieras juonnettiin sisään ja hän saapui studioon. Haastattelujen katsottiin taasen loppuvan siihen, kun siirryttiin seuraavaan aiheeseen tai mainoskatkelle tai juonnettiin seuraava vieras sisälle. Haastattelut olivat kestoltaan keskimäärin 9 minuuttia 12 sekuntia: lyhin haastattelu kesti 7 min 8 s ja pisin 13 min 35 s. Yhteensä analysoitiin 2 h 18 minuuttia haastatteluita. Jokaisesta haastattelusta löytyi vähintään 4 kpl ja enintään 18 kpl haastattelijoiden puheenvuoroja, jotka sisälsivät huumoria: yhdestä haastattelusta löytyi keskimäärin 12 kpl haastattelijoiden humoristisia puheenvuoroja. Kaikista haastatteluista löytyi yhteensä 177 kpl haastattelijoiden puheenvuoroja, jotka sisälsivät huumoria.

Hyppönen Enbuske Experiencen valitsemista tutkimusaineistoksi tukevat ainakin seuraavat seikat:

- *Ohjelma lähetetään suorana lähetyksenä.* Tämä tarkoittaa ohjelman kulun kannalta sitä, että tietyllä lähetyspaikalla on tietyn ajan kuluessa synnyttävä keskustelua ja sen on tapahduttava mahdollisimman viihdyttävästi ja vaihtelevasti. Huumorin kuvaamisen kannalta tämä tarkoittaa puolestaan sitä, että epäonnistuneita humoristisia kohtauksia ei ole voitu leikata jälkikäteen pois. Näin ollen haastattelutilanteita voidaan pitää autenttisina, koska niistä saatu kuva ei vääristy editoinnissa tehtyjen poistojen vuoksi, vaan koko prosessi on tutkijan nähtävissä.
- *Ohjelmassa on kaksi haastattelijaa,* joilla on suhteellisen erilaiset roolit. Näin ollen yhden ihmisen persoonallisuus, haastattelutyylit tms. ei vaikuta tuloksiin liian yksioikoisesti. Toisaalta on kuitenkin huomattava, että yhdenkin toimittajan huumorin tutkiminen on tärkeää, koska toimittajien kielelliset valinnat tulevat julkisessa ohjelmassa osaksi yhteistä julkipuhetta ja luovat katsojille kuvaa koko kieliyhteisön repertuaarista. (Nuolijärvi & Tiittula 2000, 40.)
- Tutkimusaineisto voidaan valita laadullisessa tutkimuksessa tarkoituksenmukaisesti ja harkinnanvaraisesti (Hirsjärvi & Hurme 2000, 58–60). Koska valittu *ohjelma on viihteellinen*, siitä arveltiin löytyvän tutkimuksen kannalta olennaisia ja mielenkiintoisia piirteitä.
- *Ohjelma on suomalainen,* joten siinä on ainakin suomalainen sisältö. Analysoitavaksi valittiin nimenomaan suomalaisia talk show -haastatteluja, koska tutkimuksen yhtenä tavoitteena on kuvata haastattelijoiden verbaalista huumoria ja huumorin ymmärtämiseksi on ymmärrettävä useissa tapauksissa myös kyseinen kieli. Tutkimuksen keskittäminen suomalaiseen televisiotarjontaan tuntuu perustellulta myös sen tähden, koska muiden maiden televisiokulttuurit eivät ole tutkijalle tuttuja.

- *Ohjelma on ajankohtainen ja sidoksissa nykyhetkeen.* Näin ollen ohjelma on ymmärrettävissä – ainakin suurimmaksi osakseen – esimerkiksi ilman historian tuntemusta.

Valintaan vaikutti myös, että tutkimusprosessin käynnistyessä Hyppönen Enbuske Experience oli ainoa televisiossa pyörivä, tämän tutkimuksen aineistoksi soveltuva suomalainen talk show.

5.4 Aineiston käsittely ja analyysi

Tutkimusaineistoksi nauhoitettiin 15 televisioitua talk show -haastattelua. Haastattelujen nauhoittaminen oli välttämätöntä, koska yhden katsomiskerran perusteella on mahdotonta muistaa kaikkea. Edes muistiinpanojen tekeminen ei olisi ollut yhdellä katsomiskerralla mahdollista, sillä kaikkien esille nousseiden huumorin piirteiden rekisteröiminen ei olisi ollut kertakatsomisella mahdollista. Kuvanauhoittaminen onkin välttämätöntä, kun tutkitaan monimutkaista ja vaikeaa ihmisen toimintaa, jota yksi havainnoija ei voi kuvata kattavasti yhdellä havainnointikerralla. (Loizos 2000, 103; Silverman 2000, 149.)

Nauhoitettuja ohjelmia havainnoitiin aluksi vapaamuotoisesti, ja aineistosta tehtiin yleisiä muistiinpanoja ja huomioita. Aineistoon tutustumisen jälkeen laadittiin neljä havainnointilomaketta (ks. liitteet 1–4) esihavainnoinnista saadun aineiston tuntemuksen perusteella. Näin ollen havainnoitavat luokat ja havainnoinnin kohteet löydettiin pääasiassa aineistosta itsestään, eikä aineistoa yritetty ahtaa valmiisiin muuttujiin. Vaikka aineistoa lähestyttiin kaiken kaikkiaan aineistolähtöisesti, on huomattava, että myös jotkut teoreettiset jäsennykset, kuten jako verbaaliseen ja nonverbaaliseen viestintään, vaikuttivat havainnointilomakkeiden syntyyn.

Havainnointilomakkeiden kehittämisen jälkeen koko tutkimusaineisto käytiin systemaattisesti ja jäsennellysti haastattelu haastattelulta läpi. Jokainen haastattelu katsottiin useampaan kertaan, ja havainnointilomakkeita täytettiin siten, että yhdellä katsomiskerralla kiinnitettiin huomiota vain tiettyihin asioihin. Havainnointilomakkeita

kehitettiin samaan aikaan vastaamaan yhä tarkoituksenmukaisemmin kyseistä aineistoa, joten lomakkeiden luokat muotoutuivat ja täsmentyivät koko havainnointiprosessin ajan.

Havainnointilomakkeiden tarkoituksena oli varmistaa havainnoinnin systemaattisuus. Toisin sanoen havainnointilomakkeet toimivat tutkijan tukena ja muistilistana, jotta ainakin kaikkiin ennakoituihin asioihin kiinnitettäisiin huomiota. Lomakkeet eivät kuitenkaan estäneet luonnolliseen toimintaan mukautuvaa havainnointia, vaan tutkija pystyi tekemään koko havainnointiprosessin ajan havaintoja muistakin kuin ennakoimistaan aiheista. Näin ollen havainnointi oli aineistolähtöistä, mutta kuitenkin systemaattista.

Tutkimusaineistoa havainnoitiin neljän havainnointilomakkeen avulla, joista ensimmäisellä (ks. liite 1) kerättiin havaintoja ohjelman yleisilmeestä, jotta tutkimusaineiston kuvaaminen olisi mahdollista. Kyseistä havainnointilomaketta täytettiin koko havainnointiprosessin ajan.

Toiseen havainnointilomakkeeseen (ks. liite 2) merkittiin analysoitavien haastattelujen yleisiä tietoja, kuten esityspäivä, haastateltava(t), haastattelun kesto, haastattelun alku- ja loppukohta, muut läsnäolijat sekä heidän osallistumisensa haastatteluun. Tämän jälkeen täytettiin lomakkeeseen tehty keskustelunetenemiskaavio haastattelun etenemisen, puheenvuorojen määrän ja järjestyksen hahmottamiseksi. Kaavioon merkittiin haastattelijoiden osalta myös se, oliko heidän käyttämänsä puheenvuoro humoristinen vai ei. Sen jälkeen laskettiin haastattelijoiden ja haastateltavien käyttämät puheenvuorot sekä haastattelijoiden humoristiset puheenvuorot. Tässä vaiheessa jokaiselle haastattelulle annettiin jatkoa varten lyhyt tunniste.

Humorististen kohtien paikallistaminen tapahtui neljän kriteerien varassa:

- *Teoreettinen esiymmärrys.* Tutkimuksen teon taustalla vaikuttaa aina joitain enemmän tai vähemmän tiedostettuja teoreettisia lähtökohtia (Väliverronen 1998, 33). Näin ollen esimerkiksi aikaisemmat huumoritutkimukset vaikuttivat varmasti tässäkin tutkimuksessa huumorin paikallistamiseen. Huumoriksi luokiteltiin ne haastattelijoiden puheenvuorot ja teot, joiden humoristisuudelle saatiin tukea taustakirjallisuudesta.

- *Huumorin merkitseminen.* Varmistus haastattelijoiden puheenvuorojen ja tekojen humoristisuudesta pyrittiin löytämään myös heidän viestintäkäyttäytymisestään ja huumorin merkitsemistavoista. Kuten luvussa 4.4 jo todettiin, monien tutkijoiden mielestä vuorovaikutuksesta on oltava havaittavissa tietynlaisia signaaleja, jotta huumorin tunnistaminen huumoriksi on ylipäättäänkään mahdollista. Tällaisia signaaleja voivat olla esimerkiksi äänen muuntaminen, nauru, hymy, tietyt ilmeet, eleet ja liikkeet. Vaikka huumorin merkitseminen ei olekaan kovin yksioikoista, huumorin paikallistamiseen pyrittiin saamaan tukea myös tämänkaltaisesta haastattelijoiden viestintäkäyttäytymisestä. (Haakana 1996, 147–156; Meyer 2000, 311; Miczo 2004, 211; Mulkay 1988, 46–47.)
- *Tutkijan henkilökohtaiset merkityksenannot.* Kolmantena huumorin paikallistamiskriteerinä käytettiin kokijalähtöisyyttä. Näin ollen huumorin paikallistamiseen vaikutti myös se, mitä tutkija itse piti humoristisena. Tutkijan tulkinnalla ja humoristisella tajulla onkin epäilemättä ollut tärkeä asema koko tutkimuksen ajan.
- *Studioyleisön ja muiden läsnäolijoiden reaktiot.* Neljäs kriteeri humorististen kohtien tunnistamisessa liittyi muiden studiossa olleiden reaktioihin. Koska myös kuulijat merkitsevät usein tunnistamansa huumorin esimerkiksi nauramalla, studioyleisön sekä muiden haastattelutilanteessa olleiden nauru auttoi monesti päättämään, onko joku tietty haastattelijan puheenvuoro humoristinen vai ei (Foot 1997, 271–275; O'Donnell-Trujillo & Adams 1983, 181). Studioyleisön nauruja ja buuauksia saatetaan ohjalla esimerkiksi kylttien avulla, joten niiden yhtenä tarkoituksena onkin antaa kotiyleisölle vihjeitä, miten eri tilanteisiin tulisi reagoida ja mitä tulisi pitää hauskana (Bignell 2004, 121–122).

Huumorin paikallistamisen onnistumista arvioitiin havainnointiprosessin päätteeksi vertaamalla tutkijan havaintoja kahden rinnakkaishavainnoijan havaintoihin (ks. tarkemmin luku 5.5). Koska tukihavainnoijilla ei voida olettaa olevan yhtä vahvaa teoreettista esitietämystä huumorista, heidän voidaan olettaa valinneen humoristiset kohdat lähinnä kokemuksiensa turvin sekä studioyleisön reaktioita seuraten.

Kolmannella havainnointilomakkeella (ks. liite 3) erotettiin raakamateriaalista tutkimusongelman kannalta olennainen aines. Konkreettisesti tämä tarkoittaa sitä, että humoristisiksi paikallistetut kohdat (humoristiset puheenvuorot ja tarpeen vaatiessa niitä edeltäneet tai seuranneet puheenvuorot) litteroitiin. Tutkimuksessa litteroitiin ainoastaan humoristisiksi luokitellut haastattelun kohdat tarvittavine lähiympäristöineen. Vaikka litterointi oli melko tarkkaa, siinä ei huomioitu esimerkiksi sisään- ja uloshengitystä, puheen intonaatioita ja minimipalautteita kuten *mm*, *niin* ja *joo*, ellei niillä katsottu olevan merkitystä huumorin kuvaamisen kannalta. Jokaisesta haastattelun humoristisesta kohdasta

tehtiin taulukkoon seuraavankaltaiset muistiinpanot: Kuka sanoo/tekee? Mitä sanoo/tekee? Kenelle kohdistaa? Lisäksi jokaiselle huumoria sisältävälle kohtaokselle annettiin jatkoa varten oma tunniste.

Neljännellä havainnointilomakkeella (ks. liite 4) kerättiin astetta tarkempaa tietoa huumoria sisältävistä haastattelun kohdista. Mielenkiinnon kohteina olivat niin ikään huumoria sisältäneen puheenvuoron muoto ja sijainti haastattelussa, humoristisen puheenvuoron aihe ja kohde, huumorin ilmeneminen verbaalisessa ja nonverbaalisessa viestinnässä sekä muun rekvisiitan välityksellä, haastateltavien reaktiot haastattelijan huumoriin sekä huumorin ensisijaiselta vaikuttava funktio.

Havainnointilomakkeiden täyttämisen jälkeen siirryttiin varsinaisesti aineiston analyysivaiheeseen. On kuitenkin huomattava, että aineiston analyysi on edennyt tässä tutkimuksessa laadulliselle tutkimukselle ominaisesti prosessimaisesti ja aineiston kerääminen, käsittely ja analyysi ovat kietoutuneet tiiviisti yhteen (ks. lisäksi Alasuutari 1999). Näin ollen aineiston havainnointia voitaneenkin pitää aineiston analyysin ensimmäisenä vaiheena, sillä jo havainnoinnin aikana on varmasti tapahtunut valikointia (Silverman 2000, 131).

Varsinainen aineiston analyysi aloitettiin lukemalla kaikki muistiinpanot ja havainnointilomakkeet läpi. Sen jälkeen kunkin havainnointikohteen alle kirjattuja havaintoja alettiin yhdistellä ja erotella kokonaiskuvan hahmottamiseksi. Havainnointilomakkeista kerättiin samalla tiivistäen ja pelkistäen kaikki olennainen varoen kuitenkin samalla kadottamasta aineistosta saatua informaatiota. Tämän jälkeen aineistosta muodostuneita havaintoja ja niitä kuvaavia luokkia tulkittiin suhteessa aiempiin huumoritutkimuksiin. Aivan lopuksi tulokset pyrittiin abstrahoimaan eli käsitteellistämään teoreettisesti, ja tuloksia tarkasteltiin osana laajempaa merkitysympäristöä.

Aineiston analyysi pyrittiin tekemään laadulliselle tutkimusotteelle tyypillisesti aineistolähtöisesti, mutta analyysin taustalla myönnetään olleen koko ajan joitain enemmän tai vähemmän tiedostettuja teoreettisia lähtökohtia (Hirsjärvi & Hurme 2000, 25;

Väliverronen 1998, 33). Teoreettisen viitekehityksen vaikutus aineistosta tehdyn tulkinnan etenemissuuntaan ja havainnoista tehtyihin päätelmiin pyrittiin kuitenkin pitämään minimaalisena hermeneuttisen tulkinnan välineitä soveltaen (ks. luku 5.1).

Laadullisen aineiston analysoinnissa pystyy toteuttamaan vain harvoin yhtä tiettyä analysoimistapaa, sillä usein mikään ennalta esitetty tapa ei toimi oman aineiston kanssa, vaan tutkijan on sovellettava erilaisia tapoja ja luotava täten oma tarkoituksenmukainen tapa aineiston käsittelyyn ja analysoimiseen (Eskola ja Suoranta 1999, 162, 189). Varton (1992, 98) mielestä jokaista yksittäistä tutkimusta varten on itse asiassa välttämätöntä luoda oma menetelmä, sillä hänen mukaansa valmis menetelmä ei voi koskaan paljastaa yksittäisen tutkimuskohteen tutkittavia piirteitä. Myös tässä tutkimuksessa käytetty aineiston analysoimistapa on tutkijan itsensä kehittämä, vaikkakin sen voidaan ajatella saaneen vaikutteita ja imeneen tiettyjä lähtökohtia ainakin keskusteluanalyysista ja sisällönanalyysista (keskusteluanalyysista ks. esim. Myers 2000; Nuolijärvi & Tiittula 1995, 11; Tainio 1997; sisällönanalyysista ks. esim. Tuomi ja Sarajärvi 2003).

Tutkimuksessa käytettyä aineiston analyysimenetelmää voitaneen kutsua esimerkiksi aineistolähtöiseksi sisällön erittelyksi, sillä tutkimuksessa pyritään kuvaamaan huumoria erittelemällä haastattelijoiden verbaalista ja nonverbaalista viestintää huumoria sisältävien puheenvuorojen yhteydessä ja aineistoa luokitellaan ja järjestellään pitkälti juuri sen sisältönsä mukaan (ks. lisäksi Eskola & Suoranta 1999, 188).

5.5 Havainnoinnin luotettavuus

Havainnointi on aina subjektiivista, ja eri ihmiset tekevät samasta tilanteesta erilaisia tulkintoja (Grönfors 2001, 136; Kantola, Moring & Väliverronen 1998, 6). Havainnointia onkin kritisoitu siitä, että eri tutkijat havainnoivat eri tavoin, kiinnittävät huomionsa eri asioihin sekä luovat ja käyttävät erilaisia luokituksia (Silverman 2000, 89). Valikointia tapahtuu jo siinä, mitä kirjataan (Eskola & Suoranta 1999, 103). Havainnoinnin ongelmana voidaan näin ollen pitää havaintojen luotettavuutta, sillä havainnoija joutuu usein luottamaan vain omiin käsityksiinsä ja tulkintoihinsa (Adler & Adler 1998, 87–88).

Luotettavuutta on kuvattu perinteisesti kahdella termillä: reliabiliteetilla ja validiteetilla (Metsämuuronen 2003, 42–43; Silverman 2001, 225; Tuomi & Sarajärvi 2003, 133). Tutkimuksen *reliabiliteetilla* viitataan havaintojen yhteneväisyyteen ja tutkimustulosten toistettavuuteen. Toisin sanoen tutkimuksen voidaan sanoa olevan reliaabeli esimerkiksi silloin, kun kaksi arvioitsijaa päätyy samanlaiseen tulokseen tai sama havainnoija päätyy eri havainnointikerroilla samaan tulokseen. (Grönfors 1982, 175–176; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 213; Silverman 2000, 175–188.) Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan siis tutkimuksen vapautta satunnaisista ja epäolennaisista tekijöistä erityisesti aineiston hankinnassa ja rajaamisessa (Varto 1992, 103–104, 118).

Tutkimuksen *validiteetilla* eli pätevyydellä tarkoitetaan sen sijaan, että tutkimus kuvaa sitä, mitä se sanoo kuvaavansa. Validissa tutkimuksessa tulee esimerkiksi käyttää käsitteitä, jotka heijastavat tutkituksi aiottua ilmiötä. Validiteetti voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen validiteettiin, joista ensimmäisellä viitataan tutkimuksen teoreettisten ja käsitteellisten määrittelyjen sopusointuun ja toisella tarkoitetaan tehtyjen tulkintojen ja johtopäätösten sekä aineiston välisen suhteen pätevyyttä. Tutkimuskohde on toisin sanoen kuvattava sellaisena kuin se on. (Eskola & Suoranta 1999, 215; Gaskell & Bauer 2000, 339–340; Hirsjärvi & Hurme 2000, 187–188; Janesick 2000, 393; Silverman 2000, 175–188.)

Tässä tutkimuksessa havainnoinnin luotettavuus määräytyy niin reliabiliteetin kuin validiteetin osalta esimerkiksi sen mukaan, ovatko analysoitavaksi erotetut kohtaukset muidenkin mielestä humoristisia vai ruokkivatko ne pelkästään tutkijan humoristista tajuntaa. Tämän lisäksi on ensisijaisen tärkeää, ettei analyysin ulkopuolelle ole jätetty huumoria sisältäviä kohtia.

Koska havainnoinnin luotettavuutta voidaan kohottaa käyttämällä havainnoinnin tukena rinnakkaishavainnoijia (Adler & Adler 1998, 88), myös tässä tutkimuksessa pyrittiin varmistamaan havainnoinnin luotettavuutta vertailemalla tutkijan havaintoja kahden rinnakkaishavainnoijan havaintoihin. Tukahavainnoinnin ensisijaisena tavoitteena oli varmistaa, että tutkimuksessa analysoitiin juuri ja vain ne kohdat, joiden voidaan

yleisemminkin ajatella sisältävän huumoria. Tukihavainnoijat eivät siis täyttäneet kaikkia havainnointilomakkeita vaan paikallistivat ainoastaan humoristiset kohdat.

Molemmat rinnakkaishavainnoijat havainnoivat yhden haastattelun (yht. 13,3 % aineistosta). Koska havainnointi on hidasta, suuremman määrän analysoiminen ei olisi ollut tutkimusekologisesti järkevää. Rinnakkaishavainnoijille ei annettu ohjeita, miten heidän tulisi määritellä huumori. Heidän käskettiin ainoastaan kertoa, milloin haastattelijoiden puheenvuorot sisälsivät heidän mielestään humoristisia aineksia. Molemmat tukihavainnoijat katsoivat heille valitun haastattelun useamman kerran. Toinen tukihavainnoija oli naispuolinen puheviestinnän opiskelija ja toinen miespuolinen kielten opiskelija. Molemmat heistä olivat opintojensa loppuvaiheessa.

Toinen tukihavainnoija katsoi haastattelun, jossa haastattelijat käyttivät yhteensä 41 puheenvuoroa. Tutkijalla ja tukihavainnoijalla oli 38 puheenvuoron kohdalla yhteneväinen tulkinta siitä, sisälsikö puheenvuoro huumoria vai ei. Näin ollen 92,7 % aineistosta tulkittiin samalla tavalla. Toinen tukihavainnoija katsoi puolestaan 29 haastattelijoiden puheenvuoroa sisältävän haastattelun. Tulkinta puheenvuorojen humoristisuudesta oli yhteneväinen 26 kohdassa. Näin ollen 89,7 % puheenvuoroista tulkittiin samalla tavalla.

Tukihenkilöiden kanssa keskusteltiin havainnoinnin päätteeksi havaintojen eroista. Eriäville havainnoille löytyi melko helposti luonnollinen selitys. Tukihavainnoijat eivät esimerkiksi tunnistanee kaikkia äänenlaadultaan heikkoja puheenvuoroja humoristisiksi yksinkertaisesti sen tähden, että he eivät saaneet selvää puheen verbaalisesta sisällöstä. Molemmat tukihavainnoijat pitivät kuitenkin tällaisia pois jättämiään puheenvuoroja humoristina kuultuaan jälkikäteen niiden oikean sisällön.

Koska tutkimuksen luotettavuutta ei alenna, jos tutkija tekee tarkempia havaintoja kuin tukihavainnoija (Isotalus 1996, 65), testi osoitti tutkimuksen reliabiliteetin ja validiteetin olevan hyvä ainakin huumorin paikallistamisen osalta. Koko tutkimuksen luotettavuutta arvioidaan tarkemmin luvussa 7.

6 TUTKIMUSTULOKSET JA NIIDEN TULKINTA

6.1 Huumorin määrä ja luonne

Tämän tutkimuksen tavoitteena on kuvata ja analysoida talk show -haastattelijoiden humoristista viestintää havainnoimalla televisiosta nauhoitettuja talk show -haastatteluja. Huomiota kiinnitetään erityisesti haastattelijoiden huumorin määrään ja luonteeseen, huumorin aiheisiin, huumorin ilmenemiseen verbaalisesti ja nonverbaalisesti, humorististen puheenvuorojen muotoon ja sijoittumiseen haastattelun kulussa sekä huumorin kohdistamiseen ja tehtäviin. Haastattelujen vuorovaikutuksellisen luonteen vuoksi myös haastateltavien reaktiot haastattelijoiden huumoriin nostetaan tarkastelun kohteeksi. Tässä luvussa tarkastellaan ensin haastattelijoiden tuottaman huumorin määrää, jonka jälkeen esitellään heidän tuottamansa huumorin luonnetta.

Tutkimuksessa analysoiduissa talk show -haastatteluissa esiintyy runsaasti huumoria. Haastattelijat käyttävät 15 haastattelun aikana yhteensä 504 puheenvuoroa, joista 177 sisältää huumoria. Näin ollen noin 35 % kaikista haastattelijoiden käyttämistä puheenvuoroista sisältää humoristista ainesta. Kaikki haastatteluun osallistujat käyttävät 15 haastattelun aikana yhteensä 955 puheenvuoroa, joten lähes viidennes (n. 19 %) kaikista haastatteluissa käytetyistä puheenvuoroista sisältää haastattelijoiden tuottamaa huumoria. Kun otetaan lisäksi huomioon, että myös monet haastateltavien puheenvuorot sisältävät huumoria, voidaan huumorin todeta kuuluvan vahvasti talk show -haastattelujen vuorovaikutukseen. Haastatteluun osallistuneiden henkilöiden puheenvuorojen määrät sekä haastattelijoiden osalta huumoria sisältävien puheenvuorojen osuus kaikista käytetyistä puheenvuoroista on koottu taulukkoon 2.

TAULUKKO 2 Puheenvuorojen määrä ja haastattelijoiden huumorin osuus

haastattelun tunnistus	Hyppönen		Enbuske		haastattelijoiden puheenvuorot f	muiden puheenvuorot f	koko haastattelu yht.
	puheenvuoroja f	joista huumoria sisältäviä f (%)	puheenvuoroja f	joista huumoria sisältäviä f (%)			
H1	9	9 (100)	32	9 (28)	35	1	77
H2	19	11 (58)	7	2 (29)	18	0	44
H3	19	8 (42)	13	7 (54)	19	0	51
H4	20	10 (50)	8	7 (88)	21	0	49
H5	12	8 (67)	23	7 (30)	26	0	61
H6	31	12 (39)	9	1 (11)	29	2	71
H7	40	8 (20)	3	0 (0)	36	8	87
H8	7	1 (14)	13	3 (23)	16	7	43
H9	40	14 (35)	8	1 (13)	35	12	95
H10	ei paikalla	ei paikalla	30	6 (20)	19 + 20	4	73
H11	ei paikalla	ei paikalla	42	8 (19)	40	0	82
H12	ei paikalla	ei paikalla	26	8 (31)	25	3	54
H13	13	6 (46)	14	6 (43)	21	0	48
H14	20	9 (45)	9	0 (0)	21	2	52
H15	28	10 (36)	9	6 (67)	28	3	68
yht.	258	106 (41)	246	71 (29)	409	42	955

Taulukkoa tarkasteltaessa on syytä pitää mielessä, että numeeriset arviot haastatteluun osallistuneiden henkilöiden käyttämistä puheenvuoroista ja huumoria sisältävien puheenvuorojen määrästä eivät monestakaan syystä pysty antamaan kovin syvällistä kuvaa haastatteluista. Puheenvuorojen määrää tärkeämpänä voidaankin pitää niiden sisältöä, muotoa, laatua, kestoja ja funktiota. Onkin huomattava, että yhdeksi puheenvuoroksi laskettu jakso saattaa koostua vain yhdestä sanasta tai jopa lähes minuutin mittaisesta monologista ja sisältää joko lähinnä verbaalista viestintää tai myös muunlaista viestintäkäyttämistä. Yksi puheenvuoro saattaa lisäksi sisältää joko vain yhden tai useamman humoristisen kokonaisuuden, esimerkiksi humoristisen kommentin sekä uuden huumorilla varustetun kysymyksen. Lisäksi on huomattava, että puheenvuorojen määrää oli ajoittain vaikea hahmottaa, koska haastatteluun osallistuneet henkilöt puhuivat välillä päällekkäin.

Kaikesta huolimatta taulukkoon 2 kerätyt tiedot auttavat hahmottamaan haastatteluissa esiintyvän huumorin määrää. Taulukko 2 tukee aineistosta yleisemminkin tehtyä havaintoa, jonka mukaan molempien haastattelijoiden viestintä sisältää tämän tutkimusaineiston talk show -haastatteluissa runsaasti humoristisia aineksia. Tulos ei ole sinällään yllättävä, sillä

talk show -haastattelujen yhtenä tavoitteena on olla viihdyttäviä ja viihdyttämisen vastuu kuuluu viime kädessä haastattelijalle (ks. esim. Munson 1993, 63; Tolson 1991, 178).

Sen lisäksi, että tutkimuksessa analysoiduissa talk show -haastatteluissa esiintyy runsaasti huumoria, havainnointi osoitti, että haastattelijat tuottavat monentyyppistä huumoria. Haastattelijoiden huumori näyttää toisinaan olevan puhtaasti hauskaa, hyvántahtoista ja leikkimielistä kommentointia esimerkiksi nokkelien sanavalintojen ja hullunkuristen ideoiden avulla (ks. esimerkki 1, käytetyt litterointimerkinnot on selitetty liitteessä 6).

Esimerkki 1 Sara La Fountainin haastattelu 26.2.2004

((La Fountain näyttää, miten kotona voi tehdä litteää pastalevyä))

Hyppönen: mutt eiks helpompaa ois jos halutaan siis visuaalisesti sama efekti (.) oo tunkee suu täyteen Hubba Bubbaa ja laittaa se kadulle ja antaa rekan ajaa ylite (.) toi näyttää aika samalta

Haastattelijoiden humoristinen viestintä ei kuitenkaan vaikuta aina olevan pelkästään hyvántahtoista ja välitöntä hauskuuttamista. Havainnointi osoittikin, että huumori on välillä ilkikurista ja jopa tyytä henkilökohtaisuksiin menevää vihjailua. Huumorin avulla voidaan esimerkiksi arvostella haastattelutilanteeseen osallistuvia ihmisiä ja heidän tekemiään valintoja ja edustamia asioita (ks. esimerkki 2).

Esimerkki 2 Jari Karjalaisen haastattelu 11.3.2004

Hyppönen: mutt ihan oikeesti (.) mitä helvettiä te puuhaillette nyt tän humpan kanssa hehe

Myös aikaisemmissa tutkimuksissa on havaittu, että huumori voi olla periaatteellisesti joko viestinnän osapuolia yhdistävää tai erottavaa (ks. esim. Meyer 2000, 316–323). Huumori mielletään kuitenkin usein pelkästään esimerkin 1 kaltaiseksi hyvántahtoiseksi ja hauskuuttamiseen pyrkiväksi leikinlaskuksi, vaikka huumorin tosiasiallisena tarkoituksena voi olla myös toisten loukkaaminen tai vaikkapa keskustelun provosoiminen (Miczo 2004, 210; Vangelisti 1994, 61).

6.2 Huumorin aiheet

Tutkimusaineiston havainnointi osoitti, että talk show -haastattelijoiden tuottama huumori voi liittyä lähestulkoon mihin tahansa keskustelun aiheeseen. Tutkimusaineistosta löydetty huumorin aiheet voidaan ryhmitellä esimerkiksi 1) haastateltaviin, 2) haastattelijoihin itseensä, 3) ohjelman ulkoisiin puitteisiin ja haastattelutilanteeseen, 4) ajankohtaisiin julkisuuden henkilöihin, 5) muihin ajankohtaisiin aiheisiin, 6) politiikkaan, 7) alueellisiin olosuhteisiin sekä 8) ammattiryhmiin, tuotemerkkeihin ja muihin medioihin liittyviin huumorin aiheisiin. Aineistosta löytyy myös huumoria, jonka ei voida katsoa liittyvän mihinkään tiettyyn aiheeseen. Vaikka myös muihin aiheisiin liittyvää huumoria tuotetaan satunnaisesti, edelliset ryhmät erottuvat aineistosta kaikkein selvimmin.

Haastateltaviin liittyvä huumori

Havainnointi osoitti, että haastateltaviin liittyvä huumori voi koskea esimerkiksi haastateltavien yksityiselämää, ammatinkuvaa tai julkisuuskuvaa (ks. esimerkki 3). Huumori liittyy usein esimerkiksi johonkin haastateltavalle sattuneeseen kummallukseen (ks. esimerkki 4).

Esimerkki 3 Sara La Fountainin haastattelu 26.2.2004
 Hyppönen: tota mutt tää jotenkin vaikuttaa ihan huijaukselta tää ett sä oot olemassa koska niinku ett se ett nää sun ammatilliset referenssit jossa sä oot ollu (.) käydään kohta vielä läpi niitä mutt sä oot ollu CIA:ssa New Yorkin lähistöllä joka on yksi maailman arvostetuin kokkikoulu (.) sitten sussa on intiaanin verta -- sitt sun nimi on Sara La Fountain ja osaat tehdä ruokaa (.) oisit nyt keksiny **vähän uskottavamman** viitetarinan hehe jotain jättäny tästä setistä pois --

Esimerkki 4 Petteri Summasen haastattelu 11.3.2004
 Enbuske: sä oot alottanu tän vuoden rajusti (.) pari viikkoo sitten (.) melkein **tapoit** suomalaisen kansallissankarin eli (.) teit jotain pahaa Arvi Lindille (.) mitä tapahtui

Huumori saattaa koskea myös jotain haastateltavan sisäistä tai ulkoista ominaisuutta, kuten persoonallisuutta, ikää tai ulkonäköä. Huumori voi liittyä sekä haastateltavien aikaisempiin puheisiin ja tekoihin (ks. esimerkki 5) että kyseisen haastattelutilanteen tapahtumiin (ks. esimerkki 6).

- Esimerkki 5 Bettina Sångbomin haastattelu 19.2.2004
 ((Jari Sillanpään Euroviisu-karsintojen voitto ei tullut Sångbomille yllätyksenä))
 Hyppönen: ja sitten te saakeli pitkititte sitä lähetystä kolme neljä tuntia sen illan aikana (.) OISITTE
 SANONU ett tää on nyt tässä vaiheessa jo selvä ((muuttaa ääntään))
- Esimerkki 6 Peter Franzénin haastattelu 19.2.2004
 Hyppönen: -- oliko se ((hotellihuoneen rikkominen)) sen arvoista koska mä itse harkitsen samaa
 mutta mun konservatiivinen kotikasvatus ja sitten rajalliset rahalliset puitteet ei oo
 toistaiseksi mahdollistaneet (.) suositteletko (.) lyhyt vastaus
 Franzén: joo (.) mä voisin sanoa että mullakin on hyvin konservatiivinen kotikasvatus
 Hyppönen: no: (.) mä katson videolta tän haastattelun niin ehkä tää vastaus sitten selviää mulle

Haastattelijoihin liittyvä huumori

Tutkimusaineistosta ilmeni, että monet talk show -haastattelijoiden humoristiset puheenvuorot kohdistuvat myös heihin itseensä. Haastattelijat löytävät huumorin aiheita niin itsestään kuin toisesta haastattelijastakin. Huumori voi kohdistua esimerkiksi heidän ulkonäköönsä, persoonallisuuteensa, puheeseensa tai muuhun toimintaansa (ks. esimerkki 7). Myös haastattelijoiden ikää käsittelevä huumori on yleistä (ks. esimerkki 8).

- Esimerkki 7 Ilkka Alangon haastattelu 12.2.2004
 Enbuske: -- nyt kun aina puhutaan siitä, että kun ihmiset muuttaa pois pieniltä paikkakunnilta niin
 esimerkiksi kun Henkka muutti pois Kouvolasta se liimas nämä tatuoinnit ihteensä
 ((koskettaa Hyppösen käsivartta)) ja muuttu muutenkin ulkonäöllisesti =
 Hyppönen: = leikkasin tukan ja aloin harjata hampaita
- Esimerkki 8 Mira Salon haastattelu 12.2.2004
 Hyppönen: -- sä oot kuitenkin vähän nuorempi kuin **me** (.) vanhat herrat kiitos **vaan** --

Talk show -haastattelijoiden itseensä kohdistama huumori on usein vähättelevää. Aineiston havainnointi osoittikin, että haastattelijat uskaltavat panna itsensä peliin ja nauraa myös itselleen (ks. esimerkki 9).

- Esimerkki 9 Ville Valon haastattelu 26.2.2004
 Valo: -- mä oon kuullu että sulla on flaksi parempi kun mulla Helsingin yössä
 Hyppönen: okei jaa (.) hyvä (.) mä oon itse asiassa itse levittäny sitä huhua

Ohjelman ulkoisiin puitteisiin ja haastattelutilanteeseen liittyvä huumori

Talk show -haastattelijat löytävät aiheita huumorilleen myös itse ohjelmasta, ohjelman tuotantoyhtiöstä sekä muista ohjelman työntekijöistä (ks. esimerkit 10 ja 11). Tämän lisäksi huumorin aihe liittyy toisinaan joko televisionkatsojiin tai studioyleisöön (ks. esimerkki 12). Myös monet haastattelutilanteeseen liittyvät puheenvuorot ovat humoristisia.

Huumorin aiheena voi olla esimerkiksi keskustelutila, keskustelunkulku tai keskustelun aihe (ks. esimerkki 13).

Esimerkki 10 Mikko Silvennoisen haastattelu 4.3.2004

Enbuske: mutta esimerkiks Hymy-lehdessä luki (.) uusimmassa (.) jota me käytetään täällä pääasiallisena tietolähteenä --

Esimerkki 11 Mariskan haastattelu 19.2.2004

Enbuske: onks Experience-toimitus nyt ihan hukassa kun me löydetään tästä biisistä niinku merkkejä saatanasta, marihuanasta ja naisten genitaaleista ((kaikki nauravat)) ilmeisesti meidän päässä on jotain vikaa --

Esimerkki 12 Sara La Fountainin haastattelu 26.2.2004

((haastattelun lopussa))

Hyppönen: --kiitoksia Antti (.) kiitoksia Ville (.) kiitoksia Sara (.) ens viikkoon moi moi (.) nyt saa hengittää yleisö

Esimerkki 13 Katja Kallion haastattelu 12.2.2004

Kallio: eri ystävät toteuttaa ihan eri **roolia** ja ihan eri **funktioita** niinku elämässä että eihän runollinen ystävä oo ikinä sama kuin synnytyssairaalaystävä jonka kanssa puhutaan niinku häpyhuulten turvotuksesta ja välilihoista ja tällasista / tosi protesteista asioista --

Hyppönen: / no **n(h)yt** päästiin asiaan

Ajankohtaisiin julkisuuden henkilöihin liittyvä huumori

Tutkimusaineistosta ilmeni, että monet talk show -haastattelijoiden humoristiset puheenvuorot käsittelevät julkisuudesta tunnettujen henkilöiden elämää ja ominaisuuksia. Tutkimusaineistosta löytyi sekä kotimaisiin että ulkomaisiin julkisuuden henkilöihin kohdistuvaa huumoria. Haastattelijoiden huumorin kohteeksi joutuivat muun muassa monet tunnetut viihteen ammattilaiset (esim. Ilkka Lipsanen, Frederik, Jamppa Tuominen, Russell Crowe), urheiluun liittyvät henkilöt (esim. Hannu Jortikka) sekä muilla tavoin julkisuuteen kohonneet henkilöt (esim. Seppo ”Sedu” Koskinen, Miljonääri Jussi, Jasmin Mäntylän poikaystävä Markku Valtanen).

Huumorin kohteeksi joutuvat julkisuuden henkilöt liittyvät usein jollain tavalla haastateltavan elämään tai kokemuspäiriin, toisinaan sidos on heikompi. Vaikka haastattelijat käsittelevät osaa julkisuuden henkilöistä ikään kuin ihailevasti ja kunnioittavasti, julkisuuden henkilöihin liittyvä huumori näyttää olevan yleensä jollain tapaa arvostelevaa ja asenteeltaan vähättelevää. Esimerkeistä 14 ja 15 käy hyvin ilmi, millaista julkisuuden henkilöihin liittyvä huumori voi olla.

Esimerkki 14 Mariskan haastattelu 19.2.2004

Hyppönen: sä oot ilmeisesti ainoo ihminen joka pystyy kuuntelemaan Dr. Ammondin joka (.) hän laulaa Elvistä latinaksi ja ymmärtämään sanoitukset (.) onko näin

Mariska: ai niin tämä (.) valitettavasti mun opinnot ei päässy niin pitkälle

Hyppönen: ((iskee nyrkin pöytään)) siinä meni Dr. Ammondin ainutkin kuuntelija

Esimerkki 15 Antti Jokisen haastattelu 26.2.2004

((Jokinen kertoo julkisuuden henkilöiden olevan välillä hankalia))

Enbuske: millä tavalla joku Shania Twain oli hankala (.) oliko se niin kun Michael Jackson että se vaati jotain kirahveja sinne ja / leijonia

Jokinen: / ei (.) ei kirahveja vaan hevosia --

Muihin ajankohtaisiin aiheisiin liittyvä huumori

Tutkimusaineistosta ilmeni, että talk show -haastattelijat löytävät aiheita huumorilleen myös monista ajankohtaisista tapahtumista ja tilanteista (ks. esimerkki 16). Huumoria linkitetäänkin niin missikisoihin ja Euroviisuihin kuin vaikkapa vasta julkaistuihin elokuvaan. Myös monet yhteiskunnalliset ilmiöt päätyvät haastattelijoiden humoristisiin puheenvuoroihin (ks. esimerkki 17).

Esimerkki 16 Mikko Silvennoisen haastattelu 4.3.2004

Enbuske: -- mä katoin sitä ((Oscar-gaalaa)) tuossa sunnuntai-iltana ja esimerkiks ne toimittajat kaikki niin (.) mä en pystyis oleen siellä telkkarissa koska mä en jaksais hymyillä niin kauan yhteen menoon että nehän on ihan (.) hillittömän pirteitä --

Esimerkki 17 Ilkka Alangon haastattelu 12.2.2004

Enbuske: -- ja kun miettii suomalaista parisuhdetta se kestää keskimäärin seittemän vuotta ja jotain ja pääkaupunkiseudulla vähemmänkin --

Politiikkaan liittyvä huumori

Vaikka talk show -haastattelijat eivät keskity tässä tutkimusaineistossa käsittelemään poliittisia aihepiirejä, osa haastattelijoiden humoristisista puheenvuoroista liittyy tavalla tai toisella politiikkaan. Politiikkaan ja poliitikkoihin liittyvää huumoria löytyy kaikkialta aineistosta, mutta haastattelijoiden humoristinen viestintä liittyy päivänpoliitikkoihin, puolueisiin sekä muuhun poliittiseen toimintaan varsinkin silloin, kun vieraana on poliitikko. Haastattelijat eivät näytä kannattavan mitään tiettyä puoluetta toista enemmän, vaan he arvostelevat tasapuolisuuden nimissä useita eri poliitikkoja ja puolueyhmiä. Esimerkit 18 ja 19 kuvastavat hyvin politiikkaan liittyvää huumoria.

Esimerkki 18 Sari Sarkomaan haastattelu 11.3.2004

Hyppönen: mutta tota Ilta-Sanomathan on jo päättänyt ehdokkaat ja oli kaiken lisäksi vielä kertonut että kuka voittaa (.) tän päivän Ilta-Sanomien mukaan Martti Saarikangas saa 10 % kannatuksen (.) Ilkka Kanerva 17 % kannatuksen ja Marjo Matikainen-Karlström 34 % kannatuksen (.) **kansalta** (.) mutta ilmeisesti teidän ette kysy kansalta että kuka teidän puheenjohtajaksi tulee hehe jos oon ymmärtänyt oikein

Esimerkki 19 Sari Sarkomaan haastattelu 11.3.2004

Hyppönen: -- onks Sauli Niinistöä kysely takasin että jos se ois kyllästynyt jo (.) Eurooppa-kuvioihin ja tulossa takaisin kuitenkin siinähan oli (.) kaveri jolla ihan selkeesti oli ballsit

Alueellisiin olosuhteisiin liittyvä huumori

Havainnoinnin perusteella talk show -haastattelijoiden huumori liittyy usein myös moniin alueellisiin erityispiirteisiin. Varsinkin eri paikkakuntiin liittyviä stereotypioita hyödyntävää huumoria oli runsaasti havaittavissa (ks. esimerkit 20 ja 21).

Esimerkki 20 Ilkka Alangon haastattelu 12.2.2004

Hyppönen: jos ootte menossa Kouvolaan niin kypärät sitten vaan päähän kun meette nakkikioskille illalla safkaan

Esimerkki 21 Anna-Leena Härkösen haastattelu 4.3.2004

((haastattelun välissä on näytetty Oulusta kertova videoinsertti))

Enbuske: tuliks tuossa ahistuneit muistoja vai (.) vai hyviä / muistoja

Härkönen: / ei kun tosi hyviä muistoja (.) tuli oikein semmonen ikävä että pitäiskö taas lähtee käymä(h)än

Enbuske: se kyllä haihtuu sitten kun on vähän aikaa siellä

Ammattiryhmiin, tuotemerkkeihin ja muihin medioihin liittyvä huumori

Tutkimusaineiston mukaan haastattelijat tuottavat huumoria myös moniin ammattiryhmiin liittyen – unohtamatta suinkaan talk show -haastattelihoita ja muuta televisioväkeä (ks. esimerkki 22). Ammattiryhmiin liittyvien puheenvuorojen humoristisuus perustuu usein stereotypioilla ratsastamiseen. Esimerkiksi esimerkissä 23 Hyppönen esittää kaikkien rakennustyömaalla työskentelevien käyttäytyvän tietyllä tavalla.

Esimerkki 22 Bettina Sägboomin haastattelu 19.2.2004

((Sägboom kertoo olleensa aina suorasukainen))

Hyppönen: no miten ihmiset reagoi siihen sitten noin niinku ulkopuolella että tv-studiossahan ne teeskentelee olevansa aina hyvällä fiiliksellä ja huumorintajusia

Esimerkki 23 Mira Salon haastattelu 12.2.2004

Hyppönen: okei (.) sä koet sen positiivisena ett vaikka kadulla (.) sä et ilmeisesti sitten kävele paljon tuommosten rakennustyömaiden ohi -- ett siellä ne on yleensä kun ne huomaa naisen ett ÖÖÖ PLÄÄ ÖÖÖ ÖÖÖ ((heiluttaa nyrkkiään, irvistää))

Talk show -haastattelijoiden humoristiset puheenvuorot liittyvät toisinaan myös tunnettuihin tuotemerkkeihin. Sen lisäksi haastattelijat löytävät huumorin aiheita myös muista medioista. Erityisen suosittua näyttää olevan sensaatiohakuisten aikakauslehtien ja niiden sisältövirheiden kustannuksella pilaileminen (ks. esimerkki 24).

Esimerkki 24 Mikko Silvennoisen haastattelu 4.3.2004

Enbuske: mutta esimerkiksi Hymy-lehdessä luki -- että Mikko Silvennoinen **tunnusti** homoutensa
(.) olet sä jo maksanut sakot vai (.) minkäläinen

Huumori ilman erillistä aihetta ja huumorin aiheiden päällekkäisyys

Haastattelijoiden viestintä on luokiteltava toisinaan huumoriksi ilman, että puheenvuoro liittyisi suoranaisesti mihinkään aiheeseen. Esimerkiksi Peter Franzénin haastattelussa tuotetaan välillä huumoria puhumalla ”viron kielellä”, mutta humoristisen puheen ei voida ajatella liittyvän mihinkään aiheeseen. Tämän lisäksi esimerkiksi kielellisiin virheisiin tai hauskoihin sanavalintoihin perustuvalla verbaalisella huumorilla tai vaikkapa hassuihin ilmeisiin perustuvalla nonverbaalisella huumorilla on toisinaan vaikeaa esittää olevan varsinaista aihetta tai kohdetta.

Kuten edellä esitetyistä esimerkeistä ilmenee, haastattelijoiden humoristisen viestinnän voidaan ajatella toisinaan liittyvän samanaikaisesti kahteen tai useampaan aihepiiriin. Edellä esitetty huumorin aiheiden ryhmittely auttaa kuitenkin luomaan käsitystä, millaista talk show -haastattelijoiden huumori voi olla ja millaisiin aihepiireihin se voi liittyä.

Huumorin aiheiden koontia

Tutkimusaineiston havainnointi osoitti, että talk show -haastattelijoiden tuottama huumorin aiheiden kirjo on valtava ja huumoria voidaan tuottaa periaatteessa mistä aiheesta tahansa. Huumorin aiheet näyttävät kuitenkin olevan usein jollain tapaa ajankohtaisia. Tämän lisäksi ne näyttävät useimmiten linkittyvän jollain tapaa haastattelun teemoihin ja kulloisenkin haastateltavan elämänpiiriin. Osa huumorin aiheista ja humoristisista puheenvuoroista ei kuitenkaan liity suoranaisesti haastattelussa käsiteltäviin aihepiireihin. Tällaisia ovat esimerkiksi monet haastattelijoiden välihuomautukset, jotka voivat koskea periaatteessa melkein mitä tahansa.

Huumorin aiheita voidaan lähestyä myös kysymällä, millaisiin aiheisiin liittyvää huumoria aineistossa on vähän tai ei lainkaan. Koska suuri osa huumorista liittyy – ainakin assosiatiiivisella tasolla – haastattelussa käsiteltäviin teemoihin, voidaan ajatella, että esimerkiksi uskontoon liittyvät huumorin aiheet olisivat saattaneet olla vahvemmin läsnä, jos haastateltavana olisi jollakin kertaa ollut esimerkiksi pappi tai vaikkapa ateismistaan tunnetuksi tullut julkisuuden henkilö. Haastateltavilla ja haastattelun teemoilla voidaankin arvella olleen vaikutusta haastattelijoiden humoristisen viestinnän aiheisiin.

Aineistosta ei löytynyt yhtään aihepiiriä, johon liittyvät puheenvuorot olisivat olleet aina humoristisia – vaikkakin esimerkiksi haastattelijoihin itseensä liittyneet puheenvuorot olivat melko usein huumoria sisältäviä. Näin ollen tämän tutkimusaineiston perusteella voidaan esittää, että mikään ei ole sinällään huumoria, mutta kaikki inhimilliset teot ja toiminnot voivat saada humoristisen sisällön tietyssä tilanneyhteydessä. Myös aiemmissa huumoritutkimuksissa on esitetty, että mikään aihe ei ole sinällään humoristinen, mutta kaikista aiheista pystytään synnyttämään huumoria ja kaikki puheenvuorot voivat olla humoristisia tietyssä tilanneyhteydessä (Albrecht 1999, 68; Kinnunen 1994, 24–26).

6.3 Huumori verbaalisessa ja nonverbaalisessa viestinnässä

Tutkimusaineiston havainnointi osoitti, että talk show -haastattelijoiden tuottama huumori ilmenee kaikkien puheviestinnän merkkijärjestelmien välityksellä. Samalla ilmeni kuitenkin, että huumori näyttää tulevan kaikkein selvimmin esille haastattelijoiden verbaalisessa viestinnässä. Seuraavassa käsitellään haastattelijoiden verbaalista ja nonverbaalista huumoria, jonka jälkeen kootaan huumorin yhteyksiä verbaaliseen ja nonverbaaliseen viestintään.

Verbaalinen viestintä ja huumori

Tutkimuksessa ilmeni, että haastattelijoiden verbaalinen viestintä voi muodostua monella tapaa huumoriksi. Seuraavassa käsitellään huumorin ilmenemistä 1) verbaalisesti yllättävissä puheenvuoroissa, 2) arvoa muuttavissa ja stereotyyppioita vahvistavissa puheenvuoroissa, 3) sanavalinnoiltaan ja kielelliseltä ilmaisultaan kekseliäissä

puheenvuoroissa, 4) virheellisyyksiä ja liioittelua sisältävissä puheenvuoroissa sekä 5) eri kielillä esitetyissä puheenvuoroissa.

Verbaalisesti yllättävät puheenvuorot. Havainnoinnin mukaan talk show -haastattelijoiden verbaalinen huumori syntyy usein puheenvuoron yllättävästä sisällöstä tai muodosta. Yllättävyys näyttää puolestaan voivan syntyä esimerkiksi keskustelunormien rikkomisesta. Grice (1991², 308–310) viittaa vuorovaikutuksessa ääneen sanomattomina sopimuksina vaikuttaviin normeihin käsitteellä keskustelunmaksimi. Hänen mukaansa keskustelunmaksimit ovat yleisiä periaatteita, joita keskustelukumppanit odottavat keskustelussa noudatettavan. Vuorovaikutuksen kulkua ohjaa hänen mukaansa neljä maksimiä, jotka ovat määrän maksimi, tavan maksimi, laadun maksimi sekä suhdemaksimi. (Grice 1991, 308–310.) Näiden keskustelunmaksimien rikkominen näyttää toisinaan synnyttävän myös televisioiduissa talk show -haastatteluissa humoristisen vaikutelman. On kuitenkin huomattava, että keskustelunmaksimien rikkominen ei aina synnytä huumorin kokemusta vaan voi johtaa myös epäonnistuneeseen vuorovaikutukseen. Koska haastattelijoiden verbaalisesti yllättävä huumori näyttää usein perustuvan jonkin keskustelunmaksimin rikkomiselle, tutkimustulokset esitetään tältä osin Gricen keskustelunmaksimeja soveltaen.

Määrän maksimilla tarkoitetaan, että keskusteluun osallistuvien tulisi antaa toisilleen sopiva määrä informaatiota (Grice 1991, 309). Talk show -haastattelijat rikkovat usein tätä maksimiä esimerkiksi kertomalla jostain asiasta naurettavan tarkasti tai liian niukasti. Myös useiden mekaaniseen toistoon perustuvien puheenvuorojen voidaan ajatella loukkaavan määrän maksimiä: haastattelijä voi esimerkiksi kysyä haastateltavalta saman kysymyksen peräkkäin useampaan kertaan (ks. esimerkki 25). Tämä tuottaa usein ainakin kotikatsojille humoristisen kokemuksen.

Esimerkki 25 Mira Salon haastattelu 12.2.2004

Enbuske: sä oot nyt varma että aiot pysyä poikaystävänsä kanssa yhdessä

Salon: kyllä olen joo

Enbuske: lupaatko

² Alkuperäisteos 1975.

Tavan maksimilla viitataan vuorovaikutuksen selkeysvaatimukseen (Grice 1991, 309). Havainnoinnin perusteella talk show -haastattelijat synnyttävät usein – tahallaan tai tahtomattaan – humoristisen vaikutelman tuottamalla monimerkityksellisiä ja samalla verbaalisesti yllättäviä puheenvuoroja (ks. esimerkki 26).

Esimerkki 26 Jari Karjalaisen haastattelu 11.3.2004

Hyppönen: -- onks tää semmonen asia joka tulee tapahtumaan meille kaikille että me kuunnellaan nuorempana Metallicaa mutta sitten vääjäämättä kävellään (.) kohti Finlandersseja ja Solistiyhtye Suomea

Karjalainen: niinku että nuorempana kuunnellaan Metallicaa ja isompana soitetaan Finlandersseja

Hyppönen: no me ollaan niin hehe dadaismin äärellä tänään että käsitä miten haluat

Laadun maksimilla tarkoitetaan, että keskustelukumppanien tulisi puhua totta (Grice 1991, 309). Havainnoinnin perusteella humoristinen vaikutelma syntyy usein siitä, että haastattelijoiden puheenvuoron verbaalinen sisältö on itse asiassa päinvastainen kuin tilanneyhteys tai heidän nonverbaalinen viestintänsä antaa ymmärtää. Esimerkiksi esimerkissä 27 Hyppösen nonverbaalinen viestintä ja käsitys suomalaisen musiikin tilasta paljastaa, että Hyppönen ei oikeasti tarkoita sitä, mitä hän sanoo.

Esimerkki 27 Ilkka Alangon haastattelu 12.2.2004

Enbuske: -- täss levyllä ei ollu mukana esimerkiks ainuttakaan rap-osuutta ja nyt esimerkiks Dannyn uudessa biisissä (.) siis ison D:n uudessa biisissä on mukana rap (.) siis eiks se nyt ois **kuulunu** asiaan =

Hyppönen: = ne kuitenkin näyttää suunnan musiikissa ((virnuilee))

Tämänkaltaisten puheenvuorojen voidaan ajatella olevan lähellä ironiaa, sillä myös ironian avulla ilmaistaan kätkeytyä jotain, mitä ei oikeasti tarkoiteta. Ironisoija voi olla esimerkiksi kehuvinään tai kiittävinään, hän voi esittää itsestään selvän asian epävarmasti tai kuohuttavan yhdentekevän oloisesti tai hän voi vaikkapa olla liioitellun kohtelias, nöyrä tai huomaavainen. (Ks. esim. Rahtu 2004, 24–25.)

Suhdemaksimilla tarkoitetaan, että keskustelukumppaneiden tulisi pysyä asiassa (Grice 1991, 309). Keskustelun aiheet karkaavat kuitenkin talk show -haastatteluissa toisinaan melko yllättävillekin sivupoluille. Myös tämänkaltaisen aiheesta poikkeaminen on usein omiaan synnyttämään humoristisen kokemuksen (ks. esimerkki 28).

- Esimerkki 28 Petteri Summasen haastattelu 11.3.2004
 ((Summanen ei ole harmissaan, vaikka parhaan miesosan Jussi-palkinto meni tänä vuonna Mikko Leppilammelle))
- Summanen: -- suomalaiselle elokuvataivaalle tarvitaan nuoria (.) valovoimasia tähtiä jotka on hyvännäköisiä ja osaa näyttellä
- Hyppönen: onhan se parta vähän liikaa kieltämättä ((esittää hapanta))
- Enbuske: niin on (.) nuorempi kaverikin ja =
- Summanen: = mä tykkään parroista kyllä ((kaikki nauravat))
- Enbuske: okei ((kaikki nauravat))
- Summanen: **mistä** me oikein **puhutaan** hehe
- Hyppönen: mä en todella tiedä hehe mutt jotenkin tää niinku (.) viime ohjelmissa tää on **aina** jotenki eksyny naamakarvotuksen alueelle ja sitten semmoseen niinku homoeroottiseen kehuskeluun / liittyen
- Enbuske: / se **loppuu nyt** (.) SE LOPPUU NYT TÄSSÄ OHJELMASSA ((katsoo kameraan ylitotitena))

Sen lisäksi, että huumori syntyy usein edellisen kaltaisista keskustelunormien rikkomuksista, havainnointi osoitti, että talk show -haastattelijat tuottavat huumoria myös muunlaisilla verbaalisesti yllättävillä puheenvuoroilla. Haastattelijat saattaa esimerkiksi esittää haastateltavalle kysymyksen, jonka sävy muuttuu hänen paljastettuaan odottamatta kysymyksen todellisen motiivin. Esimerkit 29 ja 30 kuvastavat hyvin tällaista yllättäviin paljastuksiin perustuvaa verbaalista huumoria.

- Esimerkki 29 Peter Franzénin haastattelu 19.2.2004
 ((Franzén on hajottanut lehtien mukaan kesällä 2003 hotellihuoneen))
- Hyppönen: -- niin haluaisin vaan tietää että onko lasku jo maksettu
- Franzén: hehe jo: (.) kyllä mä uskon että kaikki osapuolet on ihan tyytyväisiä
- Hyppönen: no sitten toinen kysymys että oliko se sen arvoista koska mä itse harkitsen samaa mutta mun konservatiivinen kotikasvatus ja sitten rajalliset rahalliset puitteet ei oo toistaiseksi mahdollistaneet (.) suosittelko (.) lyhyt vastaus
- Esimerkki 30 Ville Valon haastattelu 26.2.2004
- Hyppönen: tota Ville mä oon katsellu sun kuvia (.) **himoiten** ((kaikki nauravat)) ja tota nyt kun tää parta tuli esille --

Yllättävyyden elementtiin perustuva verbaalinen huumori voi olla myös seurausta odottamattomasta, irrationaalisesta tai epäloogisesta ajatuksenkulusta (ks. esimerkki 31).

- Esimerkki 31 Bettina Sångbomin haastattelu 19.2.2004
 ((haastattelijat aikovat paljastaa suorassa lähetyksessä kaikkien niiden nimet, jotka ovat jättäneet maksamatta häviämänsä vedonlyönnit))
- Hyppönen: okei mutt hän ((Maria G.)) on tota loukkaantuneena sairaalassa tai en tiedä onko sairaalassa vai onko päässy tota kotiin (.) HÄNEN nimeään **ei julkisteta** tässä lähetyksessä

Myös esimerkkien 32 ja 33 puheenvuorot leikittelevät epätavallisilla ja jopa absurdeilla ajatuksilla ja kuvastavat täten hyvin muunlaista verbaalisesti yllättävää huumoria, jota tutkimusaineistossa esiintyi.

Esimerkki 32 Mira Salon haastattelu 12.2.2004

Enbuske: mä oikeestaan toivon vain yhtä uudistusta ((Miss Suomi -kisoihin)) jos se ois mahdollista että ens vuonna esim. juryn jäsenet ja Eino Makunen pukeutuis itse näihin uimapuku- ja korkkariyhdistelmiin jos se kerta on **heidän mielestään** luonnollista miten naiset liikkuu ((lerputtaa alahuultaan pää kallellaan, kohottaa olkiaan))

Esimerkki 33 Bettina Sångbomin haastattelu 19.2.2004

((Laika and the cosmonauts -yhtye voisi olla hyvä Euroviisu-edustaja, Sångbom arvelee kuitenkin, etteivät pojat suostuisi lähtemään kisaan))

Hyppönen: -- lähetetään ne heidän tietämättään

Verbaalisesti yllättävä huumori näyttää kaiken kaikkiaan voivan perustua hyvin monenlaisiin yllättävyyden ja odottamattomuuden elementteihin. Myös aikaisemmissa tutkimuksissa on huomattu, että verbaalisen huumorin taustalta voi löytyä hyvinkin monenlaisia yllätyksellisyyteen ja odottamattomuuteen perustuvia aineksia. Esimerkiksi Vandaele (2002, 226–239) on jakanut yllätyksellisyyteen perustuvat keinot tuottaa huumoria sääntöihin liittyviin yhteensopimattomuuksiin, kognitiivisten skeemojen yhteensopimattomuuksiin, kielellisiin yhteensopimattomuuksiin, kielenkäyttöön liittyviin yhteensopimattomuuksiin, narratiivisiin yhteensopimattomuuksiin, taiteellisiin yhteensopimattomuuksiin, sosiaalisiin yhteensopimattomuuksiin sekä absoluuttisiin eli luonnollisiin yhteensopimattomuuksiin.

Yhteensopimattomuus näyttää voivan sijaita yhden verbaalisen puheenvuoron sisällä, kahden tai useamman verbaalisen puheenvuoron välillä, verbaalisen ja nonverbaalisen viestinnän välillä tai verbaalisen viestinnän ja tilanneyhteyden välillä. Toisin sanoen kaksi yhteen kuulumatonta näyttää voivan olla eri tavoin yhdessä. Kaiken yllätyksellisyyteen ja odottamattomuuteen perustuvan verbaalisen huumorin taustalla voidaan kuitenkin ajatella vaikuttavan huumorin inkongruenssin luonteen (ks. tarkemmin luku 4.2).

Arvoa muuttavat ja stereotyyppioita vahvistavat puheenvuorot. Talk show -haastattelijoiden verbaalinen huumori näyttää havainnoinnin perusteella ilmenevän myös puheenvuoroissa, jotka muuttavat jonkun ihmisen tai jonkin asian arvoa. Haastattelija voi esimerkiksi esittää

yleisesti arvostetun huonona (arvonalennus) tai yleisesti halveksitun suurenmoisena (arvonylennys) ja ruokkia täten kuulijoiden humoristista tajuntaa. Tämänkaltainen verbaalinen huumori näyttää saavan usein jotakuta pilkkaavan sävyn, ja leikin varjolla kiusoitellaankin esimerkiksi haastattelutilanteeseen osallistuvia ihmisiä (ks. esimerkki 34) sekä ivataan muita ajankohtaisia julkisuuden henkilöitä ja tapahtumia (ks. esimerkki 35).

Esimerkki 34 Ville Valon haastattelu 26.2.2004

((Valo on kasvattanut parran))

Hyppönen: mutta tota sä näytät vähän kyllä Jeesukselta --

Esimerkki 35 Jari Karjalaisen haastattelu 11.3.2004

Enbuske: ((selaa Katso-lehteä)) täällä lukee että Miljonääri Jussista pudonnut Heidi Karlsson (.) en pieraissut ohjelmassa hehe --

Myös tämänkaltainen verbaalinen huumori esitetään usein ironian tavoin kätkeytyksi, jolloin puheenvuoron todellinen tarkoituserä jää kuulijalle arvoitukseksi, mutta antaa hänelle hyvän syyn epäillä sen sisältävän jonkinasteisen – ja usein halventavan – kannanoton kyseiseen aiheeseen. Talk show -haastattelijat arvostelevat haluamiaan aiheita huumorin avulla kuitenkin usein myös avoimesti ja peittelemättä. Tämä on yleistä myös muuntyyppisissä vuorovaikutustilanteissa, sillä huumorin kätköön piilotettuja loukkauksia pidetään usein sosiaalisesti hyväksytyinä (Foot 1997, 266–268; Graham, Papa & Brooks 1992, 164; Lynch 2002, 427).

Kuten luvussa 4.2 jo todettiin, psykologisen huumoritutkimuksen kehittämässä ylemmydentuntoteorioissa painotetaan huumorin syntyvän toisten arvon alentamisesta (ks. esim. Foot 1997, 262; Lynch 2002, 426). Tutkimusaineiston analysointi osoitti kuitenkin, että haastattelijat tuottavat huumoria myös pilkkaamalla ja vähättelemällä itseään ja esimerkiksi ohjelmaansa. Näennäisen vaatimattomuuden ja itselle nauramisen avulla synnytetäänkin toisinaan erittäin toimivaa huumoria (ks. esimerkki 36).

Esimerkki 36 Mariskan haastattelu 19.2.2004

Hyppönen: mutta eiks ihmiset käsitä tuon yleensä ett öö pukee sen sanoiks ett se on esiintymis**pelkoa** mutta sehän on normaalia elimistön valmistautumista esiintymiseen ett totta kai niinku ett (.) näkeehän tuon että jos on tällä tavalla rentona kun me Tuomaksen kanssa ((ottaa ylivelton asennon)) ett **mihin** tää johtaa hehe tällasta saadaan aikaseksi (.) jos jännittää vähän niin levystä sentään **keskustellaan** ja leffaakin käydään katsomassa ((kaikki nauravat))

Verbaalista huumoria näyttää syntyvän myös arvostelmista, jotka eivät suoranaisesti esitä kohdettansa eri valossa vaan pikemminkin vahvistavat jo siitä olemassa olevaa käsitystä. Monilla suomalaisilla lienee esimerkiksi tietynlainen – joko oikea tai väärä – käsitys jääkiekkoilijoiden vapaa-ajanviettotavoista. Esimerkki 37 kuvastaa hyvin stereotypioihin perustuvaa verbaalista huumoria, sillä Enbuske hyödyntää siinä jääkiekkoilijoihin liittyviä stereotypioita varoittaessaan tuoretta Miss Suomea julkisuuden vaaroista.

Esimerkki 37 Mira Salon haastattelu 12.2.2004

Enbuske: sitten kannattaa varoo ylipäättäänkin miehiä jotka pukeutuu näin ((näyttää Salolle kuvaa jääkiekkojoukkueesta, kuvan päälle on piirretty iso punainen rasti)) näit kannattaa varoa

Sanavalinnoiltaan ja kielelliseltä ilmaisultaan kekseliäät puheenvuorot.

Tutkimusaineistosta ilmeni, että haastattelijoiden verbaalinen huumori perustuu usein kielellä leikittelyyn sekä hauskoihin sanavalintoihin. Esimerkiksi uusien sanojen ja nimien keksiminen sekä vähän käytettyjen, monimerkityksellisten tai muuten vaan hauskojen sanojen käyttäminen tuo haastatteluun usein humoristisen sävyn (ks. esimerkit 38, 39 ja 40). Myös tavallisten sanojen käyttö yllättävässä merkityksessä tai erityisen osuvassa yhteydessä voi muuttua huumoriksi (ks. esimerkki 41).

Esimerkki 38 Jari Karjalaisen haastattelu 11.3.2004

Hyppönen: -- ja tää on mielenkiintoinen kokoonpano koska mukana on 80-luvun **rap** (.) **kerma**

Esimerkki 39 Jari Karjalaisen haastattelu 11.3.2004

Hyppönen: vielä ennen kuin (.) tuota (.) humppa tekee reinkarnaation suomalaiseseen tv-viihteeseen --

Esimerkki 40 Mariskan haastattelu 19.2.2004

Enbuske: nää oli huomattavasti vanhempia miehiä joitten kanssa sä kiersit siellä (.) opit sä niiltä mitään punk-koiruuksia

Esimerkki 41 Mariskan haastattelu 19.2.2004

((Mariska laulaa Pedon merkki -kappaleessaan numeroista 666))

Enbuske: mitäs helvettiä tämä tarkoittaa

Talk show -haastattelut ja niissä esiintyvä huumori näyttää rakentuvan pitkälti haastattelijan ja haastateltavien nokkelan kielenkäytön varaan. Esimerkiksi omien kokemusten värikäs kuvailu, lyhyet vitsit ja välihuomautukset sekä yksinkertaiset kielelliset kikat kuuluvat erottamattomana osana haastattelijoiden verbaaliseen huumoriin (ks. esimerkki 42).

Huumori ilmenee usein myös hauskojen tosimaailmaan liittyvien kertomuksien muodossa (ks. esimerkki 43).

Esimerkki 42 Peter Franzénin haastattelu 19.2.2004

((Hyppönen kehuu Franzénin roolisuoritusta))

Hyppönen: -- ja hyvin se on onnistunut (.) sitten meitä katsojia itkettää kun joutuu katsomaan (.) ei sun roolityön takia vaan sen vaikutuksesta

Esimerkki 43 Peter Franzénin haastattelu 19.2.2004

Hyppönen: olikse sulle kunnia-asia opetella sitten nämä repliikit viron kielellä koska aikoinaanhan silloin vielä Neuvostoliiton aikoina neuvostoliittolaiset näyttelijät tuli Viroon ja ne toisti ainoastaan yks kaks kolme yks kaks kolme yks kaks kolme ja sen jälkeen ne dubattiin päälle hehe ja **tää ON fakta**

Kielelliseen ilmaisuun liittyvän verbaalisen huumorin taustalla voidaan ajatella vaikuttavan ensisijaisesti huumorin huojentavien motiivien (ks. tarkemmin luku 4.2), sillä monet älykkääseen kielenkäyttöön perustuvat puheenvuorot ovat puhtaasti hyvántahtoisia kevennyksiä. Terävällä ja nokkelalla huumorilla on kuitenkin myös mahdollista arvostella asioita hyvinkin kärkkäästi. Tämän aineiston mukaan sanavalinnoiltaan ja kielelliseltä ilmaisultaan humoristiset puheenvuorot saattavat siis olla joko leikillisiä tai loukkaavia.

Virheellisyyksiä ja liioittelua sisältävät puheenvuorot. Tässä tutkimuksessa analysoiduissa talk show -haastatteluissa esiintyy myös verbaalista huumoria, joka perustuu virheellisyyksiin tai liioitteluun. Haastattelijoiden verbaalinen viestintä on usein huumoriksi luokiteltavaa esimerkiksi silloin, kun se sisältää vahingossa tai uhalla tuotetun kielellisen virheellisyyden (ks. esimerkki 44). Havainnoinnin perusteella huumoria voi syntyä myös suoranaisista asiavirheistä (ks. esimerkki 45).

Esimerkki 44 Knipin ja Mikin haastattelu 4.3.2004

Enbuske: te ootte 12 vuotta siis ollu yhdessä (.) oppiiko siinä ajassa parisuhdetaitoja öö **ihmissuhdetaitoja**

Esimerkki 45 Sari Sarkomaan haastattelu 11.3.2004

Hyppönen: Martti Saarikankaallahan tais olla silloin joku 90 prosentin kannatus Suomen presidentiks ennen kun kukaan oli nähnyt ees miehen kuvaa hehe kuultiin vaan ett joku suomalainen (.) hyvissä YK-tehtävissä ett JEE JEE (.) presidentiks meille

Enbuske: puhut sä nyt Ahtisaaresta

Hyppönen: Ahtisaaresta (.) mitä mä sanoin

Enbuske: Saarikangas ((kaikki nauravat))

Hyppönen: Martti Saarikangas hehe voi herran **jes-tas**

Havainnoinnin perusteella myös esimerkiksi rumien sanojen lipsautukset voivat keventää haastattelua ja synnyttää huumoria. Suoranaisten virheiden lisäksi huumoria voidaan tuottaa liioittelemalla asioita (ks. esimerkki 46).

Esimerkki 46 Mira Salon haastattelu 12.2.2004

Hyppönen: -- parisuhteessa on muutamia tapoja saada se poikki **hyvin** nopeasti (.) yks on se että aloittaa talon rakentamisen yhdessä (.) toinen on se että tatuoi toisen nimenomaan vartalonsa (.) sitten yhteishaastattelun antaminen jossa sanotaan että suhde kestää (.) **kyllä** (.) se on paha enne (.) no missiks tuleminen on tietenkin kanssa yks paha enne --

Eri kielillä esitetyt puheenvuorot. Havainnoinnin perusteella talk show -haastattelijoiden verbaalisesta huumorista voidaan erottaa omaksi ryhmäkseen myös puheenvuorot, joiden humoristisuus syntyy vieraiden kielten käytöstä. Esimerkiksi Peter Franzénin haastattelussa huumoria tuotetaan puhumalla välillä ”viron kielellä” (ks. esimerkki 47). Kyseisen esimerkin sisältö voisi olla toisaalta myös suomen kielellä esitettynä humoristinen, koska televisiohaastatteluissa ei ole yleensä tapana kysyä vieraalta, onko hänellä kiire.

Esimerkki 47 Peter Franzénin haastattelu 19.2.2004

Enbuske: kuis käsi käyb muuten -- kas sulla on kiire

Aineistosta oli lisäksi havaittavissa, että huumoria syntyy myös silloin, kun haastattelijat lausuvat ulkomaalaisia sanoja korostetun suomalaisittain (ks. esimerkki 48). Huumorin vaikutelma korostuu entisestään, jos haastatteluja seuraamalla on ehtinyt jo huomaamaan, että haastattelijat osaavat halutessaan lausua oikein vaikeitakin vieraskielisiä sanoja.

Esimerkki 48 Anna-Leena Härkösen haastattelu 4.3.2004

Enbuske: -- ja kun suomalaiset kilpailee aina siitä kuka on stressaantunein niin tänään me julkaistaan se ihan oikeesti kuka oli stressaantunein ja ((katso juuri testaamaansa stressimittaria)) 74,3 (.) tämän mukaan se on anger [eintsöö] eli viha

Nonverbaalinen viestintä ja huumori

Tutkimusaineiston havainnointi osoitti, että huumori ilmenee monella tapaa myös talk show -haastattelijoiden nonverbaalisessa viestinnässä. Haastattelijat näyttävät tuottavan huumoria selvimmin parakielen, kinesiikan sekä studiorekvisiitan avulla proksemiikan ja artefaktien osuuden jäädessä pienemmäksi. Seuraavassa käsitellään huumorin ilmenemistä

1) parakielen, 2) kinesiikan, 3) proksemiikan, 4) artefaktien sekä 5) studiorekvisiitan välityksellä.

Parakieli. Parakieleen kytkeytyvän huumorin kuvaaminen on usein vaikeaa, vaikkakin sen tunnistaminen on yleensä suhteellisen helppoa. Tutkimusaineiston havainnoimisen perusteella voidaan kuitenkin todeta, että talk show -haastattelijat tuottavat huumoria parakielen avulla esimerkiksi muuttamalla äänensävyään, äänenvoimakkuuttaan, puhenopeuttaan ja puherytmiään. Myös jotkut sanojen painotukset, tauot ja äännähdykset ovat toisinaan humoristisia (ks. esimerkki 49).

Esimerkki 49 Ilkka Alangon haastattelu 12.2.2004

Hyppönen: oliko muuten jengi siellä kun te tulitte yllättäen esiintymään että HÄÄÄÄÄÄ (.) täällä on Ilkka Alangon näkönen tyyppi (.) se **laulaa** täällä

Havainnointi paljasti, että huumoria voidaan synnyttää myös muuttamalla ääntä kokonaisuudessaan sekä esimerkiksi imitoimalla ja matkimalla tunnettujen julkisuuden henkilöiden ääntä, haastatteluun osallistuvien puhetyyliä tai vaikkapa tietyn kieliryhmän edustajia (ks. esimerkki 50).

Esimerkki 50 Bettina Sägboomin haastattelu 19.2.2004

Hyppönen: -- koska tässä ensimmäinen mielikuva on se että okei no siellä on suomenruotsalainen ja ((muuttaa ääntään)) poikana ykstoist tuo eräänä aamuna minulle englannin ja mikä se on mikä se on

Kinesiikka. Tutkimusaineistosta ilmeni, että talk show -haastattelijat hyödyntävät huumorin tuottamisessa myös kineettistä viestintää. He voivat synnyttää huumoria esimerkiksi ottamalla kasvoilleen hassuja ilmeitä, liikehtimällä oudosti, elehtimällä tavanomaisesta poikkeavalla tavalla, istumalla poikkeavassa asennossa tai vaikkapa suuntaamalla katseensa pöytänsä tai kattoon. Aineistosta ilmeni lisäksi, että oikeassa kohdassa pelkkä silmien pyörittäminen, kravatin kiristäminen tai kulmakarvojen kohottaminen voi olla humoristista. Myös näennäinen vakavoituminen voi olla humoristista. Varsinkin Enbuske sisällyttää puheenvuoroihinsa usein huumoria ilman, että ilmekään värähtäisi hänen kasvoillaan. Esimerkki 51 kuvastaa hyvin tapoja, joilla kinesiikka liittyy talk show -haastattelijoiden humoristiseen viestintään.

Esimerkki 51 Ville Valon haastattelu 26.2.2004

Hyppönen: -- mutt must tuntuu että Vesa Karvisen kohdalla kun kaveri on kuitenkin rakentamassa **linnaa** Tuuriin ((pyörittelee silmiään))

Huumori voi syntyä myös toisten ihmisten koskettelusta. Tutkimusaineistosta löytyi esimerkiksi kohta, jossa Hyppönen koskettaa Ilkka Alangon käsivartta ja herättää samalla toiminnallaan huvittuneisuutta (ks. esimerkki 52). Kyseisen esimerkin kohdalla on kuitenkin huomattava, että Hyppösen verbaalinen viestintä on samaan aikaan humoristista, eikä voida varmaksi tietää, riittäisikö haastateltavan käsivarren koskettaminen yksistään synnyttämään humoristisen vaikutelman.

Esimerkki 52 Katja Kallion haastattelu 12.2.2004

Hyppönen: ((koskettaa Alangon kättä ja kumartuu hänen puoleensa)) Ilkka (.) sä oot ihana

Proksemiikka. Talk show -haastattelijat eivät tuottaneet tässä tutkimusaineistossa merkittävästi huumoria esimerkiksi muuttamalla istumajärjestystä, tilankäyttöä tai vaikkapa etäisyyttään muihin läsnäolijoihin. Proksemiikalla ei vaikutakaan havainnoinnin perusteella olevan talk show -haastattelijoiden huumorin kannalta olennaista roolia. Huumoria syntyi kuitenkin muutamaan otteeseen esimerkiksi siitä, että haastattelijat siirtyivät tavallaan lähemmäksi haastateltavaa (ks. esimerkki 53).

Esimerkki 53 Sara La Fountainin haastattelu 26.2.2004

((La Fountain opettaa leikkaamaan sipulin oikealla tavalla))

Hyppönen: ja tää ei niinku itketä sitten (.) mä en usko ((työntää nenänsä kiinni leikkauslautaan))

La Fountain: no j(h)os sä ihan **sihen** käyt niin sitt varmaan hehe

Artefaktit. Myöskään artefakteilla ei näytä olevan tämän tutkimusaineiston mukaan olennaista osuutta talk show -haastattelijoiden huumorin tuottamisessa, vaan esimerkiksi haastattelijoiden vaatetus, kampa ja korujen käyttö on melko neutraalia. On kuitenkin huomattava, että vaikka huumori ei ilmennytkään usein suoranaisesti artefaktien välityksellä, artefaktit olivat usein huumorin kohteena ja niistä tehtiin pilaa verbaalisen viestinnän avulla.

Studiorekvisiitta. Havainnointi osoitti, että talk show -haastattelijat hyödyntävät monenlaista studiorekvisiittaa haastattelujen keventämisessä. Huumoria tuotetaan

esimerkiksi selailemalla aikakauslehtiä ja esittämällä humoristisia videoinserttejä, joiden sisältöä käsitellään yhdessä (ks. esimerkki 54).

Esimerkki 54 Bettina Sångbomin haastattelu 19.2.2004

Hyppönen: meillähän on tietenkin yks **tärkeä** kysymys vielä sulle olemassa (.) mehän etsitään (.) niin kuin osa meidän katsojista jo tietää tässä vaiheessa ohjelmaa (.) vastausta tärkeään urheilukysymykseen ((kaikki nauravat)) kysymme sinultakin (.) Bettina (.) **onhan** Hannu Jortikka vuoden SM-liigavalmentaja (.) ennen kuin vastaat katsotaan pieni videonäyte ((katsotaan videopätkä, jossa Jokereiden valmentaja Hannu Jortikka ei esiinny edukseen))

Hyppönen: näin siis Hannu Jortikka sunnuntaina Jokerit–Blues-pelin jälkeen mutta Bettina (.) **onhan** Hannu Jortikka vuoden SM-liigavalmentaja

Bettina: mä en o(h)o nähny tätä pätkää aiemmin mutta **on se**

Hyppönen: ((riemastuu)) ON SE (.) ON SE

Haastattelijat tuovat haastattelutilanteeseen mielellään myös tavaroita, joissa on heidän mielestään jotain huvittavaa (ks. esimerkki 55). Monet tällaiset esineet liittyvät tavalla tai toisella haastateltavan elämänpiiriin. Haastattelijat voivat hyödyntää hauskoja tavaroita myös houkutellessaan haastateltavia huvittelemaan kanssaan (ks. esimerkki 56). Tavaroiden ja muun konkreettisen rekvisiitan lisäksi haastattelijat voivat luoda huumoria myös esimerkiksi musiikin avulla (ks. esimerkki 57).

Esimerkki 55 Peter Franzénin haastattelu 19.2.2004

Hyppönen: ((Hyppönen pitää kädessään elokuvajulistetta, jossa komeilee koiran pää))
 puhutaan seuraavaks Koirankynnen leikkaajasta (.) tässä on elokuvajuliste jossa (.) kuten kaikki näkee tää on hyvin **hyvin** selkeää kieltä tota (.) kuinka suurena loukkauksena otit sen että Pahoissa pojissa sä olit isolla leffajulisteessa mutta nyt sun paikan on ottanu suomenpystykorva mutt SUN NIMI on kuitenkin tässä alla (.) **Pe:ter Franzén -- narttu** hehe NARTTU otti Peter Franzénin paikan leffajulisteessa

Esimerkki 56 Knipin ja Mikin haastattelu 4.3.2004

Enbuske: nimittäin tota tänä iltana (.) suomalaisethan kilpailee aina siitä esimerkiks kuka on stressaantunein niin mulla on tämmönen hieno (.) stressimittari mitä voi tilata internetistä kun mä jotenkin saan tän kaivettua esiin (.) no niin eli me kilpaillaan siitä -- ((mittaavat Mikin mielialan sormenpäästä))

Enbuske: tää näyttää 88,7 eli sä oot happy eli iloinen ((kaikki nauravat)) et enää ollenkaan niinku stressaantunu

Esimerkki 57 Peter Franzénin haastattelu 19.2.2004

Hyppönen: mutt haluaisin vielä yhen jutut tässä nyt kun ollaan tällä tavalla paikalla kaikki kolme Suomen merkittävintä miesseksisymbolia (.) niin ajattelin että järjestetään naisille jotain hauskaa meillä on varattu nimittäin musiikkia ja meidän kuvausryhmä on valmiina ottamaan lähikuvia meistä joten naiset (.) olkaa hyvä ((Franzén, Hyppönen ja Enbuske poseeraavat kameralle vuorotellen, taustalla soi Barry White))

Kuvaavia esimerkkejä studiorekvisiitan käyttöön perustuvasta huumorista ovat myös tuoreen Miss Suomen turvaksi tehdyt varoitustaulut (ks. esimerkki 58) sekä televisioruutuun sijoitetut lisätekstit (ks. esimerkki 59).

Esimerkki 58 Mira Salon haastattelu 12.2.2004

Enbuske: tässä on pari tämmöstä varotusjuttua ett mitä kannattaa varoo (.) me annetaan nämä sitten sinulle mukaan (.) tässä on ensimmäinen tää ((näyttää Oskari Katajiston kasvokuvaa, jonka päälle on piirretty iso punainen rasti)) onks sulla ollu mitään yritystä sen suunnasta

Esimerkki 59 Mira Salon haastattelu 12.2.2004

Televisioruudun alalaidassa on ollut koko lähetyksen ajan teksti M.S.P.L. ja juokseva aika tyyliin 4 vrk 59 min 10 s. Hyppönen paljastaa myöhemmin tekstin tarkoittavan Miss Suomen poikaystäväen lähtölaskentaa. Ajastin näyttää samalla sen, kauanko Salo on ollut missinä.

Kuten verbaalisen huumorin, myös nonverbaalisen huumorin humoristisuus perustuu monenlaisiin seikkoihin. Osa nonverbaalisesta huumorista näyttää esimerkiksi perustuvan johonkin viestinnän yllättävään ja odottamattomaan piirteeseen, osa näyttää puolestaan syntyvän vaikkapa keskustelunnormeja ja yleisiä käytänteitä rikkovasta viestinnästä. Tämän tutkimuksen perusteella nonverbaalinen huumori voi perustua myös arvojen muuttamiseen tai statuksen vahvistamiseen, liioitteluun sekä mekaaniseen toistoon. Toisin sanoen myös nonverbaalisesta huumorista on löydettävissä kytköksiä ainakin huumorin inkongruenssiteorioihin sekä ylemmydentuntoteorioihin (ks. tarkemmin luku 4.2).

Verbaalista ja nonverbaalista huumoria koskevien tulosten koontia

Tämän tutkimuksen mukaan talk show -haastattelijoiden huumori ilmenee kaikkien puheviestinnän merkkijärjestelmien välityksellä. Huumori näyttää kuitenkin tulevan kaikkein selvimmin esille haastattelijoiden verbaalisessa viestinnässä. Vaikka haastattelijoiden humoristisen viestinnän jakaminen verbaaliseen ja nonverbaaliseen huumoriin on periaatteessa mahdollista, on huomattava, että humoristinen vaikutelma syntyy usein vasta verbaalisen ja nonverbaalisen viestinnän yhteistyössä ja ilman toista tulkinta puheenvuoron humoristisuudesta voisikin jäädä puuttumaan. Tutkimuksessa ilmeni lisäksi, että eri merkkijärjestelmät voivat vahvistaa toistensa humoristisuutta ja vastaavasti myös poistaa – tai ainakin vähentää – toistensa humoristisuutta. Myös aiemmissa tutkimuksissa on todettu, että verbaalisen ja nonverbaalisen viestinnän erottaminen on

useimmiten hankalaa ja että nonverbaalinen viestintä voi esimerkiksi toistaa, kumota, vahvistaa, täydentää tai selventää verbaalista viestintää (Andersen 1999, 2, 69–71; Burgoon & Bacue 2003, 209; Burgoon, Buller & Woodall 1996, 158; Knapp & Hall 2002, 12–18).

Seuraavan luettelon tarkoituksena on auttaa hahmottamaan verbaalisen ja nonverbaalisen viestinnän yhteyksiä huumoriin erittelemällä, millä tavoin verbaalinen ja nonverbaalinen viestintä sekä huumori näyttävät voivan linkittyä toisiinsa tämän tutkimuksen perusteella:

- Sekä verbaalinen että nonverbaalinen viestintä on humoristista.
- Kumpikaan ei ole humoristista.
- Vain verbaalinen viestintä on humoristista (vakavasti esitettynä huumori voi jopa tehostua).
- Vain nonverbaalinen viestintä on humoristista.
- Verbaalinen viestintä tekee nonverbaalisesti neutraalista viestinnästä humoristista.
- Nonverbaalinen viestintä tekee verbaalisesti neutraalista viestinnästä humoristista (esimerkiksi huvittava äänenpaino tai puhetyyli voi muuttaa neutraalin kysymyksen humoristiseksi).
- Verbaalinen viestintä vahvistaa nonverbaalista huumoria.
- Nonverbaalinen viestintä vahvistaa verbaalista huumoria.
- Verbaalinen viestintä ohjaa tulkitsemaan nonverbaalisesti mahdollisen huumorin vakavaksi.
- Nonverbaalinen viestintä ohjaa tulkitsemaan verbaalisesti mahdollisen huumorin vakavaksi.

Sen lisäksi, että huumori näyttää tämän tutkimuksen perusteella muotoutuvan verbaalisen ja nonverbaalisen viestinnän saumattomassa yhteistyössä, esimerkiksi tilanneyhteys vaikuttaa tärkeältä tekijältä puntaroidessa, milloin huumoria ilmenee ja millaista se on. Tutkimuksen edetessä huomattiinkin, että vaikka huumori on toki aina kontekstisidonnaista, humoristiset puheenvuorot näyttävät olevan toisinaan vahvemmin tilannesidonnaisia ja toisinaan ikään kuin helpommin tilanteesta irrotettavia. Esimerkiksi esimerkissä 60 puheenvuoron sisältämä huumori on suhteellisen helposti tunnistettavissa, selittipä sitä edeltäneitä tai seuranneita tapahtumia sen kummemmin tai ei.

Esimerkki 60 Mariskan haastattelu 19.2.1004

Enbuske: -- opiskelit siellä yliopistossa latinaa ja muinaiskreikkaa (.) kieliä joita puhutaan latinassa ja muinaiskreikassa --

Esimerkin 61a puheenvuorossa ei sen sijaan vaikuta olevan mitään humoristista, ellei ympäröivää tilanneyhteyttä selitetä tarkemmin (ks. esimerkki 61b).

Esimerkki 61a Mira Salon haastattelu 12.2.2004

Enbuske: sä et vaan mene työpaikalle enää

Esimerkki 61b Mira Salon haastattelu 12.2.2004

((Salo ei ole irtisanoutunut entisestä työpaikastaan, vaikka hän on ollut jo neljä päivää Miss Suomena))

Enbuske: ((kujeillen)) sä et vaan mene työpaikalle enää

Huumorin yhteydet puheviestinnän merkkijärjestelmiin ovat kaiken kaikkiaan moninaiset. Koska aiemmissa tutkimuksissa on esitetty, että ihmiset merkitsevät tuottamaansa ja tunnistamaansa huumoria muun muassa erilaisin nonverbaalisin vihjein (Haakana 1996, 148–156; Miczo 2004, 211; Mulkay 1988, 46–47), tässäkin tutkimuksessa voidaan pohtia, missä määrin ja milloin esimerkiksi äänen muuttaminen on itsessään huumorin tuottamistapa ja milloin sitä tulisi lähestyä pikemminkin huumorin merkitsemistapana. Tämän tutkimuksen mukaan monet huumorin tuottamiskeinot voivat olla periaatteessa myös huumorin merkitsemiskeinoja. Lisäksi havaittiin, että äänen muuttaminen, naurahtelu, hymyily sekä asentojen levottomuus ovat yleisimmät tavat merkitä huumoria – tai ainakin yleisimmät haastattelijoiden nonverbaalisen viestinnän piirteet huumorin yhteydessä.

Monet haastattelijoiden nonverbaalisen viestinnän piirteet voivat olla myös seurausta talk show -haastattelujen humoristisuudesta. Haastattelijat näyttävät joutuvan usein esimerkiksi kohottamaan äänenvoimakkuuttaan tuottaessaan huumoria, sillä heidän pitää yksinkertaisesti saada äänensä kuuluviin vilkkaassa puheensorinassa. He saattavat joutua myös muuttamaan puhenopeuttaan varsinkin silloin, kun he haluavat lisätä nopeasti jonkin kommentin muiden puheenvuorojen väliin. Esimerkiksi verbaalinen takertelu voikin olla joko huumorin tuottamistapa tai merkitsemiskeino tai seurausta esimerkiksi huumorin aiheuttamasta innostumisesta. Näin ollen huumorin ja eri merkkijärjestelmien välisiä yhteyksiä kuvattaessa on huomioitava, että kaikki humoristisen puheenvuoron aikana välittyvä verbaalinen ja nonverbaalinen viestintä ei liity samalla tasolla ja tavalla huumorin tuottamiseen. Lisäksi on hyväksyttävä, että monienkaan asioiden väliltä ei voida löytää suoraviivaista yhteyttä ja näin päätellä, mikä on huumorin syytä ja mikä sen seurausta.

6.4 Huumorin muoto ja sijainti haastattelussa

Havainnointiprosessin aikana täytetty keskustelunetenemiskaavio (ks. liite 2) paljasti, että talk show -haastattelijat tuottavat huumoria niin haastattelujen alussa ja keskivaiheessa kuin haastattelujen lopussakin. Tämän tutkimuksen mukaan huumori voi siis sijaita missä kohdassa haastattelua tahansa. Havainnointi paljasti myös, että huumori voi olla sijoittunut keskustelun vuorotteluun monenlaisessa muodossa: huumori voi sisältyä esimerkiksi kysymykseen, toiminnan alustukseen tai välihuomautukseen. Seuraavassa käsitellään huumoria talk show -haastattelujen 1) aloituksissa ja 2) lopetuksissa, haastattelijoiden esittämissä 3) kysymyksissä ja 4) keventävissä kommenteissa sekä 5) haastattelujen koonneissa. Oman luokkansa muodostavat myös huumori haastattelijoiden 6) neuvoissa, pyynnöissä ja vastauksissa toisten esittämiin kysymyksiin sekä huumori 7) toisten puheen täydentämisessä sekä uuden toiminnan alustuksessa.

Huumori haastattelujen aloituksessa

Tutkimusaineiston havainnointi paljasti, että huumoria voi sisältyä haastatteluihin niiden alusta lähtien. Suurimmassa osassa haastatteluista (n. 73 %) joko haastattelijoiden ensimmäinen tai toinen puheenvuoro sisälsi humoristista ainesta. Haastattelun aloittava humoristinen puheenvuoro näyttää usein olevan esimerkiksi yleinen haastattelutilanteeseen liittyvä kommentti (ks. esimerkki 62). Haastattelun aloittava humoristinen puheenvuoro voi myös johdatella suoraan haastattelun teemaan ja sisältää suoraan asiaan menevän kysymyksen (ks. esimerkki 63).

Esimerkki 62 Ville Valon haastattelu 26.2.2004

((Valo saapuu studioon ja huomaa hänelle tuodun vesilasin))

Valo: ai hienoo (.) mulle on vettä kans

Hyppönen: pieni bonus hehe vesilasillinen siinä

Esimerkki 63 Petteri Summasen haastattelu 11.3.2004

((ensimmäinen haastattelussa käytetty puheenvuoro))

Enbuske: sä oot alottanu tän vuoden rajusti (.) pari viikkoo sitten (.) melkein **tapoit** suomalaisen kansallissankarin eli (.) teit jotain pahaa Arvi Lindille (.) mitä tapahtui

Huumori haastattelujen lopetuksessa

Huumoria esiintyy läpi haastattelujen, ja suuressa osassa haastatteluista (n. 40 %) myös kaikkein viimeisin haastattelijoiden käyttämä puheenvuoro sisältää huumoria. Haastattelun lopussa ilmenevä huumori voi olla esimerkiksi koko haastattelun tai haastattelun viimeisimmän aiheen kokoava kommentti (ks. esimerkki 64). Viimeisen puheenvuoron tarkoituksena on usein myös katkaista keskustelu ja valmistaa katsoja mainoskatkoon tai uuteen ohjelman osioon, joten myös näihin seikkoihin liittyvää huumoria esiintyy haastattelujen lopussa (ks. esimerkki 65).

Esimerkki 64 Knipin ja Mikin haastattelu 4.3.2004

Enbuske: itse asiassa se oli hieno kappale ja se kuullaan tänään muuten (.) suorassa lähetyksessä täällä Hyp- ÄÄÄ anteeks **Tuomas** Enbuske Experiencessä

Esimerkki 65 Sari Sarkomaan haastattelu 11.3.2004

((Sarkomaa ja Enbuske keskustelevat europolitiikasta))

Hyppönen: okei nyt kun te jätite tähän linjakeskusteluun Karlströmin suhteen me käydään pienellä katkolla (.) voitte jatkaa ihan vapaasti niin me ei sitten katsojien kanssa häiritä tätä (.) hetken kuluttua tullaan takaisin

Huumori haastattelijoiden kysymyksissä

Tutkimusaineistosta ilmeni, että haastattelijoiden humoristinen puheenvuoro on usein kysymys. Huumoria sisältävä kysymys voi olla joko uuden aiheen aloittava humoristinen kysymys tai haastateltavan vastauksesta nouseva humoristinen jatkokysymys. Esimerkit 66, 67 ja 68 kuvastavat hyvin, miten haastattelijat voivat linkittää huumoria kysymyksiinsä.

Esimerkki 66 Katja Kallion haastattelu 12.2.2004

Hyppönen: ((kohottaa kulmakarvojaan, katsoo Kalliota pää kallellaan)) kirjassa on myös kertomus Kimmo Timosen metsästämisestä ravintolaillassa niin täytyykin kysyä että **minkälainen suhde** sinulla on omaan mieheesi jos voit kirjoittaa tuollaista kirjaan vai vetäydytkö sinä nyt tämän klassisen fiktion verhon taa ((heiluttelee sormiaan))

Esimerkki 67 Anna-Leena Härkösen haastattelu 4.3.2004

((Härkönen kertoo huomanneensa, että rehellisyys ei kannata aina))

Enbuske: missä vaiheessa sä tajusit sen että rehellisyys ei kannata enää

Esimerkki 68 Mikko Silvennoisen haastattelu 4.3.2004

Enbuske: Mikko aloitti nyt myös Seta-lehden kolumnistina tässä ihan vasta (.) ja sä oot puhunu avoimesti sun homoudesta (.) **minkä** takia sä oot menny tekemään tämmöstä sun äitilles ja isälles

Koska lauseen muodollisen tehtävän eli illokuution ja rakenteellisen lausetyypin välillä ei ole välttämättä yksinkertaista vastaavuussuhdetta (ks. esim. Kieli ja sen kieliopit 1994, 89), tässäkin on huomattava, että esimerkiksi kysymykseksi tarkoitettu ja luokiteltu puheenvuoro ei ole välttämättä rakenteelliselta muodoltaan kysymyksen näköinen.

Huumori haastattelijoiden keventävissä kommenteissa

Tämän tutkimuksen mukaan talk show -haastattelijoiden humoristinen puheenvuoro on usein keventävä kommentti. Huumoria sisältävät kevennykset ja kommentit voivat sijoittua moneen kohtaan haastattelun kulussa. Humoristisia kommentteja voi esiintyä esimerkiksi ennen haastattelijoiden esittämiä kysymyksiä (ks. esimerkki 69), heidän esittämiensä kysymyksien ja haastateltavien vastauksien välissä (ks. esimerkki 70), haastateltavien puheenvuorojen aikana (ks. esimerkki 71) sekä haastateltavien puheenvuorojen jälkeen (ks. esimerkki 72). Esimerkistä 73 käy lisäksi hyvin ilmi, miten haastattelija kommentoi jatkuvasti haastattelijan sanomisia.

Esimerkki 69 Mariskan haastattelu 19.2.2004

Hyppönen: sä oot ilmeisesti ainoo ihminen joka pystyy kuuntelemaan Dr. Ammondin, joka (.) hän laulaa Elvistä latinaksi ja ymmärtämään sanoitukset (.) onko näin

Esimerkki 70 Sara La Fountainin haastattelu 26.2.2004

Hyppönen: miten Sara (.) menisit sä tekemään saman uudestaan tota koulu maksoi kuitenkin 17 640 dollaria (.) ja sitt sen jälkeen sua solvattiin siellä mikä on aina hyvä yhtälö kun on maksanu noin paljon

Esimerkki 71 Ilkka Alangon haastattelu 12.2.2004

((Alanko kertoo, että heidän levyllään oli vuonna 1990 rap-kappale))

Hyppönen: ((kesken Alangon puheenvuoron)) mutta se ei ollu oikeestaan rappia että se oli **huutoa**

Esimerkki 72 Mira Salon haastattelu 12.2.2004

((Salo kiittää varoituskylteistä))

Salo: pitää antaa poikaystävälle

Hyppönen: ((muka vihaisesti)) eikä kun **sun** pitää varoa (.) ei me tässä sun **POIKAYSTÄVÄSTÄ** olla huolissaan

Esimerkki 73 Katja Kallion haastattelu 12.2.2004

((Kallio tyypittelee Hyppösen))

Kallio: sinä sitten taas voisit olla vanhempi mies

Hyppönen: ((muka vihaisena)) no: **nii:n** (.) tuli sekin nyt saakeli esille tässä näin =

Kallio: = koska se on sillä tavalla ihana, että sillä tuntuu olevan homma hallussa

Hyppönen: et siis **tunne** minua kovinkaan **hyvin** (.) mutta kaikki otetaan vastaan

Tutkimusaineistosta löytyi myös tapauksia, joissa talk show -haastattelijan humoristinen kommentti seurasi toisen haastattelijan puheenvuoroa tai esiintyi toisen haastattelijan puheenvuorona aikana. Keventävät kommentit näyttivät toisinaan olevan syystä tai toisesta irrallisia keskustelun kulusta. Haastattelijat saattoi esimerkiksi esittää irrallisen tuntuisen humoristisen välihuomautuksen oman puheenvuoronsa aikana (ks. esimerkki 74).

Esimerkki 74 Mira Salon haastattelu 12.2.2004

Hyppönen: -- olet antanut poikaystävällesikin positiivisia signaaleja että et halua ikinä naimisiin etkä halua ikinä lapsia (.) kaikki mitä hän on varmasti halunnut ikinä kuulla (.) mut mun käsityksen mukaan sä vähän haluat oikoa näitä puheita

Huumori haastattelujen koonneissa

Tutkimusaineistosta ilmeni, että talk show -haastattelijoiden huumori sisältyy usein myös heidän tekemiinsä koonteihin eli formulointeihin. Tämän aineiston mukaan haastattelijoiden tekemät koonnit saattavat koskea joko vain edellistä puheenvuoroa tai koko edeltävää haastattelua. Koonnit esiintyvät keskustelun vuorottelussa luonnollisestikin toisten puheenvuorojen jälkeen. Haastattelijat korostavat usein koonneissaan joitain edellisten puheenvuorojen аспекteja, kehittävät sanottua eteenpäin ja tekevät siitä johtopäätöksiä. Haastattelijat saattavat koota keskustelua esimerkiksi varmistaakseen, että yleisö pysyy mukana, arvioidakseen toisten sanomisia, hankaloittaakseen tai helpottaakseen toisten asemaa sekä ohjataakseen haastattelun kulkua tiettyyn suuntaan. Koontien humoristisuus näyttääkin usein syntyvän esimerkiksi siitä, että haastattelijat ymmärtää haastateltavan sanomiset uhalla väärin ja vääristelee niitä koonneissaan (ks. esimerkki 75).

Esimerkki 75 Katja Kallion haastattelu 12.2.2004

((Kallio kertoo, että hänellä on ollut ystävänään runollinen ihminen ja että hän tarvitsee nyt uuden))

Hyppönen: eli ne ((ystävät)) on vähän niin kun kulutuskamaa

Kallio: no ei:

Hyppönen: että mulla on tarpeita niin etsitään ihminen joka **tyydyttää**

Huumori haastattelijoiden neuvoissa, pyynnöissä ja vastauksissa

Havainnointi osoitti, että haastattelijoiden huumoria voi esiintyä myös heidän antamissaan neuvoissa (ks. esimerkki 76) sekä heidän esittämässään pyynnöissä (ks. esimerkki 77). Huumori saattaa linkittyä myös haastattelijoiden puheenvuoroihin, jotka ovat vastauksia joko haastateltavien tai toisen haastattelijan esittämiin kysymyksiin (ks. esimerkki 78).

Esimerkki 76 Mira Salon haastattelu 12.2.2004

Enbuske: tätä kannattaa sitten varoo tosi paljon ((näyttää Salolle Dannyn kasvokuvaa, jonka päälle on piirretty iso punainen rasti))

Esimerkki 77 Jari Karjalaisen haastattelu 11.3.2004

Hyppönen: Tuomas on kehittänyt muutes tällasen testin =

Enbuske: = kyllä (.) voisitsä sanoa Ville Itälä (.) jämäkkä ja skarppi mies nyt oikein matalalla äänellä

Karjalainen: Ville Itälä (.) jämäkkä (.) ja skarppi mies hehe

Enbuske: mähän alan melkein uskoa tähän

Esimerkki 78 Peter Franzénin haastattelu 19.2.2004

((Hyppönen ymmärsi viron kieltä))

Franzén: ai säkin tiesit tämän

Hyppönen: no njöö njöö njöö (.) kyllä me hallitaan naapurimaiden kielet (.) ruotsit ja eestit

Huumori toisten puheen täydentämisessä ja uuden toiminnan alustuksessa

Sen lisäksi, että haastattelijat esittävät humoristisia kommentteja ja kevennyksiä, heidän huumoriaan voidaan pitää toisinaan joko haastateltavien tai toisen haastattelijan puheen täydentämisenä. Tämänkaltainen humoristinen puheenvuoro näyttää usein jatkavan jo esitetyn humoristisen idean kehittelyä (ks. esimerkki 79).

Esimerkki 79 Ville Valon haastattelu 26.2.2004

((Valo oli saanut kutsun linnanjuhliin))

Valo: -- mutt mulla oli valitettavasti nelkyt astetta kuumetta ja mä aattelin että hehe tavallaan se ois ollu oiva tilaisuus sabotoida niinku Suomen poliittista (.) johtoa hoitaa niille kaikille neljäkymmenen asteen kuume niinku köhimällä siellä ympäriinsä / mä aattelin

Hyppönen: / booliastiaan sinne mitäs täällä on = ((muka yökkää))

Valo: = mä aattelin ett on kuitenkin hivenen epäkohteliasta joten mä jouduin valitettavasti skippaamaan sen

Tutkimusaineiston havainnointi osoitti, että edellä esitettyjen mahdollisuuksien lisäksi haastattelijoiden huumori voi sisältyä puheenvuoroihin, joiden viestinnällisenä tehtävänä on johdatella haastateltavia uuteen tilanteeseen tai johonkin yhteiseen toimintaan.

Huumorin sijoittuminen haastattelijoiden puheenvuoroihin ja keskustelun kulkuun

Tämän tutkimuksen mukaan talk show -haastattelijoiden huumori voi linkittyä monenlaisia viestinnällisiä funktioita noudattaviin puheenvuoroihin ja sitä voi esiintyä missä kohdassa haastattelua tahansa. Kuten luvussa 6.1 jo todettiin, yksi puheenvuoro saattaa lisäksi sisältää monta humoristista kokonaisuutta. Yhdessä puheenvuorossa saattaa olla

esimerkiksi sekä humoristinen kommentti liittyen haastateltavan edelliseen vastaukseen että uusi humoristinen kysymys.

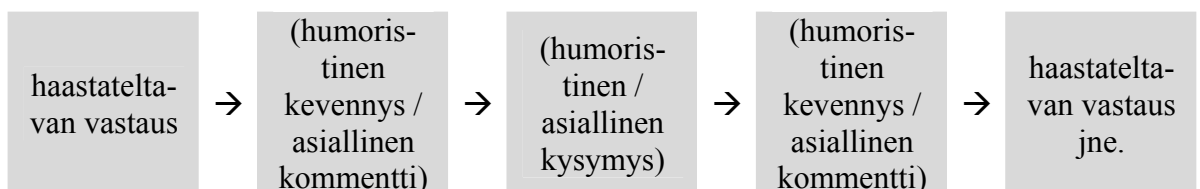
Talk show -haastatteluissa vaikuttaa olevan kysymys vakavan ja huumorin vuorottelusta ja tasapainottelusta. Humoristinen ja ei-humoristinen viestintä vuorottelevat haastatteluissa ensi silmäykseltä lähes mielivaltaisella tavalla. Huumorin sijoittumisesta haastattelun kulkuun on kuitenkin löydettävissä tiettyä kaavamaisuutta. Tämän tutkimuksen perusteella voidaan esittää, että huumori ja vakava vuorottelevat haastatteluissa esimerkiksi seuraavilla tavoilla (ks. kuvio 1):

asiallinen kysymys → haastateltavan vastaus → humoristinen kevennys
 asiallinen kysymys → kevennys ennen haastateltavan vastausta → haastateltavan vastaus
 humoristinen kevennys → asiallinen kysymys → haastateltavan vastaus

humoristinen kysymys → haastateltavan vastaus → asiallinen kommentti
 humoristinen kysymys → asiallinen kommentti ennen vastausta → haastateltavan vastaus
 asiallinen kommentti → humoristinen kysymys → haastateltavan vastaus

KUVIO 1 Huumorin ja vakavan vuorottelumahdollisuudet haastattelun kulussa

Edellisistä kaavoista voidaan pyrkiä muodostamaan myös yleisempi huumorin ja vakavan vuorottelua kuvaava kaavio. Seuraavan hahmotelman (ks. kuvio 2) tarkoituksena on auttaa hahmottamaan huumorin ja vakavan vuorottelumahdollisuuksia sekä huumorin sijoittumista haastattelun kulkuun.



KUVIO 2 Huumorin ja vakavan vuorottelukaavio

Koska kuvion 2 ketju voi jatkua loputtomiin, vaihtoehtoja huumorin ja vakavan vuorotteluun on lähes rajattomasti. Tässä tutkimuksessa haastattelujen analysointi ja etenkin keskustelunetenemiskaavion (ks. liite 2) täyttäminen osoitti, että huumori ja vakava voivat vuorotella välillä hyvinkin nopeasti, mutta välillä keskustelun kategoria pysyy pidempään samantyyllisenä.

Haastattelijan tärkeimmäksi tehtäväksi esitetään yleensä kysymysten kysyminen ja keskustelun ohjaaminen (ks. esim. Adams & Hicks 2001, 2; Eskola & Suoranta 1999, 86). Talk show -haastattelijoiden on kuitenkin huomattu osallistuvan muita haastattelihoita useammin keskusteluun esimerkiksi kommentoimalla haastateltavien vastauksia, kertomalla itsestään ja tuomalla esiin myös omia kokemuksiaan ja näkemyksiään (Aslama 1995, 17; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 85; Tolson 1991, 183). Luultavasti juuri tämän vuoksi talk show -haastattelijoiden huumori linkittyi myös tässä tutkimuksessa todella monentyypisiin puheenvuoroihin.

6.5 Huumorin kohdistaminen ja funktiot

Huumorin funktioita voidaan lähestyä pohtimalla, kenelle huumori on ensisijaisesti kohdistettu. Tämän tutkimuksen mukaan talk show -haastattelijat voivat kohdistaa huumoriaan ainakin haastateltaville, toiselle haastattelijalle, studioyleisölle sekä kotikatsojille. Esimerkistä 80 käy hyvin ilmi, miten haastattelija voi kohdistaa saman puheenvuoron eri osiot ainakin näennäisesti eri tahoille.

Esimerkki 80 Mira Salon haastattelu 12.2.2004

Hyppönen: ((ensin yleisölle)) -- poikaystävä on kestänyt neljä vuorokautta viiskymmentäyheksän minuuttia ja kymmenen sekuntia siitä kun ((Salo)) kruunattiin missiksi että aika **hienosti** menee kaverilla vielä toistaiseksi (.) edelleen suhde JATKUU ((yleisö taputtaa, Hyppönen siirtää huomionsa Saloon)) et laittanut tekstiviestiä ennen lähetystä että se on bänks

Huumorin kohdistamista ei ole kuitenkaan aina yhtä helppoa eritellä. Välillä näyttääkin siltä, että haastattelija kohdistaa humoristisen viestintänsä samaan aikaan usealle eri taholle tai että hän ei kohdistaa huumoriaan sen erityisemmin kenellekään. Koska televisioitujen talk show -haastattelujen vuorovaikutusta leimaa aina esiintymisen ulottuvuus (ks. esim.

Isotalus 1995, 88; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 358; Tolson 1991, 183), voidaan lisäksi esittää, että huumori kohdistetaan vain näennäisesti esimerkiksi haastateltaville tai toiselle haastattelijalle ja että huumorin perimmäisenä tai ainakin taustalla vaikuttavana tarkoituksena on aina kotiyleisön viihdyttäminen.

Huumorin funktioita voidaan lähestyä joka tapauksessa sen perusteella, kenelle huumori on ensisijaisesti – tai ainakin näennäisesti – kohdistettu. Koska huumori voidaan kohdistaa sekä haastattelutilanteeseen osallistuville henkilöille että muille haastattelua seuraaville tahoille, huumorin funktioita voidaan lähestyä sekä haastattelutilanteen vuorovaikutuksen että talk show -ohjelmien julkisen luonteen kannalta.

Tässä tutkimuksessa havainnoitujen talk show -haastattelujen perusteella huumorin selvimmiksi tehtäviksi erottuvat haastattelujen vuorovaikutustasolla 1) tehtäväkeskeisten tavoitteiden saavuttaminen, 2) haastattelun suhdetasosta huolehtiminen, 3) palautteen välittäminen sekä valta-asetelmien ja roolien selventäminen sekä 4) asenteiden ja arvostusten heijastaminen. Havainnoinnin perusteella huumorin tärkeimmät tehtävät näyttävät sen sijaan olevan talk show -haastattelujen esiintymisen tasolla 5) sosiaalisesti suotuisan kuvan antaminen sekä 6) ohjelman viihteellistäminen. Kyseiset huumorin funktiot eivät kuitenkaan jakaudu vuorovaikutus- ja esiintymisen tasolle yhtä suoraviivaisesti kuin yllä on esitetty.

Tehtäväkeskeisten tavoitteiden saavuttaminen

Aineiston havainnoinnin perusteella näyttää siltä, että huumorin avulla hoidetaan monia tehtäväkeskeiseen viestintään ja haastattelun tehtäväkeskeisiin tavoitteisiin liittyviä asioita. Tällaisia näyttävät olevan esimerkiksi keskustelun kulun ohjaaminen, keskustelun provosoiminen sekä vaikeiden kysymyksien esittäminen. Haastattelijat näyttävät usein myös katkaisevan haastateltavien pitkiä puheenvuoroja huumorin avulla. Huumorin voidaan siis ajatella olevan ikään kuin talk show -haastattelijan työkalu, jonka avulla hän pyrkii saavuttamaan haastattelun tavoitteita. Esimerkistä 81 käy hyvin ilmi, miten taitavasti haastattelijat hyödyntävät huumoria haastattelun tehtäväkeskeisten tavoitteiden saavuttamisessa.

Esimerkki 81 Mira Salon haastattelu 12.2.2004

((Hyppönen on painostanut Saloa koko haastattelun ajan, Salo kertoo joutuneensa usein toimittajien painostuksen kohteeksi))

Hyppönen: **tolkutonta** että **painostetaan** sillä tavalla missä julkisissa medioissa ((vilkaisee Tuomasta hymyillen))

Haastattelujen suhdetasosta huolehtiminen

Tutkimusaineistosta oli havaittavissa, että talk show -haastattelijoiden huumorin funktiot liittyvät usein myös haastattelutilanteen suhdetasosta huolehtimiseen. Huumori näyttääkin toimivan välillä esimerkiksi vuorovaikutusjännitteiden lieventäjänä, ja haastattelijat näyttävät käyttävän huumoria esimerkiksi haastateltavien rentouttamiseen, ilmapiirin keventämiseen sekä hyökkäävien kysymysten pehmentämiseen. Haastattelijat huolehtivat huumorin avulla varsinaisten haastateltavien lisäksi myös paikalle jääneiden vieraiden viihtymisestä (ks. esimerkki 82).

Esimerkki 82 Sara La Fountainin haastattelu 26.2.2004

((La Fountain hääräilee keittiössä, Valo ja Jokinen näyttävät taustalla orvoilta))

Hyppönen: -- mä huomasin ett voi Ville oli vähän orvonnäkönen tossa noin että valitettavasti täällä ei saa polttaa ((ojentaa Valolle lasillisen punaviiniä)) ja aina noi ohjaajan retkutkin (kaljakonetta me ei tänne saatu) ((ojentaa myös Jokiselle lasin punaviiniä))

Palautteen välittäminen sekä valta-asetelmien ja roolien selventäminen

Havainnoinnin perusteella talk show -haastattelijoiden huumori toimii välillä myös palautteen välittäjänä. Haastattelijat näyttävät antavan huumorin varjolla palautetta sekä haastattelun tehtävä- että suhdetasoon liittyvistä asioista ja kohdistavan palautettaan niin haastateltaville ja toisilleen kuin studioyleisöllekin. Palautetta annetaan usein esimerkiksi silloin, kun haastateltava ei toimi haastattelijan haluamalla tavalla tai hän ei vastaa haastattelijan esittämään kysymykseen. Palaute voi koskea esimerkiksi haastateltavan osallistumista haastatteluun, hänen puhettaan, viestintätaitojaan tai toimintaansa. Palaute vaikuttaa usein olevan jokseenkin negatiivista, mutta aineistosta löytyi myös huumoria, joka toimi positiivisen ja kannustavan palautteen välittäjänä. Esimerkit 83, 84 ja 85 kuvaavat hyvin huumorin roolia palautteenantotilanteissa.

Esimerkki 83 Ilkka Alangon haastattelu 12.2.2004

((Alanko kuvailee viimeisimmän keikkapaikkansa kokoa))

Alanko: -- tästä mun luota sinne takarivin luo

Hyppönen: hahmottuu varmaan hyvin tuonne tv-katsojille

Esimerkki 84 Mira Salon haastattelu 12.2.2004

((Enbuske kysyy, aikooko Salo rahastaa kioskia, jos menee vielä töihin))

Salo: pitää katsoa hehe ja keskustella asiasta

Hyppönen: ((Tuomakselle)) ai pitää katsoa (.) vitun tyhmä idea sano **suoraan** hehe --

Esimerkki 85 Sara La Fountainin haastattelu 26.2.2004

((haastattelijat ja vieraat siirtyvät studioon tuotuun keittiöön, yleisö on hiljaa))

Hyppönen: ja yleisö on taas mukana (.) ne ei oo **hengittäny** koko 15 minuuttiin ne ei pysty taputtamaan tällä hetkellä niin kun normaalisti aina kun ((yleisö alkaa taputtamaan)) siirrytään paikasta toiseen

Haastattelijat näyttävät toisinaan myös selventävän haastattelutilanteen rooleja huumorin avulla. Aineistosta ilmeni, että haastattelijat saattavat esimerkiksi muistuttaa haastateltavia huumorin avulla siitä, että heidän tehtävänä ei ole ohjata keskustelua eikä esittää kysymyksiä. Kaiken kaikkiaan huumori näyttää usein tekevän valtarakenteita näkyviksi.

Asenteiden ja arvostusten heijastaminen

Tämän tutkimuksen mukaan haastattelijat paljastavat huumorinsa välityksellä – joko tahtoen tai tahtomattaan – itsestään uusia puolia ja antavat muille tietoa itsestään ja omista arvostuksistaan, asenteistaan ja uskomuksistaan. Huumorilla näyttää siis olevan yhteyksiä myös itsestä kertomiseen. Seuraavat esimerkit kuvastavat hyvin, miten haastattelijoiden huumori voi paljastaa jotain haastattelijoiden suhteesta itseensä, toisiin ihmisiin ja maailmaan yleensä: esimerkistä 86 voi päätellä, mitä mieltä Hyppönen on Jari Sillanpäästä, ja esimerkistä 87 voi päätellä, miten Hyppönen suhtautuu hameisiin pukeutuviin miehiin.

Esimerkki 86 Bettina Sägboomin haastattelu 19.2.2004

Hyppönen: nyt kun päästiin Euroviisu-asioihin tuossa jo äsken niin kerro nyt meille mitä oikein tapahtui ett **miks** Jari Sillanpään biisi edustaa meitä Euroviisuissa --

Esimerkki 87 Mariskan haastattelu 19.2.2004

Mariska: -- se ((puhuu miehestä)) lainas aina välillä meidän tyttöjen hametta ja tuommosta niin laitto niitä päälle

Hyppönen: joissain maissa siitä saa rangaistuksen

Asenteiden ja arvostusten heijastamiseen liittyvät huumorin funktiot ovat yhteydessä myös talk show -haastattelujen esiintymisen tasoon, sillä haastattelijoiden voidaan ajatella paljastavan asenteitaan ja arvostuksiaan myös kotikatsojille luodakseen itsestään tietynlaisen kuvan. Esimerkiksi se, ketkä julkisuuden henkilöt joutuvat vitsailun kohteeksi, paljastaa myös televisionkatsojille jotain haastattelijoiden ajatusmaailmasta ja arvoista.

Sosiaalisesti suotuisan kuvan antaminen

Tutkimusaineistosta ilmeni, että talk show -haastattelijat paikkaavat esimerkiksi tekemiään kieli- ja asiavirheitä huumorin avulla. Lisäksi haastattelijat nauravat monesti itselleen ja puutteilleen ennen kuin kukaan muu ehtii nostaa aiheita yhdessä humorisoitaviksi. Aineiston perusteella voidaankin ajatella, että haastattelijat pyrkivät antamaan itsestään mahdollisimman miellyttävän, nokkelan ja hauskan kuvan sekä pelastamaan takeltelevat haastattelun kohdat huumorin avulla, jotta mahdollisimman harva televisionkatsoja ajattelisi heidän olevan kömpelöitä ja taitamattomia. Havainnoinnin perusteella näyttää lisäksi siltä, että huumorilla pyritään selviämään esimerkiksi nolostumisesta ja häpeästä.

Ohjelman viihteellistäminen

Tutkimusaineistoon tutustuttaessa ja sitä analysoitaessa vahvistui koko ajan käsitys, että yksi – ja kenties kaikkein tärkein – talk show -haastattelijoiden huumorin tehtävä on ohjelman viihteellistäminen ja tätä kautta esimerkiksi katsojalukujen lisääminen. Huumoria voidaankin lähestyä yhtenä talk show -ohjelman viihteellistävistä voimista. Koska talk show -ohjelmien tarkoituksena on tarjota viihdettä nimenomaan televisionkatsojille (ks. esim. Munson 1993, 63; Rubin & Step 1997, 106; Tolson 1991, 178), tämän huumorin tehtävän voidaan ajatella liittyvän lähinnä talk show -ohjelmien julkiseen luonteeseen, vaikka viihteellisyydellä lienee toki merkitystä myös haastattelutilanteiden vuorovaikutuksen kannalta. Lisäksi voidaan ajatella, että kaikki edellä esitetyt huumorin funktiot palvelevat viime kädessä ohjelman viihteellisyyteen pyrkivää luonnetta, sillä halutaanhan haastattelutilanteen vuorovaikutuksesta tehdä toimiva ja mielenkiintoinen juuri televisionkatsojia varten.

Huumorin kohdistamisen ja funktioiden koontia

Tämän tutkimuksen mukaan huumori on strategisesti tärkeä osa talk show -haastattelijoiden viestintää. Talk show -haastattelijoiden huumorille näyttää olevan ominaista, että haastattelijat kohdistaa sen samaan aikaan eri tahoille. Näin ollen huumoria voidaan lähestyä työkaluna, jonka avulla haastattelijat huolehtii niin haastattelutilanteen vuorovaikutuksesta kuin kotikatsojien viihdyttämisestä ja sitä kautta koko ohjelman katsojaluvuista. Huumorin keskeinen asema talk show -haastatteluissa selittyy pitkälti talk show -genren

viihteellisyyteen pyrkivällä luonteella, jonka taustalla vaikuttaa puolestaan esimerkiksi television kaupallistumiskehitys.

Huumorin tehtävien on huomattu liittyvän myös muunlaisissa yhteyksissä esimerkiksi monenlaisten tehtävä- ja suhdekeskeisten tavoitteiden saavuttamiseen, tiedon etsimiseen ja jakamiseen, viestintä- ja vuorovaikutustilanteiden kontrolloimiseen, hyväksynnän etsimiseen sekä viihdyttämiseen (ks. esim. Bippus 2003, 422; Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 206; Foot 1997, 264–271; Meyer 2000, 314–315). Näin ollen tässä tutkimuksessa tehdyt havainnot ja tulkinnat talk show -haastattelijoiden huumorin funktioista saavat tukea aiemmista huumoritutkimuksista.

Aiempien tutkimusten tuesta huolimatta edellä esitettyihin huumorin tehtäviin on suhtauduttava varauksella. Havainnoinnin avulla ei voida nimittäin koskaan päästä haastattelutilanteeseen osallistuvien todellisuuteen ja tietää, mitä tavoitteita huumorilla pyritään saavuttamaan ja mitä tehtävää huumori pohjimmiltaan palvelee. Huumorin funktioita haluttiin kuitenkin lähestyä tässä tutkimuksessa havainnoimalla, koska niiden ei ajateltu alun perinkään olevan tietoisia huumorin käyttösyitä vaan pikemminkin vuorovaikutuksessa ilmeneviä tehtäviä, joiden toteutumisessa huumorilla on tarkoitus.

Kaikkia edellä esitettyjä huumorin funktioita voidaan toteuttaa myös ilman huumoria. Talk show -haastattelija voi esimerkiksi antaa palautetta ilman huumoria tai pyrkiä keventämään haastattelutilanteen ilmapiiriä muuntyyppisen viestinnän avulla. Näin ollen huumori näyttää olevan talk show -haastatteluissa yksi tärkeä, muttei ainoa tapa, jonka avulla viestinnän yleisiä funktioita pyritään toteuttamaan.

6.6 Haastateltavien reaktiot haastattelijoiden huumoriin

Tutkimusaineiston havainnointi osoitti, että haastateltavat voivat reagoida monella tapaa haastattelijoiden humoristiseen viestintään. Seuraavassa käsitellään tutkimusaineistossa ilmenneitä tapauksia, joissa 1) haastateltava lähtee mukaan leikinlaskuun, 2) haastateltava reagoi haastattelijan huumoriin myönteisesti, 3) haastateltava ei huomioi haastattelijan

huumoria, 4) haastateltava vastaa haastattelijan humoristiseen kysymykseen asiallisesti, 5) haastateltava asettuu puolustuskannalle tai vaihtaa puheenaihetta sekä 6) haastateltava näyttää pahastuvan haastattelijan huumorista.

Haastateltava lähtee mukaan leikinlaskuun

Tutkimusaineistosta ilmeni, että haastateltava lähtee usein mukaan talk show -haastattelijan humoristiseen viestintään. Haastateltava voi esimerkiksi jatkaa haastattelijan humoristisesta kommentista ja kehitellä yhdessä jotain humoristista juttua pidemmälle. Haastateltava voi myös vastata haastattelijan humoristiseen kysymykseen huumorilla tai lähteä mukaan johonkin haastattelijan ehdottamaan humoristiseen toimintaan. Esimerkit 88, 89, 90 ja 91 kuvastavat hyvin tapauksia, joissa haastateltava lähtee mukaan haastattelijan aloittamaan leikinlaskuun.

Esimerkki 88 Ilkka Alangon haastattelu 12.2.2004

((yleisö taputtaa innostuneena))

Enbuske: kerrankin meillä on niinku yleisö ja vieraat innoissaan

Hyppönen: sa(h)maan aikaan

Alanko: pitkästä aikaa telkkarissa hehe

Esimerkki 89 Ilkka Alangon haastattelu 12.2.2004

Enbuske: -- onks tässä vuosien aikana ollut pidempiä välirikkoja

Alanko: ei (.) ei mun muistaakseni tai sitten mulle ei oo vaan kerrottu siitä

Enbuske: kaverit ei oo vaan soiteltu puoleen vuoteen =

Alanko: = ja ei ilmesty treeneihin hehe

Esimerkki 90 Mikko Silvennoisen haastattelu 4.3.2004

((Silvennoinen oli lyönyt vetoa, että jos Taru sormusten herrasta ei voita parhaan elokuvan oscaria, hän juontaa ohjelmansa alasti))

Enbuske: -- ihan niin kun tuntuu että sua harmittais ett hehe sä et päässy tekemään tätä

Silvennoinen: yhm (.) vähän joo mutt nyt mun pitää keksiä uus veto että sitä mietitään mikä se ois

Esimerkki 91 Jari Karjalaisen haastattelu 11.3.2004

Enbuske: siis mainosmiehen tehtävänä on saada tietysti ihmiset uskomaan asioihin joihin voi olla vaikea uskoo niin esimerkiks tän päivän uudessa Katso-lehdessä (.) öö (.) täällä Markku (.) Jasmin Mäntylän poikaystävä sanoo että ((alkaa lukea lehdestä)) Markku vakuuttaa olevansa hetero vaikka osaakin pitää hauskaa myös miesten kanssa hehe ja toi me halutaan uskoa niin voisit sä sanoa matalalla äänellä että Markku Valtanen on hetero

Karjalainen: hyvät naiset ja herrat (.) Markku Valtanen (.) on heteroseksuaali

Sen lisäksi, että haastateltava voi lähteä mukaan talk show -haastattelijoiden aloittamaan huumoriin, haastateltava voi myös itse vaihtaa keskustelun kategorian humoristiseksi (ks. esimerkit 92, 93 ja 94).

Esimerkki 92 Ville Valon haastattelu 26.2.2004

((Valo on kasvattanut viikset ja parran, Hyppösellä ne kuuluvat vakiovarustukseen))

Hyppönen: tässähän on nyt heti näkyvissä eli tota lookki on muuttunu ett viikset ja parta =

Valo: = sinun tähtesi (.) mä oon kuullu ett sulla on flaksi parempi kun mulla Helsingin yössä

Esimerkki 93 Petteri Summasen haastattelu 11.3.2004

Hyppönen: niin sähän kuulut tällaseen Etelä-Karjalan Ministereihin

Summanen: tota kannattaa olla ihan hyss (.) hyss hyss siitä asiasta sillä mä en oo ehkä maksanu jäsenmaksua että hehe

Esimerkki 94 Ilkka Alangon haastattelu 12.2.2004

Enbuske: syksyllä tulee täyteen 22 vuotta kun Neljä Ruusua on tuolla samalla kokoonpanolla soittanut =

Alanko: = miten se voi olla mahdollista kun minä oon vasta kaksikymppinen ite

Hyppönen: ((kirjoittaa muka muistiinpanoihinsa venyttäen sanoja)) valehtelee ikänsä

Haastateltava reagoi huumoriin myönteisesti

Havainnointi paljasti, että haastateltava voi myös reagoida haastattelijoiden huumoriin myönteisesti, vaikkei hän itse lähtisikään mukaan huumorin tuottamiseen. Päätelmät siitä, että haastateltavat näyttävät toisinaan ilahtuvan haastattelijoiden huumorista, perustuvat lähinnä heidän nonverbaalisesta viestinnästään tehtyihin havaintoihin. Haastateltavien ilahtuneisuuden merkkeinä on pidetty esimerkiksi hymyä ja naurua. On kuitenkin huomattava, että hymy ja nauru kuuluvat normaaliin kanssakäymiseen, eikä niiden läsnäolo voi sinällään paljastaa, miten haastateltavat suhtautuvat haastattelijoiden huumoriin.

Haastateltava ei huomioi haastattelijan huumoria

Tutkimusaineiston mukaan haastateltava voi myös ohittaa talk show -haastattelijan huumorin ja olla reagoimatta siihen mitenkään. Toisinaan vaikuttaa siltä, että haastateltava ei huomioi haastattelijan huumoria, koska hän ei yksinkertaisesti tunnista tai ymmärrä sitä. Toisinaan vaikuttaa taasen siltä, että haastateltava tunnistaa haastattelijan humoristiset tarkoitukset, muttei halua syystä tai toisesta tunnustaa huomanneensa niitä. Saattaakin olla, että haastateltavat ohittavat haastattelijan huumorin esimerkiksi silloin, kun he eivät halua palkita haastattelijaa naurullaan tai haastattelijan viestintä ei yksinkertaisesti ole heidän mielestään humoristista tai ylipäätyäänkään kommentoimisen arvoista. Edellisten esimerkkien lisäksi toisinaan vaikuttaa siltä, että haastateltava ei yksinkertaisesti malta keskeyttää omaa puhettaan huomioidakseen haastattelijan huumoria. Pelkän havainnoinnin perusteella ei voida kuitenkaan koskaan tietää täysin varmasti, miksi haastateltavat ohittavat toisinaan haastattelijoiden huumorin. Esimerkit 95 ja 96 kuvastavat joka

tapauksessa hyvin tutkimusaineistosta löytyneitä tapauksia, joissa haastateltava ei – syystä tai toisesta – huomioi haastattelijoiden tuottamaa huumoria.

Esimerkki 95 Mariskan haastattelu 19.2.2004

((Mariskan mukaan Pedon merkki -kappale on ”rauhallinen, melodinen ja soulahtava biisi”))

Enbuske: rauhallinen aihe

Mariska: on

Enbuske: helvetti

Mariska: mutt (.) ehkä niin

Esimerkki 96 Antti Jokisen haastattelu 26.2.2004

((Jokinen on ollut mukana tekemässä elokuvaa, jossa tapetaan lapsia))

Jokinen: --mikä tapahtui tuolla tota / noin Hollan-

Hyppönen: positiivinen välipalatyö sulla =

Jokinen: = jo(h)o HOLLANNISSA niin ja sitten mä mietiskelin sitä vähän aikaa ja --

Haastateltava vastaa humoristiseen kysymykseen asiallisesti

Tutkimusaineistosta ilmeni, että haastateltava voi myös vastata talk show -haastattelijan humoristiseen kysymykseen asiallisesti. Asiallinen vastaus saattaa johtua esimerkiksi siitä, että joidenkin vieraiden ensisijaisena tavoitteena on oman puolueen näkökulmien esittäminen ja uusien tietojen tarjoaminen eikä niinkään kotikatsojien viihdyttäminen. Kuten aiemmin jo todettiin, haastateltavien ajatusten ja motiivien havainnoiminen on kuitenkin mahdotonta.

Tutkimusaineiston mukaan yksi mahdollinen selitys haastateltavien asiallisiin vastauksiin on, että haastattelijä vaihtaa nopeasti ”play framen asialliseen kehykseen”. Toisin sanoen haastattelijä voi esittää tekemänsä humoristisen kysymyksen ja haastateltavan vastauksen välissä lyhyen asiallisen kommentin, joka ohjaa haastateltavaa vastaamaan kysymykseen asiallisesti (ks. huumorin ja vakavan vuorottelusta tarkemmin luvusta 6.4). Esimerkki 97 kuvastaa hyvin tapauksia, joissa haastateltava suhtautuu haastattelijan huumoriin melko viileästi ja asiallisesti.

Esimerkki 97 Mariskan haastattelu 19.2.2004

Hyppönen: Green Daylla oli aikoinaan tapana että ne vaihtoi yleisön kanssa sylkeä ((yleisö nauraa, Hyppönen hymyilee)) ihan oikeesti hehe

Mariska: ai niin se (.) mä otin ton vaan ihan itsestään selvyytinä

Haastateltava asettuu puolustuskannalle tai vaihtaa puheenaihetta

Tutkimusaineistosta ilmeni, että haastateltava voi myös asettua puolustuskannalle haastattelijan humoristisen puheenvuoron jälkeen ja ryhtyä puolustamaan kantaansa hyvinkin kiivaasti – joko huumorilla tai ilman. Aineiston perusteella haastateltavat saattavat puolustaa itsensä lisäksi esimerkiksi heille tärkeitä ihmisiä sekä asioita, jotka ovat heille tärkeitä ja joiden takana he seisovat. Esimerkki 98 kuvaa hyvin tämänkaltaisia tilanteita.

Esimerkki 98 Anna-Leena Härkösen haastattelu 4.3.2004

((Härkönen on kotoisin Kempeleestä))

Enbuske: onko Kempeleessä semmonen mä haluaisin mä olin nyt Oulussa käymässä (.) viime viikonloppuna ja tästä tulee kohta nauhaakin mutt onks Kempeleessä semmonen että ihan sama kuka menee ohi niin sitä katsotaan silleen hirveen pitkään että esimerkiks auto ajaa tiellä ohi niin kaikki kattoo silleen että ((ottaa kasvoilleen hauskan ilmeen ja antaa katseensa liikkua hitaasti oikealta vasemmalle))

Härkönen: hei Kempele on kyllä **niin paljon** (.) se on kasvanu niin paljon että ehkä tommosta oli 25 vuotta sitten mutta että =

Enbuske: = OULUSSA ON VIELÄKIN

Härkönen: hehe E(H)N USKO

Kuten jo aiemmin on todettu, haastattelijoiden huumori ei ole aina hyväntahtoista leikkimielisyyttä. Jos haastattelijoiden huumori on haastattelijoina tai heille tärkeitä asioita loukkaavaa, haastateltavat voivat asettua puolustuskannalle myös ”kostamalla” haastattelijaille. Tällöin tilanne lähentelee usein kilpalaulantaa molempien pyrkiessä keksimään toista nokkelamman kommentin (ks. esimerkit 99 ja 100).

Esimerkki 99 Mikko Silvennoisen haastattelu 4.3.2004

Enbuske: Mikko aloitti nyt myös Seta-lehden kolumnistina tässä ihan vasta (.) ja sä oot puhunu avoimesti sun homoudesta (.) **minkä** takia sä oot menny tekemään tämmöstä sun äitilles ja isälles

Silvennoinen: yhm (.) ei mun äiti ja isä osaa ehkä enää ees olla järkyttyneitä siitä mitä minä teen KUTEN EI EHKÄ **sunkaan** vanhempas enää järkyty yhtään mistään

Esimerkki 100 Jari Karjalaisen haastattelu 11.3.2004

Hyppönen: mutt ihan oikeesti (.) mitä helvettiä te puuhaillette nyt tän humpan kanssa hehe

Karjalainen: mutt onhan tää nyt hyvin luontevaa koska tota (.) mikäli kaks radiotoimittajaa pystyy vetämään hyvin menestyvää talk show'ta niin miks /

Hyppönen: / menestyvää ja menestyvää (.) mainoksia tää myy

Tämän tutkimuksen mukaan haastateltava voi asettua puolustuskannalle myös vaihtamalla puheenaihetta haastattelijan humoristisen puheenvuoron jälkeen tai joskus jopa sen aikana.

Haastateltava näyttää pahastuvan

Haastateltava näyttää toisinaan myös pahastuvan syystä tai toisesta haastattelijoiden huumorista. Tämä eroaa edellisestä reagoitavasta siinä mielessä, että tässä tapauksessa haastateltavat eivät lähde kuitenkaan puolustamaan kantaansa vaan heidän pahastumisensa ilmenee lähinnä heidän nonverbaalisen viestintänsä välityksellä; toisinaan pahastuminen ilmenee tosin myös heidän verbaalisessa viestinnässään. Esimerkki 101 kuvastaa hyvin tapauksia, joissa haastateltava näyttää jollakin tapaa pahastuvan haastattelijan huumorista.

Esimerkki 101 Mariskan haastattelu 19.2.2004

Mariska: ne oli huvittavii tilanteita kun välillä kiertueella niin se oli mejän laulaja semmonen 45-vuotias poika niin se pukeutu välillä =
 Hyppönen: = SE ON KESKI-ikäinen mies
 Mariska: ((kurtistaa kulmiaan)) no mutta se lainas aina välillä meidän tyttöjen hametta ja tuommosta niin laitto niitä päälle

Haastateltavien reagoititapoja koskevien tulosten koontia

Tämän tutkimuksen perusteella näyttää kaiken kaikkiaan siltä, että haastateltavat reagoivat talk show -haastattelijoiden huumoriin monilla erilaisilla tavoilla. Osa haastateltavista vaikuttaa esimerkiksi lähtevän toisia haastateltavia useammin mukaan huumorin tuottamiseen. Tämänkaltainen vaihtelu voi johtua periaatteessa mistä tahansa, mutta tämän aineiston perusteella näyttää siltä, että ainakin haastateltavien yksilökohtaisilla ominaisuuksilla on tietty yhteys huumorin ymmärtämis- ja vastaanottamisprosesseihin. Myös aikaisemmissa tutkimuksissa on todettu, että yksilökohtaiset ominaisuudet vaikuttavat huumorin tunnistamiseen ja siitä tehtäviin tulkintoihin (ks. esim. Berger 1995, 5; Herkman 2000, 375; Meyer 2000, 316; Potter & Warren 1998, 47).

Yksilökohtaisten erojen lisäksi huumorin vastaanottamiseen vaikuttanee myös, millaisesta humoristisesta puheenvuorosta on kysymys; hyväntahtoiselta vaikuttavaan huumoriin lienee nimittäin helpompi suhtautua myönteisesti kuin henkilökohtaisuuksiin menevään ilkeilyyn. Sillä, millaista ja mihin aiheeseen kohdistuvaa haastattelijan huumori on, ei näytä kuitenkaan olevan suoraviivaista yhteyttä siihen, miten haastateltavat reagoivat huumoriin.

Koska tässä tutkimuksessa lähestyttiin aihetta ainoastaan talk show -haastatteluja havainnoimalla, haastateltavien todellista suhtautumista huumoriin on mahdotonta tietää;

saattaahan joku esimerkiksi onnistua peittämään todelliset tunteensa toista paremmin ja saattaahan toisen pienin hymy ilmaista toisen suurinta ilahtumista (ks. nonverbaalisen viestinnän asteittaisuudesta esim. Andersen 1999, 4). On myös huomattava, että haastateltavien reaktioista ei voida aina edes sanoa mitään, sillä kamera ei näytä heitä koko aikaa. Toisaalta voidaan kuitenkin ajatella, että haastateltavat eivät välttämättä pystyisi itsekään erittelemään reaktioitaan sen tarkemmin – kenties he eivät edes haluaisi esimerkiksi paljastaa tunteneensa oloaan epävarmaksi tai tunnustaa loukkaantuneensa tietystä haastattelijan huumorista.

6.7 Haastattelijakohtainen huumori

Sen lisäksi, että haastateltavat näyttävät eroavan huumorin vastaanottamistavoiltaan, myös talk show -haastattelijoiden huumorin tuottamistavoista on löydettävissä muutamia eroavaisuuksia. Yksi selkeimmistä eroista näyttää liittyvän huumorin määrään. Tämän tutkimuksen mukaan näyttää siltä, että Hyppösen tuottaa enemmän huumoria kuin Enbuske (ks. taulukko 2). Esimerkiksi Ilkka Alangon haastattelussa kaikki Hyppösen 9 puheenvuoroa sisältävät huumoria, kun taas Enbusken 32 puheenvuorosta vain 9 on humoristisia.

Haastattelijoiden yksilökohtaisilla ominaisuuksilla lienee tietynlaisia yhteyksiä heidän huumorin tuottamistapoihinsa. Tämän tutkimuksen mukaan haastattelijoiden huumori saattaa kuitenkin erota myös muista syistä. Hyppösellä ja Enbuskella näyttää esimerkiksi olevan useissa haastatteluissa erilaiset roolit, jotka saattavat ohjata heidän huumorin tuottamistaan. Esimerkiksi Ilkka Alangon haastattelussa Enbuske kysyy enemmän asiallisia kysymyksiä, kun taas Hyppönen jättää kysymysten tekemisen Enbusken tehtäväksi ja osallistuu haastatteluun lähinnä esittämällä sopivissa väleissä keventäviä kommentteja. Toisin sanoen Enbusken voidaan ajatella hoitavan kyseisessä haastattelussa haastattelun tehtäväkeskeistä puolta ja Hyppösen suhdekeskeistä. Saattaa olla, että juuri tämänkaltaisen tehtäväjaon vuoksi Hyppösen viestintä sisältää kyseisessä haastattelussa suhteellisesti enemmän huumoria kuin Enbusken.

Myös aikaisemmissa huumoritutkimuksissa on todettu, että yksilöt eroavat sen suhteen, millaista huumoria he tuottavat. Ihmisten on esitetty eroavan toisistaan esimerkiksi huumorinsa monimutkaisuuden, monipuolisuuden sekä spontaaniuden perusteella. Tämän lisäksi yksilöiden on esitetty eroavan sen suhteen, millaisia tilanteita he pitävät tarkoituksenmukaisina huumorille ja milloin he tuottavat huumoria. (Ks. esim. Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 206, 216.) Aikaisemmissa tutkimuksissa on esitetty lisäksi, että talk show -juontajat eroavat toisistaan huumorinsa perusteella, sillä vaikka he vitsailisivat samasta aiheesta, heillä on aina erilainen ote asioihin (Buxton 1987, 387).

Huumorin tuottamis- ja tulkitsemiseroja on yritetty selittää monenlaisilla yksilökohtaisilla ominaisuuksilla. Usein esitettyjä väitteitä ovat, että esimerkiksi yksilön koulutustausta, ikä, sukupuoli, rotu, persoonallisuuden piirteet ja huumorintaju ovat yhteydessä yksilön tapoihin tuottaa ja tunnistaa huumoria. Osa huumorin tutkijoista ajattelee huumorin olevan sosiaalinen, opittavissa oleva taito. Huumorin tuottamis- ja tulkitsemiserojen selitykseksi onkin ehdotettu, että osa yksilöistä yksinkertaisesti hallitsee huumorin taitolajin toisia paremmin. Kyvyn käyttää tarkoituksenmukaista huumoria on ajateltu lisäksi olevan yhteydessä esimerkiksi yksilön interpersonaaliseen kompetenssiin sekä kykyyn prosessoida tietoa ja viestiä. (Berger 1995, 5; Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 205–206; Graham, Papa & Brooks 1992, 172; Miczo 2004, 214.)

Havainnoinnin perusteella ei voida koskaan tietää varmasti, miksi eri haastattelijoiden huumorin tuottamistavat ovat erilaisia. Tämän tutkimuksen perusteella ei voida myöskään eritellä luotettavasti kaikkia niitä tapoja, joilla talk show -haastattelijoiden huumorin tuottamistavat voivat erota toisistaan. Tutkimusaineiston havainnointi antoi kuitenkin vahvat perusteet epäillä, että eri talk show -haastattelijoiden viestintä voi erota ainakin tuotetun huumorin määrän ja luonteen suhteen.

6.8 Huumorin mukauttaminen

Tässä tutkimuksessa analysoiduista talk show -haastatteluista löytyi runsaasti monenlaisia humoristisia aineksia. Huumoria ei kuitenkaan esiintynyt kaikissa haastatteluissa ja haastattelujen kohdissa yhtä paljon ja samalla lailla. Tutkimusaineiston analysoiminen rohkaisikin ajattelemaan, että talk show -haastattelijat saattavat mukauttaa – tieteen tai tiedostamattaan – esimerkiksi huumorinsa määrää ja luonnetta vuorovaikutukseen sopivaksi. Mukauttamista näytti tapahtuvan ainakin keskustelun aiheen, haastateltavan sekä haastattelutilanteen mukaan.

Haastattelijat näyttävät mukauttavan ainakin humoristisen viestintänsä määrää. Taulukosta 2 voi huomata, että haastattelijoiden huumorin määrä vaihtelee suuresti haastattelusta toiseen. Esimerkiksi yhdessä haastattelussa kaikki Hyppösen puheenvuorot sisältävät huumoria (H1), mutta yhdessä haastattelussa vain noin 14 % hänen puheenvuoroistaan sisältää huumoria (H8). Vastaavasti kahdessa haastattelussa yksikään Enbusken käyttämä puheenvuoro ei sisällä huumoria (H7 ja H14), mutta yhdessä haastattelussa noin 88 % hänen puheenvuoroistaan sisältää huumoria (H4).

Tietyt haastattelut näyttävät lisäksi vaikuttavan molempien haastattelijoiden huumorin määrään joko sitä lisäävästi tai vähentävästi. Aineistosta löytyi neljä haastattelua (H7, H8, H10, H11), joissa haastattelijoiden huumoria sisältävien puheenvuorojen osuus jää yhteismäärältään 20 %:iin tai pienemmäksi verrattaessa sitä kaikkiin heidän käyttämiinsä puheenvuoroihin. Kahdessa haastattelussa (H2 ja H4) taasen vähintään joka toinen haastattelijoiden käyttämä puheenvuoro sisältää huumoria. Toisella tapaa ilmoitettuna erot ovat seuraavanlaisia: haastattelijat tuottavat kolmessa haastattelussa (H1, H4 ja H15) yhteensä vähintään 16 kpl humoristisia puheenvuoroja, mutta käyttävät kahdessa haastattelussa (H8 ja H10) vain 6 kpl tai vähemmän huumoria sisältäviä puheenvuoroja.

Huumorin määrän lisäksi haastattelijat näyttävät mukauttavan huumorinsa luonnetta, sillä haastattelijoiden tuottama huumori on välillä puhtaasti hyväntahtoiselta vaikuttavaa,

haastattelutilannetta keventävää leikkillisyyttä, mutta välillä loukkaavaa, ilkeää ja jopa mautonta henkilökohtaisuuksiin menevää vihjailua.

Tämän tutkimusaineiston perusteella huumorin mukauttamista tapahtuu ainakin keskustelun aiheen, haastattelutilanteen sekä haastateltavan mukaan. Keskustelun aiheen ja haastattelutilanteen vaikutus haastattelijoiden huumoriin ilmenee esimerkiksi siten, että haastatteluista on hahmotettavissa välillä pitkiäkin huumorittomia jaksoja, jolloin keskustellaan jostakin vakavasta aiheesta. Esimerkiksi Peter Franzénin haastattelussa puhutaan melko pitkään Franzénin esittämästä roolihahmosta, jolla on neurologinen vamma. Havainnoinnin perusteella haastattelu vakavoituu tällöin joksikin aikaa, eikä huumoria näytetä edes yritettävän tuoda haastatteluun.

Haastateltavan vaikutus haastattelijoiden huumoriin ilmenee puolestaan esimerkiksi siten, että haastattelijat näyttävät tuottavan vähemmän huumoria silloin kun haastateltava tuottaa paljon huumoria. Näin käy esimerkiksi Ville Valon ja Antti Jokisen haastatteluissa. Tulos vaikuttaa ensisilmäykseltä yllättävältä, sillä voisi kuvitella, että jos haastateltava tuottaa paljon huumoria, myös haastattelijat lähtisivät tähän mukaan. Saattaa kuitenkin olla, että jos haastateltavana on erityisen hauska ja vahva persoona, haastattelijoiden ei ikään kuin tarvitse keventää haastattelun tunnelmaa tai katkaista haastateltavan tylsäksi käyvää monologia. Päinvastoin, pitääkseen haastattelun kasassa heidän saattaa olla jopa tarkoituksenmukaisempaa pysyä itse suhteellisen asiallisena ja keskittyä haastattelun kulun ohjailemiseen. Sillä, tuottaako haastateltava erityisen vähän huumoria, ei sen sijaan näytä olevan suoraviivaista yhteyttä haastattelijoiden huumorin tuottamiseen.

Myös aikaisemmissa tutkimuksissa on todettu, että ihmiset mukauttavat viestintäänsä joko tiedostaen tai tiedostamattaan erilaisissa viestintä- ja vuorovaikutustilanteissa. Howard Gilesin 1970-luvulla kehittämän puheen mukauttamisen teorian (speech accommodation theory) mukaan ihmiset voivat joko muuttaa puhettaan ja viestintäkäyttäytymistään lähemmäksi toisten viestintäosapuolten viestintää tai tarkoituksella painottaa ilmaisullisia eroja itsensä ja viestintäkumppaniensa välillä. Mukauttamisessa on siis kyse siitä, että siirrytään lähemmäksi sitä tapaa, jolla viestintäkumppanien uskotaan viestivän.

Mukauttamista kutsutaan konvergenssiksi eli lähentymiseksi ja viestintäerojen korostamista divergenssiksi eli etäännyttämiseksi. Etäännyttävän viestintäkäyttäytymisen katsotaan usein olevan tietoisempaa kuin lähentyvän. (Giles, Mulac, Bradac & Johnson 1987, 1–48; ks. lisäksi Cragan & Shields 1998, 288–289; Littlejohn 2002, 97–98; Puro 89–91.)

Teorian mukaan puhetta mukauttamalla pyritään lisäämään viestinnän tehokkuutta, saamaan muilta hyväksyntää sekä pitämään yllä sosiaalisesti myönteistä kuvaa itsestä. Viestijät mukauttavat puhetyyliään myös ilmaistakseen asenteitaan, arvojaan ja aikomuksiaan viestintäkumppaneitansa kohtaan. Etäännyttävää viestintäkäyttäytymistä motivoivat sen sijaan esimerkiksi ryhmien väliset erot, sillä painottamalla viestinnällisiä eroja voidaan korostaa omaa identiteettiä ja kuulumista johonkin tiettyyn kulttuuriseen ryhmään, johon keskustelukumppani ei kuulu. Lähentyminen voi tapahtua esimerkiksi siten, että asiallinen haastattelijä omaksuu haastateltavan humoristisen tyylin tai jäykkä haastateltava mukautuu haastattelijan rentoon puhetapaan. Gilesin ym. (1987) mukaan onnistunut viestintätilanne, kuten haastattelu, edellyttää molempien osapuolten mukautumista toistensa viestintään. (Cragan & Shields 1998, 288–289; Giles, Mulac, Bradac & Johnson 1987, 1–48; Littlejohn 2002, 97–98; Puro 89–91.)

7 TUTKIMUKSEN ARVIOINTI

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli kuvata ja analysoida talk show -haastattelijoiden humoristista viestintää havainnoimalla televisiosta nauhoitettuja talk show -haastatteluja. Huomiota kiinnitettiin erityisesti huumorin määrään ja luonteeseen, huumorin aiheisiin, huumorin ilmenemiseen verbaalisesti ja nonverbaalisesti, humorististen puheenvuorojen muotoon ja sijoittumiseen haastattelun kulussa sekä huumorin kohdistamiseen ja tehtäviin. Haastattelujen vuorovaikutuksellisen luonteen vuoksi myös haastateltavien reaktiot haastattelijoiden huumoriin nostettiin tarkastelun kohteeksi.

Laadullisen tutkimuksen arviointi on suhteellisen vaikeaa, sillä tutkijat eivät ole päässeet yksimielisyyteen niistä kriteereistä, joilla laadullista tutkimusta tulisi arvioida. Laadullisen tutkimuksen oppaista löytyy esimerkiksi hyvinkin erilaisia ja eri asioita painottavia luotettavuustarkasteluita (ks. esim. Tuomi & Sarajärvi 2003, 131). Koska esimerkiksi kysymykset tutkimuksen luotettavuudesta saavat erilaisia muotoja erilaisissa tutkimuksissa (Peräkylä 1997b, 202), jokaisen tutkimuksen kohdalla täytyy miettiä erikseen, mitkä kriteerit sopivat parhaiten kyseisen tutkimuksen arviointiin.

Vaikka laadullisen tutkimuksen arviointiin ei ole olemassa yhtä oikeaa tapaa, kahdesta asiasta näyttää vallitsevan tutkijoiden keskuudessa melko vahva yksimielisyys. Ensiksikin laadullista tutkimusta ei voida arvioida suoraan määrällisen tutkimuksen ihantein (ks. esim. Silverman 2001, 247). Toiseksi laadullista tutkimusta arvioitaessa on arvioitava koko tutkimusprosessia (ks. esim. Eskola & Suoranta 1999, 211; Tuomi & Sarajärvi 2003, 135).

Seuraavassa arvioidaan kaikkia tämän tutkimusprosessin vaiheita tutkimusaiheen valinnasta tutkimustulosten raportoimiseen. Huomiota kiinnitetään 1) tutkimusaiheen ja -kysymysten mielekkyyteen, 2) taustakirjallisuuteen, 3) aineiston keräämiseen, 4) tutkimusaineiston riittävyteen, 5) aineiston analyysin kattavuuteen, 6) tutkimustulosten yleistettävyyteen ja 7) merkittävyyteen sekä 8) tutkimuksen raportointiin. Sen jälkeen koko tutkimusprosessia tarkastellaan yleisemmin luotettavuuden kannalta. Havainnointia, sen vahvuuksia ja

heikkouksia on esitelty metodologisesti jo luvussa 5.2. Havainnoinnin luotettavuuteen on sen sijaan perehdytty tarkemmin luvussa 5.5. Tämän vuoksi tutkimusmenetelmän yleinen arviointi jää seuraavassa tarkastelussa vähemmälle huomiolle.

Tutkimusaiheen ja -kysymysten mielekkyys. Tutkimusaiheen on oltava kiinnostava, mutta ei kuitenkaan liian läheinen, jotta tutkija saisi tutkimukseen riittävästi etäisyyttä (Eskola & Suoranta 1999, 35). Tutkimusaiheen on oltava lisäksi tutkimisen arvoinen (Gaskell & Bauer 2000, 345; Mäkelä 1990, 48–52). Koska huumori on tärkeä osa ihmisten välistä vuorovaikutusta ja inhimillistä kulttuuria (Foot 1997, 282; Lynch 2002, 423) ja koska talk show -haastattelijoiden huumoriin keskittyntä tutkimusta ei ole liiemmästi tehty, tutkimusaihe tuntui koko tutkimusprosessin ajan motivoivalta. Henkilökohtaisten kokemusten puute talk show -haastatteluista auttoi tutkimusaihetta pysymään lisäksi riittävän etäisenä.

Tutkimuskysymykset auttoivat kuvaamaan talk show -haastattelijoiden humoristista viestintää, mutta on mahdollista, että tarkastelun ulkopuolelle jäi joitain näkökulmia, jotka olisivat olleet olennaisia huumorin kuvaamisen kannalta. Vaikka tutkimuskysymykset tarkentuivat lopulliseen muotoonsa aineiston esihavainnoinnin perusteella, joku toinen tutkija olisi voinut nostaa eri seikat tärkeämmäksi ja lähestyä huumoria eri näkökulmasta.

Taustakirjallisuuden perehtyminen. Tutkimusta arvioitaessa on arvioitava myös taustakirjallisuutta, sillä käytetyllä kirjallisuudella ja tutkijan lukemastaan tekemillä tulkinnoilla on väistämättä merkitystä tutkimuksen luotettavuuteen. Huumoritutkimuksen kirjo ja taso on valtava, ja tiedonhakuja vaikeutti ajoittain, että monet huumoria käsittelevät teokset ovat – luultavasti huumorin arkisuuden ja jokapäiväisyyden vuoksi – lähinnä maalaisjärkeen ja yleismaailmalliseen pohdintaan perustuvia ”naurattajan käsikirjoja”, joissa kirjoittajalla ei ole monestikaan esittää väitteidensä tueksi minkäänlaisia empiiriseen tutkimukseen perustuvia todisteita. Tieteellisemmän huumoritutkimuksen pakkaa sekoittaa puolestaan esimerkiksi se, että huumorin ja naurun tutkimus kulkee usein käsi kädessä (Haakana 1999, 5) ja tutkimuksen tekijöillä ei tunnu aina olevan selvää käsitystä siitä, kumpaa he oikein tutkivat – vai tutkivatko he kenties molempia.

Huumori on melko vaikea tutkimuskohde jo senkin takia, että se on käsitteenä moniselitteinen eikä sitä ei ole onnistuttu määrittelemään kaikkia tyydyttävällä tavalla (Bremmer & Roodenburg 1997, 3; Foot 1997, 260–261; Haakana 1996, 142; Kinnunen 1994, 13; Preiss, Gayle & Martin 2002, 5). Vaikka suuri osa huumoritutkijoista tuntuu tiedostavan huumorin määrittelemisen vaikeuden ja yhtäältä sen tärkeyden, huumori jätetään monissa tutkimuksissa määrittelemättä. Tällöin väitteet huumorista, sen syistä ja seurauksista jäävät kuitenkin tyhjiksi. Vaarana on lisäksi, että osa tutkimuksista voi tällöin puhua periaatteessa eri asioista.

Käsitteiden sekavuus ja monitulkinnallisuus vaikeutti ajoittain tutkimuskentän hahmottamista (ks. lisäksi Ylönen 1995, 31). Taustakirjallisuuden vaihtelevasta tasosta ja terminologisesta kaaoksesta huolimatta teoriataustan kokoaminen onnistui melko hyvin. Koska taustakirjallisuuteen tutustuttiin huolella ja melko laajasti, tehtyjä tutkimuksia ja niissä käytettyjä käsitteitä opittiin arvioimaan ja tutkimuksen kannalta keskeisimmät teoreettiset lähtökohdat alkoivat kertaantumaan kirjallisuuteen tutustuttaessa. Tutkimuksen teoriataustaan pyrittiin sisällyttämään vain suhteellisen uusia tieteellisiä julkaisuja, mutta joitain pohdinnan kannalta hedelmällisiä ideoita poimittiin myös oppikirjoista ja oppaista.

Aineiston kerääminen. Tutkimusmenetelmän valinnan tulee tapahtua sen perusteella, mitä halutaan saada selville (Silverman 2000, 1). Koska huumoria lähestyttiin tässä tutkimuksessa tietynlaisena havaittavissa olevana viestintäkäyttäytymisenä ja tutkimuksen tavoitteena oli nimenomaan haastattelijoiden humoristisen viestinnän kuvaaminen, tuntui havainnoinnin valinta tutkimusmenetelmäksi hyvin luontevalta (ks. lisäksi Grönfors 2001, 127). Koska havainnointi oli tutkijalle menetelmänä tuttu jo aiemmista opinnoista, voidaan lisäksi olettaa, että menetelmän opettelu ja kokeilu ei saanut itsessään suurempaa huomiota kuin tutkimuksen varsinainen substanssi (ks. lisäksi Eskola & Suoranta 1999, 33).

Tutkijan tulisi luonnollisestikin vaikuttaa mahdollisimman vähän tutkimusaineistonsa syntyyn (Eskola & Suoranta 1999, 101–102). Koska huumoria havainnoitiin tässä tutkimuksessa valmiin kulttuurituotteen haastattelutilanteissa, joihin tutkija ei osallistunut ja jotka olisivat olleet olemassa sellaisina ilman niiden tutkimistakin, tutkijan ei voida

ajatella vaikuttaneen tutkimusaineiston syntymiseen millään tavalla (Adler & Adler 1998, 81; Grönfors 2001, 131; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 200; Loizos 2000, 106). Koska tutkija ei osallistunut tutkimaansa tilanteeseen, hänen oli myös melko helppo pitää itsellään selvä tutkijan rooli (ks. lisäksi Metsämuuronen 2003, 190–191).

Valmiin kulttuurituotteen havainnoimisessa on kuitenkin myös varjopuolensa. Televisiohaastatteluja ulkopuolisena havainnoiva tutkija ei voi koskaan päästä kokonaan televisiohaastatteluihin osallistuvien todellisuuteen, koska hän ei näe kaikkea, mitä haastattelutilanteessa tapahtuu. Tutkija ei näe esimerkiksi studiota ja kaikkia paikalla olijoita. Keskustelu voi alkaa jo ennen lähetystä ja siinä voi olla katsojan kannalta taukoja (esimerkiksi mainostauot), joiden aikana keskustelijat saattavat jatkaa keskustelua. Haastattelusta saatavaa kuvaa muuttaa myös, että televisioruudun takaa tapahtumia havainnoiva tutkija voi nähdä kameran ja editoinnin ansiosta sellaista, jota keskustelijat eivät itse näe. (Nuolijärvi & Tiittula 2000, 44–45; ks. lisäksi Loizos 2000, 93, 104; Peräkylä 1997b, 203–204.) Koska televisioruudun takaa ei voi nähdä koko ajan kaikkia haastattelutilanteeseen osallistuvia, varsinkin nonverbaaliseen viestintään liittyvät havainnot rajautuivat välillä koskemaan ainoastaan äänen kautta välittyviä parakielen piirteitä. Verbaalisen viestinnän havainnointia voidaankin täten pitää täydellisempänä, sillä se oli kameran liikkeistä huolimatta ja muutamaa äänenlaadultaan epäselvää kohtaa lukuun ottamatta katkeamatta tutkijan kuultavissa.

Havainnointi oli ajoittain melko haastavaa, sillä havainnoitavaa informaatiota saatiin samanaikaisesti runsaasti. Koska havainnoitavat haastattelut oli kuvanauhoitettu, haastatteluja voitiin kuitenkin katsoa useampaan otteeseen. Näin pyrittiinkin varmistumaan siitä, ettei mitään olennaista jäänyt huomaamatta. Tämän lisäksi kuvanauhoittaminen mahdollisti, että haastatteluista voitiin tehdä koko havainnoinnin ajan muistiinpanoja ilman että se häiritsi asioiden luonnollista kulkua tai itse havainnointia – voitiinhan nauha pysäyttää ja haluttu kohta katsoa uudelleen. Kaiken kaikkiaan kuvanauhoittamisen voidaan ajatella lisänneen havainnoinnin luotettavuutta (ks. lisäksi Adler & Adler 1998, 84; Loizos 2000, 103; Peräkylä 1997b, 203, 206, 216).

Tutkimusaineiston riittävyys. Tutkimusaineistoksi nauhoitettiin 15 haastattelua viidestä peräkkäin esitetystä Hyppönen Enbuske Experience -ohjelmasta. Ohjelman valintaa on perusteltu tarkemmin luvussa 5.3. Valittu ohjelma soveltui varsin hyvin tutkimusaineistoksi, koska se oli viihteellisyyteen pyrkivän luoteensa vuoksi hedelmällinen huumorin kuvaamisen kannalta.

Koska laadullisen tutkimuksen tavoitteena ei ole etsiä keskimääräisiä yhteyksiä eikä tilastollisia säännönmukaisuuksia, aineiston koko ei määräydy näihin kriteereihin perustuen. Yleisesti voidaankin todeta, ettei aineiston koolla ole välitöntä vaikutusta laadullisen tutkimuksen onnistumiseen. Aineiston riittävyttä puntaroidaan kuitenkin usein nk. saturaation käsitteen avulla, jolla tarkoitetaan sitä, että tutkija alkaa kerätä aineistoa päättämättä etukäteen, montako tapausta hän tutkii, ja lopettaa havainnoinnin vasta sitten, kun uudet havainnot alkavat toistaa vanhoja ja tutkimusongelmaan ei tule enää uutta tietoa. (Adler & Adler 1998, 87; Eskola & Suoranta 1999, 62; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 168–169; Mäkelä 1990, 52–53.)

Myös tässä tutkimuksessa arvioitiin aineiston kokoa saturaation käsitteen avulla. Koska haastattelut sisälsivät paljon humoristisia kohtauksia, materiaalia huumorin kuvaamiseen löytyi riittävästi jo 15 haastattelusta. On kuitenkin huomattava, että esimerkiksi huumorin aiheiden kohdalla aineisto ei ollut vielä luultavasti saturoitunut, sillä huumoria voidaan tuottaa periaatteessa mistä aiheesta tahansa (Kinnunen 1994, 24–26). Lisäksi on huomattava, että jos tapauksia lähestytään laadullisessa tutkimuksessa ainutlaatuisina, tutkija ei voi olla periaatteessa koskaan varma, ettei kohde tuota enää uutta informaatiota (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 169).

Aineiston analyysin kattavuus. Aineiston analyysia voidaan arvioida esimerkiksi sen kattavuuden kannalta. Tällä tarkoitetaan sitä, että tutkija ei saa perustaa tulkintojaan satunnaisille ja itselleen edullisille poiminnoille vaan hänen on huomioitava analyysissään kaikki aineiston tarjoama, tutkimuskysymyksen kannalta olennainen informaatio (Mäkelä 1990, 52–53). Tässä tutkimuksessa pyrittiin varmistamaan aineiston käsittelyn ja analyysin riittävä systemaattisuus havainnoimalla tutkimusaineisto haastattelu haastattelulta läpi

keskittyen tietyillä havainnointikerroilla vain tiettyihin asioihin ja käymällä varsinaisessa analyysivaiheessa kaikki havainnointilomakkeet järjestelmällisesti kohta kohdalta läpi.

Tutkimustulosten yleistettävyys. Kuten jo aiemmin todettiin, laadullisen tutkimuksen tieteellisyyden kriteerinä ei voida pitää aineiston määrää vaan laatua ja käsitteellistämisen kattavuutta (Eskola & Suoranta 1999, 18). Koska laadullinen tutkimus voi näin ollen perustua hyvinkin suppeaan aineistoon, siinä joudutaan usein tinkimään tilastollisen ajattelun mukaisesta yleistettävyudesta (Saarela-Kinnunen & Eskola 2001, 158). Määrällisen tutkimuksen piirissä syntynyt yleistettävyuden ihanne ei kuitenkaan edes ole kaikkien tutkimusten tavoite eikä siten myöskään aina hyvä arviointiperuste (Alasuutari 1999, 234; Eskola & Suoranta 1999, 61; Silverman 2001, 248; Stake 2000, 249).

Talk show -haastattelijat vaikuttavat persoonana ratkaisevasti omaan talk show'hunsa ja siinä käsiteltäviin keskustelun aiheisiin. Vaikka haastattelijat vitsailisivat samasta aiheesta, heillä on asiaan erilainen ote ja kulttuurinen tuote on siten erilainen. (Buxton 1987, 387.) Näin ollen tämän tutkimuksen tuloksia ei voida yleistää suoraan muihin televisioituihin talk show -ohjelmiin tai -haastatteluihin. Lisäksi on huomattava, ettei huumoria ja sen tutkimusta sovi erottaa kontekstistaan eli sitä ympäröivästä paikallisesta hahmotelmasta sekä laajemmasta ympäristöstä, jossa huumori tuotetaan, tunnistetaan ja tulkitaan (Bremmer & Roodenburg 1997, 3; Lynch 2002, 443). Näin ollen tutkimustulokset eivät ole yleistettävissä tai suoraan siirrettävissä myöskään muuntyyppisiin haastattelutilanteisiin.

Alasuutarin (1999, 251) mukaan laadullisen tutkimuksen yhteydessä ei tulisi puhua tutkimuksen yleistettävydestä vaan pikemminkin tutkimuksen suhteuttamisesta ja tutkimusta arvioitaessa voitaisiin yleistettävyuden sijaan eritellä, miten tutkija osoittaa analyysinsä kertovan muusta kuin vain aineistostaan. Myös tässä tutkimuksessa on pyritty tutkimustulosten abstrahointiin eli järjestämään tutkimusaineisto siihen muotoon, että sen perusteella tehdyt johtopäätökset voidaan erottaa yksittäisistä henkilöistä, tapahtumista ja lausumista ja siirtää yleiselle käsitteelliselle ja teoreettiselle tasolle (ks. abstrahoinnista esim. Metsämuuronen 2003, 196). Abstrahointi on kuitenkin melko haasteellista, joten tässä tehtävässä ei ehkä onnistuttu parhaalla mahdollisella tavalla.

Tutkimustulosten merkittävyys. Jos tutkimustuloksia ei voida yleistää muihin vastaaviin tapauksiin, saattaa joku kysyä, mitä merkitystä tutkimuksella ylipäätäänkään on. On kuitenkin huomattava, että vaikka tutkimustulokset eivät olisi yleistettävissä, tutkimuksella on voitu saavuttaa jotain muuta merkityksellistä. Tutkimuksella on voitu esimerkiksi syventää jostakin ilmiöstä olevaa tietämystä tai avata uusia näkökulmia ja antaa samalla eväitä uusille tutkimuksille. (Saarela-Kinnunen & Eskola 2001, 158.)

Koska huumori on ainutlaatuinen viestintä- ja vuorovaikutusilmiö, sitä tutkimalla voidaan tuottaa tietoa ihmisistä ja inhimillisestä kulttuurista kokonaisuudessaan. Televisioitujen talk show -haastattelujen sisältämän huumorin tunteminen on puolestaan tärkeää, koska talk show -haastattelut ovat osa laajempaa keskustelukulttuuria ja ne heijastavat koko keskustelukulttuurin yleisiä ja yhteisiä sääntöjä (Kantola, Moring & Väliverronen 1998, 6; Nuolijärvi & Tiittula 2000, 359). Tämän tutkimuksen tuloksilla voidaankin ajatella olevan merkitystä sekä viestintätieteelliseltä että yhteiskunnalliselta kannalta, ja tutkimustuloksia voitaneen soveltaa esimerkiksi erilaisten talk show -ohjelmien tuotannossa.

Tutkimuksen raportointi. Laadullista – ja luonnollisesti myös määrällistä – tutkimusta voidaan arvioida sen tutkimusraportin kannalta (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 214). Tutkijan tulee antaa lukijoille riittävästi tietoa siitä, miten tutkimus on tehty (Tuomi & Sarajärvi 2003, 138). Koska yksi tutkimuksen arvioinnin kriteeri on tutkimuksen verifioitavuus eli toistettavuus, tutkimusraportissa on kerrottava riittävän tarkkaan, mitä aineistonkeräyksessä ja sen jälkeen on tapahtunut, jotta joku toinenkin tutkija voisi tehdä vastaavan tutkimuksen ja päätyä samoihin tuloksiin (Eskola & Suoranta 1999, 214; Gaskell & Bauer 2000, 344–349; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 278–279; Varto 1992, 111).

Tämän lisäksi lukijan on saatava tutkimusraportista selville, mitä keinoja tutkimuksessa on käytetty. Hänen on lisäksi pystyttävä seuraamaan tutkijan päättelyä, jotta hän pystyisi myös itse arvioimaan esimerkiksi käytettyä menetelmää ja tulosten uskottavuutta. (Gaskell & Bauer 2000, 344; Mäkelä 1990, 53–55; Silverman 2000, 188.) Tässä tutkimuksessa on pyritty eksplikoimaan kaikki valinnat ja tutkimusvaiheet mahdollisimman selvästi, mutta etenkin aineiston varsinaisen analyysivaiheen kuvaaminen osoittautui yllättävän

haasteelliseksi. Näin ollen vastaavanlaisen tutkimuksen tekeminen ei välttämättä olisi kovinkaan helppo tehtävä.

Tutkimusprosessin luotettavuus. Tutkimusprosessin luotettavuutta voidaan arvioida monenlaisin perustein. Luotettavuutta kuvataan kuitenkin useimmiten kahdella termillä: reliabiliteetilla ja validiteetilla. (Metsämuuronen 2003, 42–43; Silverman 2001, 225; Tuomi & Sarajärvi 2003, 131–133.) Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan havaintojen yhteneväisyyttä ja tutkimustulosten toistettavuutta. Validiteetilla viitataan puolestaan siihen, että tutkimus kuvaa sitä, mitä se sanookin kuvaavansa. (Gaskell & Bauer 2000, 339–340; Hirsjärvi & Hurme 2000, 187–188; Janesick 2000, 393; Silverman 2000, 175–188.)

Koska reliabiliteetin ja validiteetin käsitteet ovat siirtyneet laadullisen tutkimuksen arviointiin määrällisen tutkimuksen piiristä, niiden soveltuvuutta laadullisen tutkimuksen arviointiin on usein kritisoitu (Gaskell & Bauer 2000, 341; Janesick 2000, 393; Silverman 2001, 226, 232; Tuomi & Sarajärvi 2003, 133). Vaikka laadullista tutkimusta ei voidakaan arvioida määrällisen tutkimuksen ihantein (Silverman 2001, 247), seuraavassa tarkastelussa sovelletaan reliabiliteetin ja validiteetin käsitteitä tämän tutkimuksen luotettavuuden arviointiin, sillä myös laadullisen tutkimuksen tavoitteena on kuvata maailmaa ja sen ilmiöitä siten, että havainnot vastaisivat todellisuutta (Peräkylä 1997b, 201).

Koska havainnoinnin ongelmana voidaan pitää, että havainnoijat joutuvat luottamaan vain omiin käsityksiinsä (Adler & Adler 1998, 87), tässä tutkimuksessa testattiin havainnoinnin luotettavuutta sekä reliabiliteetin että validiteetin osalta vertaamalla tutkijan havaintoja kahden rinnakkaishavainnoijan havaintoihin (ks. lisäksi Grönfors 1982, 175–176; Hirsjärvi & Hurme 2000, 186; Silverman 2000, 175–188; Tuomi & Sarajärvi 2003, 133). Tukihavainnoinnin ensisijaisena tavoitteena oli varmistaa, että tutkimuksessa analysoitiin juuri ja vain ne kohdat, jotka sisälsivät huumoria. Koska huumori on moniselitteinen käsite ja eri ihmiset näkevät huumoria eri asioissa (Foot 1997, 260–261; Haakana 1996, 142; Potter & Warren 1998, 47), oli tukihavainnoijien käyttäminen ensiarvoisen tärkeää haluttaessa selvittää, miten tarkasti tutkija onnistui löytämään aineistosta huumoria sisältävät haastattelun kohdat. (Ks. tarkemmin luku 5.5.)

Havainnoinnin luotettavuutta olisi ollut mahdollista testata myös havainnoimalla koko havainnointiprosessin jälkeen ensimmäiseksi havainnoitu haastattelu uudestaan (Gaskell & Bauer 2000, 339–340; Grönfors 1982, 175–176; Hirsjärvi & Hurme 2000, 186; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 213). Tällä tapaa olisi voitu testata, onko tutkijan havainnointityyli muuttunut radikaalisti havainnointiprosessin aikana. Koska on itsestään selvää, että eri tutkijat tekevät erilaisia havaintoja ja saman tutkijan havainnot vaihtelevat eri kerroilla (ks. esim. Hirsjärvi & Hurme 2000, 186; Silverman 2000, 89), tämä ei olisi kuitenkaan ollut tutkimusekologisesti järkevää – eikä edes kohtuullista.

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan puntaroida myös pohtimalla tutkimustulosten uskottavuutta. Tulosten uskottavuutta voidaan testata viemällä tulokset tutkittavien arvioitavaksi ja hakemalla tällä tavalla varmistus sille, että havainnoijan tulkinnat ovat oikeita (Adler & Adler 1998, 88; Silverman 2001, 233). Tässä tutkimuksessa ei kuitenkaan haettu tukea havaintojen oikeellisuudelle tällä tapaa, sillä se ei ollut tutkimustehtävän kannalta välttämätöntä eikä edes olennaista, sillä tutkimuksessa ei pyritty selvittämään haastattelutilanteeseen osallistuneiden käsityksiä tai kokemuksia vaan esittämään yhdestä näkökulmasta perusteltu tulkintalinja. On myös huomattava, että haastattelutilanteeseen osallistuneet eivät olisi välttämättä pystyneet erittelemään huumoriaan kovinkaan tarkasti, sillä he ovat tilanteen aktiivisia osapuolia eivätkä huumorikokemukset ole välttämättä kovinkaan tietoisia (Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 208).

Sen lisäksi, että tutkimuksen uskottavuutta voidaan testata kysymällä, allekirjoittavatko tutkittavat tutkimustulokset, tutkimuksen luotettavuutta voidaan testata pohtimalla tulosten vahvistuvuutta. Tällä tarkoitetaan sitä, että saatuja tuloksia verrataan aiempiin tutkimuksiin ja että niistä pyritään hakemaan vahvistus omille tutkimustuloksille. (Eskola & Suoranta 1999, 213.) Tämän tutkimuksen tuloksia oli kuitenkin mahdotonta vahvistaa aikaisempiin tutkimuksiin vertaamalla, sillä vastaavia tutkimuksia talk show -haastattelujen huumorista ei ole aiemmin tehty.

Kysymys tutkimuksen luotettavuudesta linkittyy myös tutkimuksen taustalla vallitseviin ontologisiin ja epistemologisiin lähtökohtiin sekä kysymykseen objektiivisen tiedon

mahdollisuudesta (Tuomi & Sarajärvi 2003, 131). Tässä tutkimuksessa – kuten kenties useimmissa laadullisissa tutkimuksissa (Eskola & Suoranta 1999, 211) – myönnetään avoimesti tutkijan subjektiviteetin vaikutus koko tutkimusprosessiin: käsitteiden valintaan ja tulkintaan, aineiston keruuseen ja analyysiin sekä tutkimusraportin kirjoittamiseen (ks. lisäksi Hirsjärvi & Hurme 2000, 18; Janesick 2000, 385). Näin ollen tutkijan myönnetään vaikuttaneen sekä havaintoihin että niistä tehtyihin tulkintoihin – joku toinen tutkija olisi varmasti nostanut eri asioita tärkeäksi ja tulkinnut niitä eri tavalla (Eskola & Suoranta 1999, 19; Grönfors 2001, 136; Kantola, Moring & Väliverronen 1998, 6; Silverman 2000, 89).

Täydellinen objektiivisuus ei liene koskaan mahdollista, sillä tutkija ei voi koskaan olla täysin erillinen tutkimuskohteestaan (Eskola & Suoranta 1999, 17; Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 152; Janesick 2000, 385; Varto 1992, 18–19). Varsinkaan huumorin tutkiminen ei voine koskaan olla mahdollista ilman siihen liittyvää kokemuksellista lähtökohtaa (Herkman 2000, 374). Näin ollen tutkijan omat kokemukset haastattelijoiden puheenvuorojen ja tekojen humoristisuudesta vaikuttivat myös tässä tutkimuksessa esimerkiksi analysoitavaksi poimittujen kohtien valintaan ja niistä tehtäviin tulkintoihin. Tämänkaltaista tutkimuksen subjektiivisuutta puoltaa kuitenkin tosiseikka, että tutkija on suomalaisen kulttuurin edustaja ja televisionkatsoja siinä missä muutkin.

Koska laadullisessa tutkimuksessa on tapana myöntää avoimesti tutkijan subjektiviteetin vaikutus tutkimukseen, pääasiallisimmaksi luotettavuuden kriteeriksi nousee tutkija itse (Eskola & Suoranta 1999, 211). Tässä tutkimuksessa on yritetty tunnistaa ja tunnustaa tutkijan ennako-oletusten ja erinäisten tutkimuksellisten ja kokemuksellisten lähtökohtien vaikutus tutkimusprosessiin. On kuitenkin huomattava, että vaikka ennakkoluulot pyrittiin tiedostamaan, ne saattoivat värittää osan havainnoista. Esimerkiksi aineiston analyysin taustalla myönnetään olleen koko ajan joitain enemmän tai vähemmän tiedostettuja teoreettisia lähtökohtia (ks. lisäksi Eskola & Suoranta 1999, 19; Hirsjärvi & Hurme 2000, 25; Varto 1992, 36; Väliverronen 1998, 33). Teoreettisen viitekehityksen synnyttämän esiymmärryksen vaikutus aineistosta tehdyn tulkinnan etenemissuuntaan ja havainnoista tehtyihin päätelmiin pyrittiin kuitenkin pitämään minimaalisena hermeneuttisen tulkinnan välineitä soveltaen (ks. tarkemmin luku 5.1).

Ihmistutkimuksessa ei ole olemassa lopullisia totuuksia (Eskola & Suoranta 1999, 251; Varto 1992, 18–19). Näin ollen erilaisille aineistoille ei ole olemassa oikeita tulkintoja vaan ainoastaan paremmin ja huonommin perusteltuja (Janesick 2000, 393; Väliverronen 1998, 36). Koska yksi tämän tutkimuksen lähtökohdista on, että todellisuus on joka tapauksessa moninainen ja eri ihmiset elävät aina ainakin osittain erilaisissa merkitysmaailmoissa, tutkimustuloksia ei pyritä esittämään ehdottomina totuuksina (ks. lisäksi Silverman 2001, 226). Näin ollen tutkimusta ei voida myöskään arvioida tällä perusteella.

Koko tutkimusprosessi pyrittiin toteuttamaan kaiken kaikkiaan mahdollisimman huolellisesti ja tunnollisesti. Kun otetaan lisäksi huomioon, että tutkija pohti kaikissa tutkimuksen vaiheissa tekemiään valintoja kriittisesti sekä pyrki löytämään niille järkeviä perusteluja, voidaan tutkimuksen sanoa olevan tehty niin mielekkäästi kuin se tutkijan omien tietojen ja taitojen puitteissa oli mahdollista.

8 PÄÄTÄNTÖ

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli kuvata ja analysoida talk show -haastattelijoiden humoristista viestintää havainnoimalla televisiosta nauhoitettuja talk show -haastatteluja. Huomiota kiinnitettiin erityisesti huumorin määrään ja luonteeseen, huumorin aiheisiin, huumorin ilmenemiseen verbaalisesti ja nonverbaalisesti, huumoria sisältävien puheenvuorojen muotoon ja sijoittumiseen haastattelussa sekä huumorin kohdistamiseen ja tehtäviin. Haastattelujen vuorovaikutuksellisen luonteen vuoksi myös haastateltavien reaktiot haastattelijoiden huumoriin nostettiin tarkastelun kohteeksi.

Tässä tutkimuksessa analysoiduissa talk show -haastatteluissa esiintyi runsaasti huumoria. Haastattelijat löysivät aiheita huumorilleen sekä haastattelutilanteesta ja siihen osallistuneista ihmisistä että haastattelun ulkopuolelta. Haastattelijoiden huumori ilmeni kaikkien puheviestinnän merkkijärjestelmien välityksellä, mutta se näytti tulevan kaikkein selvimmin esille heidän verbaalisessa viestinnässään. Huumoria tuotettiin kaikissa haastattelun vaiheissa, ja huumori pystyi sijoittumaan keskustelun vuorotteluun ja haastattelijoiden puheenvuoroihin monenlaisissa muodoissa.

Tutkimusaineiston mukaan talk show -haastattelijoiden huumori ei ole ainoastaan heidän kertomiaan vitsejä vaan myös sopivalla hetkellä esitettyjä kommentteja, huomautuksia ja kysymyksiä sekä niihin annettuja vastauksia. Talk show -haastattelijoiden huumorille näyttää olevan ominaista, että se kohdistetaan samaan aikaan useille eri tahoille. Haastattelijoiden humoristista viestintää voidaankin pitää talk show -haastattelujen julkisen luonteen vuoksi aina samalla myös esiintymisenä.

Huumorilla näyttää olevan tärkeä rooli ja monenlaisia tehtäviä sekä haastattelutilanteen vuorovaikutuksen että koko talk show -genren viihteellisyyteen pyrkivän luonteen kannalta. Tämän tutkimuksen perusteella näyttää siis siltä, että huumori on strategisesti tärkeä osa talk show -haastattelijoiden viestintää. Huumorin voidaan ajatella olevan ikään kuin haastattelijan työkalu, jonka avulla hän huolehtii sekä haastattelutilanteen tehtävä- ja

suhdekeskeisistä tavoitteista että kotikatsojien viihdyttämisestä ja sitä kautta koko ohjelman katsojaluvuista.

Huumorintajua pidetään usein sosiaalisesti suotavana piirteenä (ks. esim. Kerkkänen 2003, 38). Koska talk show -haastattelujen tavoitteena on olla viihdyttäviä (Munson 1993, 63; Tolson 1991, 178), talk show -haastattelijoiden huumorintaju ei ole ainoastaan suotava piirre: heidän velvollisuutenaan on olla huumorintajuisia, hauskoja ja viihdyttäviä. Talk show -haastattelijaa voidaanakin pitää eräänlaisena naurun ammattilaisena: ei hilpeyden kohteena vaan kyvyistään ja asemastaan tietoisena ammattilaisena. Tämän tutkimuksen perusteella ei voida kuitenkaan tietää, miten tietoista, tarkoituksellista ja tavoitteellista talk show -haastattelijoiden humoristinen viestintäkäyttäytyminen on.

Eri talk show -haastattelijoiden huumori on aina erilaista, sillä yksilökohtaiset ominaisuudet vaikuttavat huumorin tuottamis- ja vastaanottamisprosesseihin (Booth-Butterfield & Booth-Butterfield 1991, 206, 216; Buxton 1987, 387). Talk show -haastattelijoiden humoristiselle viestinnälle saattaa jopa olla ominaista pyrkimys omaleimaisuuteen ja yksilölliseen ilmaisuun – seurataanhan talk show -ohjelmia pitkälti juuri niiden vetovoimaisten ja persoonallisten juontajien vuoksi. Koska tässä tutkimuksessa havainnoitiin ainoastaan kahden talk show -haastattelijan huumoria, huumorin haastattelijakohtaisista eroista ja esiintymisestä ei voida tehdä kovinkaan mittavia päätelmiä. Tämän tutkimuksen perusteella ei voida myöskään yleistää laajemmin, millaista on talk show -haastattelijoiden tyypillinen huumori. Jatkossa olisikin mielenkiintoista selvittää laajemmasta aineistosta, miten eri talk show -haastattelijoiden huumorin tuottamistavat eroavat toisistaan ja mitkä ovat keskeisimmät eri talk show -haastattelijoiden huumoria yhdistävät tekijät.

Tässä tutkimusaineistossa esiintynyt huumori oli suurimmalta osaltaan turvallista hyvänolonkomiikkaa ja hyvinvointiviihdettä, mutta mukana oli myös hieman yhteiskuntakritiikkiä sekä muuta kantaottavampaa huumoria. Koska tutkimuksessa havainnoitiin vain yhdessä talk show -ohjelmassa esiintyneitä haastattelutilanteita, tämän tutkimuksen perusteella ei voida vielä sanoa, millaista huumori on yleensä julkisuuden henkilöiden ympärille rakennetuissa talk show -ohjelmissa. Epävarmaksi jää myös, onko

kyseiselle genrelle tyypillistä huumoria edes olemassa vai eroaako huumori aina esimerkiksi haastattelija- tai ohjelmakohtaisesti. Koska erilaisissa kulttuureissa vallitsee erilaisia puhumisen ja keskustelun sääntöjä ja televisio on eri kulttuureissa erilainen (Isotalus 1996, 143; Nuolijärvi & Tiittula 1995, 5, 117–134), talk show -haastattelijoille tyypillinen huumori saattaa erota myös esimerkiksi kulttuurialueittain. Tämän tutkimuksen perusteella ei voida kuitenkaan tietää, onko näin ja jos on, niin miten ympäröivä viestintäkulttuuri vaikuttaa talk show -ohjelmien huumoriin.

Koska huumori on aina kontekstisidonnaista (Lynch 2002, 443), sen voidaan ajatella ilmenevän ainakin osittain eri tavoilla talk show -haastatteluissa kuin muuntyyppisissä vuorovaikutustilanteissa. Tässä tutkimuksessa keskityttiin kuvaamaan ja analysoimaan huumoria ainoastaan talk show -ohjelmien haastattelutilanteissa. Koska televisio-ohjelman edustama genre vaikuttaa televisioilmaisuun (Aslama 1995, 11; Isotalus 1996, 11, 148), jatkossa voisi olla mielenkiintoista tarkastella huumoria myös muuntyyppisissä televisiohaastatteluissa. Tämän lisäksi viihteellisestä talk show -genrestä löytyisi varmasti myös muuntyyppisiä viestintä- ja vuorovaikutustilanteita, joiden sisältämän huumorin tarkasteleminen olisi jatkossa tärkeää.

Tässä tutkimuksessa keskityttiin kuvaamaan ainoastaan talk show -haastattelijoiden humoristista viestintää. Vain toisen haastattelun osapuolen viestintäkäyttäytymisen tarkasteleminen ei kuitenkaan pysty antamaan haastatteluista ja niiden sisältämästä huumorista niin syvällistä kuvaa kuin molempien osapuolten havainnointi saattaisi tarjota. Koska haastattelut ovat aina vuorovaikutustilanteita, joiden etenemiseen ja muotoutumiseen vaikuttaa yhtä monta ihmistä kuin haastattelussa on osallistujiaakin, jatkossa olisi syytä kiinnittää huomiota myös haastateltavien humoristiseen viestintäkäyttäytymiseen. Tutkimalla sekä haastattelijoiden että haastateltavien huumorin tuottamista ja vastaanottoa voitaisiin kenties syventää kuvaa huumorista monitahoisena vuorovaikutusilmiönä.

Huumoria lähestyttiin tässä tutkimuksessa tietyn tyyppisenä, havaittavissa olevana viestintäkäyttäytymisenä, jota ulkopuolinen tutkija voi seurata ja kuvata. Monet tutkijat ovat kuitenkin nähneet parhaaksi keskittyä huumorin kokemukselliseen puoleen ja lähestyä

huumoria tunteena ja henkilökohtaisena merkityksenantona (ks. esim. Dewitte & Verguts 2001, 37–38; Meyer 2000, 311). Tällöin huumoria ei luonnollisestikaan pystytä tutkimaan havainnoimalla, sillä havainnoimalla ei voida koskaan päästä kokonaan televisiohaastatteluihin osallistuvien todellisuuteen (Nuolijärvi & Tiittula 2000, 44–45).

Vaikka talk show -haastatteluun osallistuvien käsitykset ja kokemukset haastattelutilanteen huumorista saattavat olla henkilökohtaisesti värittyneitä, heidän käsitysten ja kokemustensa tutkiminen on tärkeää – toimivathan ihmiset viime kädessä sen mukaan, miten he ajattelevat asioiden olevan (ks. esim. Infante, Rancer & Womack 1997, 77). Hewesin (1995, 1) sanoin “how we see our world determines, in part, what we will think, how we will feel, and how we will act”. Jatkossa olisikin kiinnostavaa selvittää esimerkiksi haastatteleamalla tai vaikkapa päiväkirjamenetelmää hyödyntämällä, millaisia käsityksiä ja kokemuksia haastatteliijoilla ja yhtäältä haastateltavilla on sekä heidän omastaan että muiden haastattelutilanteeseen osallistuvien huumorista. Miten suuri merkitys huumorilla on heidän mielestään haastattelutilanteelle ja sen vuorovaikutuksen etenemiselle?

Oman lisänsä huumoritutkimukseen toisivat luonnollisesti myös haastatteluja seuraavan studioyleisön ja kotikatsojien käsitykset ja kokemukset huumorista osana televisioituja, kolmannelle osapuolelle suunnattuja talk show -haastatteluja. Miten haastatteluun osallistuvien todellisuus eroaa katsojille näyttäytyvästä todellisuudesta? Miten yhteneväisesti televisioruudun takaa tapahtumia havainnoivat televisionkatsojat, studioyleisö ja haastattelutilanteeseen osallistuvat henkilöt paikallistavat huumoria?

Huumori kuuluu erottamattomana osana talk show -haastattelijoiden työnkuvaan, ja sillä näyttää tämän tutkimuksen perusteella olevan suuri merkitys haastattelutilanteiden etenemiselle ja täten koko ohjelman onnistumiselle. Huumori näyttää siis olevan todella keskeinen tekijä koko talk show -genren kannalta. Tästä huolimatta ei vielä tiedetä, miten tietoista talk show -haastattelijoiden humoristinen viestintä on. Jatkossa voisikin olla huomionarvoista tutkia, miten harkittua huumorin tuottaminen on viihteellisyyteen pyrkivissä talk show -ohjelmissä. Jos huumori kuuluu tietoisesti haastattelijoiden viestintästrategiaan, millaisia tavoitteita he pyrkivät toteuttamaan huumorillaan? Aihetta

voitaisiin lähestyä esimerkiksi näyttämällä talk show -haastattelijoille kuvanauhoidettuja haastattelutilanteita ja keskustelemalla haastatteluista nauhojen pohjalta.

Tämän tutkimuksen perusteella näyttää siltä, talk show -haastattelijoiden tuottaman huumorin määrä ja luonne vaihtelee haastattelusta toiseen ja jopa yksittäisten haastattelujen aikana. Saattaakin olla mahdollista, että haastattelijat mukauttavat huumoriaan esimerkiksi keskustelun aiheen, haastateltavan ja haastattelutilanteen mukaan. Edellä esitetyt tulokset huumorin mukauttamisesta tarvitsisivat kuitenkin tuekseen tarkempaa tutkimusta. Jatkossa voitaisiinkin selvittää yksityiskohtaisemmin, miten talk show -haastattelijat mukauttavat humoristista viestintäkäyttäytymistään. Lisäksi olisi mielenkiintoista tutkia, miten tietoista talk show -haastattelijoiden huumorin mukauttaminen on.

Osa huumoritutkijoista näkee huumorin opittavissa olevana taitona (ks. esim. Dewitte & Verguts 2001, 49–51; Miczo 2004, 214), osan mielestä huumori selittyy taasen pysyvemmän huumorintajun käsitteen avulla (ks. esim. Foot 1997, 260; Kerkkänen 2003, 19). Tällä hetkellä onkin epäselvää, pitäisikö talk show -haastattelijoiden huumoria lähestyä kehitettävissä olevana viestintä- ja vuorovaikutustaitona vai pysyvämpänä persoonallisuuden piirteenä. Aihetta voitaisiin ehkä pohtia esimerkiksi seuraamalla talk show -haastattelijoiden urakehitystä pidemmällä aikavälillä. Tämänkaltaisen tutkimuksen esteeksi voisi kuitenkin muodostua resurssien rajallisuus. Lisäksi tutkimusta voisi hankaloittaa sopivan materiaalin löytäminen, sillä talk show -haastattelijat ovat harvemmin koko elämänsä ajan talk show -haastattelijoita. Koska tilanteeseen sopivan ja tehtävä- ja suhdekeskeisiä tavoitteita edistävän huumorin tuottaminen vaikuttaa joka tapauksessa melko haastavalta, tulevaisuudessa voitaisiin myös selvittää, millaista viestintäosaamista tehokas ja tarkoituksenmukainen huumorin käyttäminen vaatii talk show -haastattelijalta.

Tässä tutkimuksessa keskityttiin tarkastelemaan valmiin kulttuurituotteen sisältämää huumoritekstiä ja huumorin tuottamis- ja vastaanottamisprosessit jäivät ainakin osittain hämärään. Tutkimusaineiston perusteella näyttää kuitenkin siltä, että osa talk show -haastattelijoiden huumorista on ennalta suunniteltua: osa humoristisista puheenvuoroista jopa luetaan melkein suoraan paperista. Myös monet etukäteisvalmisteluja

vaatineet, esimerkiksi studiorekvisiitan käyttöön perustuvat humoristiset haastattelun kohdat lienevät ainakin osittain ennalta suunniteltuja. Haastattelijoiden huumori näyttää kuitenkin voivan syntyä myös spontaanisti. Esimerkiksi lipsautukset ja verbaalisia virheitä sisältävät humoristiset puheenvuorot vaikuttavat usein suunnittelemattomilta. Tämän tutkimuksen perusteella talk show -haastattelijoiden huumorille näyttää lisäksi olevan ominaista, että ennalta suunniteltukin esitetään spontaanin näköisesti. Koska havainnoimalla ei voida kuitenkaan koskaan saada varmuutta siitä, miltä osin talk show -haastattelijoiden huumori on ennalta suunniteltua ja jopa etukäteen harjoiteltua ja miltä osin spontaania, tilanteesta kumpuavaa, aihetta voitaisiin selvittää jatkossa esimerkiksi haastatteleamalla talk show -haastatteliijoita tai muita ohjelman työntekijöitä.

Huumori on paitsi kokemuksellisesti, myös tutkimuksellisesti erittäin moniulotteinen ilmiö. Arjen hyöriinnässä huumoriin liittyvät ongelmat eivät kuitenkaan ole filosofisia tai käsitteellisiä vaan käytännöllisiä: Mikä on sopivaa ja tarkoituksenmukaista huumoria kussakin talk show -haastattelussa? Miten haastattelijä voi hyödyntää huumoria haastattelujen tavoitteiden saavuttamisessa? Miten hän saa haastateltavansa nauramaan tai naurettavaksi? Miten hän onnistuu viihdyttämään myös kotikatsojia? Talk show -huumori on siis kaiken kaikkiaan tutkimusaihe, josta ei näkökulmia puutu.

KIRJALLISUUS

- Abel, M. H. 2002. Humor, stress, and coping strategies. *Humor: International Journal of Humor Research* 15 (4), 365–381.
- Adams, S. & Hicks, W. 2001. *Interviewing for journalists*. London: Routledge.
- Adler, P. A. & Adler, P. 1998. Observational techniques. Teoksessa N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (toim.) *Collecting and interpreting qualitative materials*. Thousand Oaks: Sage, 79–109.
- Alasuutari, P. 1999. *Laadullinen tutkimus. 3. uudistettu painos*. Tampere: Vastapaino.
- Albrecht, G. L. 1999. Disability humor: what's in a joke? *Body & Society* 5 (4), 67–74.
- Alho, O. 1988. *Hulluuden puolustus ja muita kirjoituksia naurun historiasta*. Juva: WSOY.
- Andersen, P. A. 1999. *Nonverbal communication: forms and functions*. Mountain View: Mayfield.
- Andersen, P. A. & Guerrero, L. K. 1998. The bright side of relational communication: interpersonal warmth as a social emotion. Teoksessa P. A. Andersen & L. K. Guerrero (toim.) *Handbook of communication and emotion: research, theory, applications, and contexts*. San Diego: Academic Press, 303–329.
- Aslama, M. 1995. *Private talk in public: a case study on a talk show in Finnish television*. Helsinki: Helsinki School of Economics and Business Administration.
- Aslama, M. 1998. Vuorojen karusellissa: näkökulma televisiokeskustelujen vuorovaikutukseen. Teoksessa A. Kantola, I. Moring & E. Väliaverronen (toim.) *Media-analyysi: tekstistä tulkintaan*. Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus, 149–169.
- Aslama, M. & Wallenius, J. 2003. *Suomalainen tv-tarjonta 2002*. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisu 40.
- Bahtin, M. M. 1987. *Speech genres and other late essays*. Toimittaneet C. Emerson & M. Holquist. Englanniksi kääntänyt V. W. McGhee. 2. painos. Austin: University of Texas Press.

- Banks, J. & Tankel, J. D. 1998. Setting the margins: television talk shows and the genrefication of sexuality. Teoksessa L. R. Vande Berg, L. A. Wenner & B. E. Gronbeck (toim.) *Critical approaches to television*. Boston: Houghton Mifflin, 110–124.
- Berger, A. A. 1995. *Blind men and elephants: perspectives on humor*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Berger, C. R. 2003. Message production skill in social interaction. Teoksessa J. O. Greene & B. R. Burlison (toim.) *Handbook of communication and social interaction skills*. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 257–289.
- Bignell, J. 2004. *An introduction to television studies*. London: Routledge.
- Bippus, A. M. 2003. Humor motives, qualities, and reactions in recalled conflict episodes. *Western Journal of Communication* 67 (4), 413–426.
- Booth-Butterfield, M. 2002. *Interpersonal essentials*. Boston: Allyn & Bacon.
- Booth-Butterfield, S. & Booth-Butterfield, M. 1991. Individual differences in the communication of humorous messages. *The Southern Communication Journal* 56 (3), 205–218.
- Brand, G. & Scannell, P. 1991. *Talk, identity and performance: the Tony Blackburn Show*. Teoksessa P. Scannell (toim.) *Broadcast talk*. London: Sage, 201–226.
- Bremmer, J. & Roodenburg, H. 1997. Introduction: humour and history. Teoksessa J. Bremmer & H. Roodenburg (toim.) *A cultural history of humour: from antiquity to the present day*. Cambridge: Polity Press, 1–10.
- Burgoon, J. K. & Bacue, A. E. 2003. Nonverbal communication skills. Teoksessa J. O. Greene & B. R. Burlison (toim.) *Handbook of communication and social interaction skills*. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 179–219.
- Burgoon, J. K., Buller, D. B & Woodall, W. G. 1996. *Nonverbal communication: the unspoken dialogue*. 2. painos. New York: McGraw-Hill.
- Buxton, R. A. 1987. The late-night talk show: humor in fringe television. *The Southern Speech Communication Journal* 52 (4), 377–389.
- Casey, B., Casey, N., Calvert, B., French, L. & Lewis, J. 2002. *Television studies: the key concepts*. London: Routledge.

- Corner, J. 1991. The interview as social encounter. Teoksessa P. Scannell (toim.) Broadcast talk. London: Sage, 31–47.
- Cragan, J. F. & Shields, D. C. 1998. Understanding communication theory. Needham Heights: Allyn & Bacon.
- Daly, J. A. & Vangelisti A. L. 2003. Skillfully instructing learners: how communicators effectively convey messages. Teoksessa J. O. Greene & B. R. Burlison (toim.) Handbook of communication and social interaction skills. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 871–908.
- Dewitte, S. & Verguts, T. 2001. Being funny: a selectionist account of humor production. *Humor: International Journal of Humor Research* 14 (1), 37–53.
- Drew, P. & Heritage, J. 1992. Analysing talk at work: an introduction. Teoksessa P. Drew & J. Heritage (toim.) Talk at work: interaction in institutional settings. Cambridge: Cambridge University Press, 3–65.
- Eckardt, A. R. 1992. Sitting in the earth and laughing: a handbook of humor. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1999. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 3. painos. Tampere: Vastapaino.
- Eskola, J. & Vastamäki J. 2001. Teemahaastattelu: opit ja opetukset. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Jyväskylä: PS-kustannus, 24–42.
- Fairclough, N. 1997. Miten media puhuu. Suom. V. Blom & K. Hazard. Tampere: Vastapaino.
- Foot, H. C. 1997. Humour and laughter. Teoksessa O. D. W. Hargie (toim.) The handbook of communication skills. 2. painos. London: Routledge, 259–285.
- Freud, S. 1983. Vitsi ja sen yhteys piilotajuntaan. Suom. M. Rutanen. Helsinki: Love Kirjat. (Alkuperäisteos 1905.)
- Frey, L. R., Botan, C. H. & Kreps, G. L. 2000. Investigating communication: an introduction to research methods. 2. painos. Boston: Allyn & Bacon.
- Gaskell, G. & Bauer, M. W. 2000. Towards public accountability: beyond sampling, reliability and validity. Teoksessa M. W. Bauer & G. Gaskell (toim.) Qualitative researching with text, image and sound. London: Sage, 336–350.

- Graham, E. E., Papa, M. J. & Brooks, G. P. 1992. Functions of humor in conversation: conceptualization and measurement. *Western Journal of Communication* 56 (2), 161–183.
- Giles, H., Mulac, A., Bradac, J. J. & Johnson, P. 1987. Speech accommodation theory: the first decade and beyond. Teoksessa M. L. McLaughlin (toim.) *Communication yearbook* 10. Newbury Park: Sage, 13–48.
- Grice, H. P. 1991. Logic and conversation. Teoksessa S. Davis (toim.) *Pragmatics: a reader*. New York: Oxford University Press, 305–315. (Alkuperäisteos 1975.)
- Gruner, C. R. 1985. Advice to the beginning speaker on using humor: what the research tells us. *Communication Education* 34 (2), 142–147.
- Grönfors, M. 1982. *Kvalitatiiviset kenttätutkimusmenetelmät*. 2. painos. Porvoo: WSOY.
- Grönfors, M. 2001. Havaintojen teko aineistonkeräyksen menetelmänä. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin I*. Jyväskylä: PS-kustannus, 124–141.
- Haakana, M. 1996. Huumori ja vakava keskustelun kategorioina. Teoksessa A. Hakulinen (toim.) *Suomalaisen keskustelun keinoja II*. Kieli 10. Helsinki: Helsingin yliopiston suomen kielen laitos, 141–172.
- Haakana, M. 1999. *Laughing matters: a conversation analytical study of laughter in doctor-patient interaction*. Helsinki: Helsingin yliopiston suomen kielen laitos.
- Hakala, J. T. 2001. Menetelmällisiä koetuksia. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin I*. Jyväskylä: PS-kustannus, 10–23.
- Hargie, O. D. W. 1997. *Interpersonal communication: a theoretical framework*. Teoksessa O. D. W. Hargie (toim.) *The handbook of communication skills*. 2. painos. London: Routledge, 29–63.
- Hecht, M. L., DeVito, J. A. & Guerrero, L. K. 1999. Perspectives on nonverbal communication: codes, functions, and contexts. Teoksessa L. K. Guerrero, J. A. DeVito & M. L. Hecht (toim.) *The nonverbal communication reader: classic and contemporary readings*. 2. painos. Prospect Heights: Waveland, 3–18.
- Heikkinen, K. 2000. Nauru on sosiaalista liimaa. *Tiede* 20 (7), 20–23.

- Herkman, J. 2000. Huumorin ja vallan keskeneräinen kysymys: populaarin kokemuksen jäljillä. Teoksessa A. Koivunen, S. Paasonen & M. Pajala (toim.) Populaarin lumo: mediat ja arki. Turun yliopiston taiteiden tutkimuksen laitoksen julkaisuja A 46, 372–388.
- Herkman, J. 2001. Audiovisuaalinen mediakulttuuri. Tampere: Vastapaino.
- Hewes, D. E. 1995. Introduction. Teoksessa D. E. Hewes (toim.) The cognitive bases of interpersonal communication. Hillsdale: Lawrence Erlbaum, 1–4.
- Hietala, V. 1996. Ruudun hurma: johdatus tv-kulttuuriin. Helsinki: Yle-opetuspalvelut.
- Hietala, V. 1997. Genre teoria ja formaalinen analyysi. Teoksessa A. Koivunen & V. Hietala (toim.) Kanavat auki! Televisiotutkimuksen lukemisto. Turun yliopiston täydennyskoulutuskeskuksen julkaisuja A 61, 173–176.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. Tutki ja kirjoita. 6. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Holland, P. 2000. The television handbook. 2. painos. London: Routledge.
- Holm, T. T. 2002. The art & science of humor. Short course at National Communication Association Convention, November 21–24, New Orleans.
- Hyppönen Enbuske Experience. Ei päiväystä. Saatavilla [www-muodossa: <http://www.nelonen.fi/hee>](http://www.nelonen.fi/hee). (Luettu 4.3.2004).
- Infante, D. A., Rancer, A. S. & Womack D. F. 1997. Building communication theory. 3. painos. Prospect Heights: Waveland.
- Isotalus, P. 1994. Onko toimittajan televisioesiintymisellä merkitystä? Teoksessa P. Isotalus (toim.) Puheesta ja vuorovaikutuksesta. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 11, 159–167.
- Isotalus, P. 1995. Mitä esiintymistaito on? Puhetaiteen, yleisöpuheen ja mediaesiintyminen yhteisiä piirteitä etsimässä. Teoksessa M. Valo (toim.) Haasteita puheviestinnän opetukseen. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 14, 83–98.
- Isotalus, P. 1996. Toimittaja kuvaruudussa: televisioesiintyminen vuorovaikutuksen näkökulmasta. Jyväskylän yliopisto: Jyväskylä Studies in Communication 5.

- Janesick, V. J. 2000. The choreography of qualitative research design. Teoksessa N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (toim.) Handbook of qualitative research. 2. painos. Thousand Oaks: Sage, 379–399.
- Kankaanpää, S. 2004. Virasto leikkii kielellä. Kielikello 21 (2), 20–22.
- Kantola, A., Moring, I. & Väliverronen, E. (toim.) 1998. Media-analyysi: tekstistä tulkintaan. Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus.
- Kerkkänen, P. 2003. Huumorintaju ja terveys itäsuomalaisten poliisien työssä 1995–1998. Joensuun yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja 62.
- Keyton, J. 1999. Relational communication in groups. Teoksessa L. R. Frey, D. S. Gouran & M. S. Poole (toim.) The handbook of group communication theory and research. Thousand Oaks: Sage, 192–222.
- Kieli ja sen kieliopit. 1994. Kielioppityöryhmän mietintö. Helsinki: Opetusministeriö.
- Kinnunen, A. 1994. Huumorin ja koomisen keskeneräinen kysymys. Juva: WSOY.
- Knapp, M. L. & Hall, J. A. 2002. Nonverbal communication in human interaction. 5. painos. South Melbourne: Wadsworth.
- Knuuttila, S. 1992. Kansanhuumorin mieli: kaskut maailmankuvan aineksena. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 554.
- Laine, T. 2001. Miten kokemusta voidaan tutkia? Fenomenologinen näkökulma. Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin II. Jyväskylä: PS-kustannus, 26–43.
- Littlejohn, S. W. 2002. Theories of human communication. 7. painos. Belmont: Wadsworth.
- Livingstone, S. & Lunt, P. 1994. Talk on television: audience participation and public debate. London: Routledge.
- Loizos, P. 2000. Video, film and photographs as research documents. Teoksessa M. W. Bauer & G. Gaskell (toim.) Qualitative researching with text, image and sound. London: Sage, 93–107.
- Lynch, O. W. 2002. Humorous communication: finding a place for humor in communication research. Communication Theory 12 (4), 423–445.

- Maase, S. W., Fink, E. L. & Kaplowitz, S. A. 1984. Incongruity in humor: the cognition dynamics. Teoksessa B. N. Bostrom (toim.) *Communication Yearbook* 8. Beverly Hills: Sage, 80–105.
- Metsämuuronen, J. 2003. Tutkimuksen tekemisen perusteet ihmistieteissä. 2. uudistettu painos. Helsinki: Methelp.
- Meyer, J. C. 2000. Humor as double-edged sword: four functions of humor in communication. *Communication Theory* 10 (3), 310–331.
- Miczo, N. 2004. Humor ability, unwillingness to communicate, loneliness, and perceived stress: testing a security theory. *Communication Studies* 55 (2), 209–226.
- Millar, R., Crute, V. & Hargie, O. 1992. *Professional interviewing*. London: Routledge.
- Miller, C. R. 1984. Genre as social action. *Quarterly Journal of Speech* 70 (2), 151–167.
- Mulkay, M. 1988. *On humour: its nature and its place in modern society*. Cambridge: Polity.
- Munson, W. 1993. *All talk: the talkshow in media culture*. Philadelphia: Temple University Press.
- Myers, G. 2000. Analysis of conversation and talk. Teoksessa M. W. Bauer & G. Gaskell (toim.) *Qualitative researching with text, image and sound*. London: Sage, 191–206.
- Mäkelä, K. 1990. Kvalitatiivisen analyysin arviointiperusteet. Teoksessa K. Mäkelä (toim.) *Kvalitatiivisen aineiston analyysi ja tulkinta*. Helsinki: Gaudeamus, 42–61.
- Niven, D., Lichter, S. R. & Amundson, D. 2003. The political content of late night comedy. *Harvard International Journal of Press/Politics* 8 (3), 118–133.
- Nuolijärvi, P. 1997. Televisiotoimittaja kuuntelijana. Teoksessa L. Huotari (toim.) *Puheen maailma: näkemyksiä ja visioita puhumisesta, kuuntelemisesta ja vuorovaikutuksesta*. Suomen Puheopiston 50-vuotisjuhlajulkaisu. Helsinki: Suomen Puheopisto, 72–75.
- Nuolijärvi, P. & Tiittula, L. 1995. Vuorovaikutus televisiokeskustelussa: projektin taustaa ja lähtökohtia. Helsinki: Yleisradio.
- Nuolijärvi, P. & Tiittula, L. 2000. *Televisiokeskustelun näyttämöllä: televisioinstitutionaalisuus suomalaisessa ja saksalaisessa keskustelukulttuurissa*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 768.
- Näränen, P. 1998. *Audiovisuaalisen kulttuurin apukoulu*. 2. korjattu painos. Tampereen yliopiston täydennyskoulutuskeskus. Julkaisusarja B 2/96.

- O'Donnell-Trujillo, N. & Adams, K. 1983. Heheh in conversation: some coordinating accomplishments of laughter. *Western Journal of Speech Communication* 47 (2), 175–191.
- Peck, J. 1995. TV talk shows as therapeutic discourse: the ideological labor of the televised talking cure. *Communication Theory* 5 (1), 58–81.
- Peräkylä, A. 1997a. Institutionaalinen keskustelu. Teoksessa L. Tainio (toim.) *Keskustelunalyysin perusteet*. Tampere: Vastapaino, 177–203.
- Peräkylä, A. 1997b. Reliability and validity in research based on tapes and transcripts. Teoksessa D. Silverman (toim.) *Qualitative research: theory, method and practice*. London: Sage, 201–220.
- Potter, W. J. & Warren, R. 1998. Humor as camouflage of televised violence. *Journal of Communication* 48 (2), 40–57.
- Preiss, R. W., Gayle, B. M. & Martin, D. 2002. Authoritarian and dogmatic and reactions to humor: a meta-analytic review. Paper presented at National Communication Association Convention, November 21–24, New Orleans.
- Puro, J.-P. 1996. Johdatus puheviestinnän teorioihin. Tampere: Gaudeamus.
- Pörhölä, M. 2000. Kulttuurin viestintäodotukset ja yleisölle puhuminen. Teoksessa M. Valo (toim.) *Nykytietoa puheviestinnän opetuksesta*. Jyväskylän yliopiston viestintätieteiden laitoksen julkaisuja 20, 16–34.
- Raevaara, L., Ruusuvuori, J. & Haakana, M. 2001. Institutionaalinen vuorovaikutus ja sen tutkiminen. Teoksessa J. Ruusuvuori, M. Haakana & L. Raevaara (toim.) *Institutionaalinen vuorovaikutus: keskustelunalyttisia tutkimuksia*. Tietolipas 173. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 11–38.
- Rahtu, T. 2004. Saako olla ironiaa? *Kielikello* 21 (2), 24–26.
- Ridell, S. 1993. Ei yksin teksteistä: geneerinen näkökulma journalismin tutkimiseen. *Tiedotustutkimus* 16 (2), 3–13.
- Rubin, A. M. & Step, M. M. 1997. Viewing television talk shows. *Communication Research Reports* 14 (1), 106–115.
- Saarela-Kinnunen, M. & Eskola J. 2001. Tapaus ja tutkimus = tapaustutkimus? Teoksessa J. Aaltola & R. Valli (toim.) *Ikkunoita tutkimusmetodeihin I*. Jyväskylä: PS-kustannus, 158–169.

- Scannell, P. 1991. Introduction: the relevance of talk. Teoksessa P. Scannell (toim.) Broadcast talk. London: Sage, 1–13.
- Silverman, D. 2000. Doing qualitative research: a practical handbook. London: Sage.
- Silverman, D. 2001. Interpreting qualitative data: methods for analysing talk, text and interaction. 2. painos. London: Sage.
- Stake, R. E. 2000. Case studies. Teoksessa N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (toim.) Handbook of qualitative research. 2. painos. Thousand Oaks: Sage, 435–454.
- Step, M. M. & Finucane, M. O. 2002. Interpersonal communication motives in everyday interactions. *Communication Quarterly* 50 (1), 93–109.
- Sumiala-Seppänen, J. 2002. Terveisiä terapiasta! Katsaus suomalaisen televisioterapian olo(huone)muotoihin. Teoksessa T. Perko, R. Salokangas & H. Luostarinen (toim.) Median varjossa. Jyväskylän yliopisto: Medainstituutti, 91–104.
- Tainio, L. (toim.) 1997. Keskustelunanalyysin perusteet. Tampere: Vastapaino.
- Tolson, A. 1991. Televised chat and the synthetic personality. Teoksessa P. Scannell (toim.) Broadcast talk. London: Sage, 178–200.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2003. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. 2. painos. Helsinki: Tammi.
- Vandaele, J. 2002. Humor mechanisms in film comedy: incongruity and superiority. *Poetics Today* 23 (2), 221–249.
- Vande Berg, L. R., Wenner, L. A. & Gronbeck, B. E. (toim.) 1998. Critical approaches to television. Boston: Houghton Mifflin.
- Vangelisti, A. L. 1994. Messages that hurt. Teoksessa W. R. Cupach & B. H. Spitzberg (toim.) The dark side of interpersonal communication. Hillsdale: Lawrence Erlbaum, 53–82.
- Varto, J. 1992. Laadullisen tutkimuksen metodologia. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Vilaythong, A. P., Arnau, R. C., Rosen, D. H. & Mascaro, N. 2003. Humor and hope: can humor increase hope? *Humor: International Journal of Humor Research* 16 (1), 79–89.
- Väliverronen, E. 1998. Mediatekstistä tulkintaan. Teoksessa A. Kantola, I. Moring & E. Väliverronen (toim.) Media-analyysi: tekstistä tulkintaan. Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus, 13–39.

- Wyer, R. S. & Adaval, R. 2003. Message reception skills in social communication. Teoksessa J. O. Greene & B. R. Burlison (toim.) Handbook of communication and social interaction skills. Mahwah: Lawrence Erlbaum, 291–355.
- Wyer, R. S. & Gruenfeld, D. H. 1995. Information processing in interpersonal communication. Teoksessa D. E. Hewes (toim.) The cognitive bases of interpersonal communication. Hillsdale: Lawrence Erlbaum, 7–47.
- Ylönen, M. 1995. Karin suomalainen: pilapiirroksia suomalaisuuden legitimointina. Acta Universitatis Tamperensis, Ser. A vol. 468. Tampere: Tampereen yliopisto.

Havainnointilomake 4: Tarkempia havaintoja valituista kohtauksista

haastattelun tunniste _____

kohtauksen tunniste _____

1. Humoristisen puheenvuoron muoto ja sijainti haastattelussa

- haastattelun aloitus
- haastattelun lopetus
- uusi kysymys
- jatkokysymys haastateltavan vastauksesta
- kevennys/kommentti ennen kysymystä
- kevennys/kommentti kysymyksen ja haastateltavan puheenvuoron välissä
- kevennys/kommentti haastateltavan puheenvuoron aikana
- kevennys/kommentti haastateltavan puheenvuoron jälkeen
- kevennys/kommentti toisen haastattelijan puheenvuoron aikana
- kevennys/kommentti toisen haastattelijan puheenvuoron jälkeen
- kevennys/kommentti/välihuomautus oman puheenvuoron aikana
- yleinen kevennys/kommentti
- vastaus haastateltavan kysymykseen
- vastaus toisen haastattelijan kysymykseen
- pyyntö
- neuvo
- toisten puheen täydentäminen
- alustus uuteen tilanteeseen tai yhteiseen toimintaan
- joku muu, mikä _____

2. Humoristisen puheenvuoron aihe/kohde

- haastateltavan yksityiselämä, ammatinkuva, persoonallisuus, puhe tai toiminta
- haastattelijan yksityiselämä, ammatinkuva, persoonallisuus, puhe tai toiminta
- toisen haastattelijan yksityiselämä, ammatinkuva, persoonallisuus, puhe tai toiminta
- itse ohjelma, ohjelman tuotantoyhtiö tai muut ohjelman työntekijät
- ohjelmaa esittävä televisiokanava
- studioyleisö tai televisionkatsojat
- keskustelun kulku tai aihe, keskustelutila
- ajankohtainen julkisuuden henkilö
- ajankohtainen tapahtuma, tilanne tai ilmiö
- politiikka
- paikkakunta
- ammattiryhmä
- tuotemerkki
- muut mediat
- ei selvää aihetta tai kohdetta
- joku muu, mikä _____

(jatkuu)

3. Miten huumori ilmenee verbaalisessa viestinnässä?

4. Miten huumori ilmenee nonverbaalisessa viestinnässä?

puhuvaa henkilöä ei ole kuvattu

a) parakieli

äänensävy

äänenpaino

äänenvoimakkuus

tauotus

puhenopeus ja -rytmi

äännähdykset

nauru

äänen muuttaminen

joku muu, mikä

b) kinesiiikka

ilmeet

hymy

eleet

liikkeet

asennot

katse

kosketus

joku muu, mikä

c) proksemiikka

tilankäyttö

etäisyys/läheisyys

istumajärjestys

spatiaalinen orientaatio

joku muu, mikä

d) artefaktit

vaatetus

kampa

korut, pinssit ym.

joku muu, mikä

(jatkuu)

5. Miten huumori ilmenee studiorekvisiitan välityksellä? (esineet, kuvamateriaali jne.)

6. Miten haastateltava reagoi haastattelijan huumoriin?

- ei kuvattu, ei voi sanoa
- lähtee mukaan leikinlaskuun
- näyttää ilahtuvan ja ymmärtävän
- ohittaa, ei huomioi mitenkään
- vastaa asiallisesti
- vaihtaa puheenaihetta
- puolustelee kantaansa, tekemisiään tai toimintaansa
- kostaa haastattelijalle nokkelalla kommentilla
- näyttää pahastuvan, suuttuu
- joku muu reagoititapa, mikä _____

7. Mikä näyttää olevan huumoria sisältävän puheenvuoron ensisijainen funktio?

8. Muita huomioita haastattelijoiden huumoriin liittyen

Havainnointiaineisto

LIITE 5

havainnoitava ohjelma:	Hyppönen Enbuske Experience (HEE)
juontajat:	Henkka Hyppönen ja Tuomas Enbuske (to 4.3.2004 vain Tuomas Enbuske)
esityskanava:	Nelonen
tuotantoyhtiö:	Van Der Media Oy
esitysaika:	torstaisin klo 21.00–22.00 pikauusinta sunnuntaisin tai perjantaisin
havainnointiväli:	to 12.2.2004 – to 11.3.2004
aineiston laajuus:	yhteensä 5 ohjelmaa yhteensä 15 haastattelua (yht. n. 2 h 18 min) yhteensä 177 haastattelijoiden puheenvuoroa, joissa huumoria

Haastateltavat to 12.2.2004:

Neljän Ruusun laulaja Ilkka Alanko (H1), kirjailija Katja Kallio (H2) ja Miss Suomi 2004 Mira Salo (H3).

Haastateltavat to 19.2.2004:

näyttelijä Peter Franzén (H4), rap-artisti Mariska (H5) ja talk show -juontaja Bettina Sångbom (H6).

Haastateltavat to 26.2.2004:

HIM-yhtyeen laulaja Ville Valo (H7), musiikkivideo-ohjaaja Antti Jokinen (H8) ja kokki-malli-kolumnisti Sara La Fountain (H9).

Haastateltavat to 4.3.2004:

Egotrippi-yhtyeen Knipi ja Mikki (H10), näyttelijä-kirjailija Anna-Leena Härkönen (H11) ja toimittaja-juontaja Mikko Silvennoinen (H12).

Haastateltavat to 11.3.2004:

näyttelijä-käsikirjoittaja Petteri Summanen (H13), kansanedustaja ja kokoomuksen varapuheenjohtaja Sari Sarkomaa (H14) ja Kansansuosikit-yhtyeen Jari Karjalainen (H15).

Litterointimerkinnät

LIITE 6

JOO	kovaäänistä puhetta
°joo°	normaalia hiljaisempaa puhetta
joo	sanaa painotettu lausuttaessa
<u>joo</u>	ääntä muutettu (äänen sävy, puhenopeus tms. selitetty tarkemmin tekstissä)
jo-	kesken jäänyt sana
jo:	venytetty äänne
hehe	naurua
jo(h)o	sana tuotettu nauraen
/	päällekkäispuhunnan alku ja loppu
=	kaksi eri puhunnosta liittyy toisiinsa tauotta
(.)	huomattava tai huumorin kannalta merkityksellinen tauko
--	puheenvuoron alusta, keskeltä tai lopusta on jätetty esimerkin kannalta epäolennainen aines mainitsematta
(joo)	epävarmasti kuultu jakso
(--)	jakso, josta ei ole saatu selvää
((itkua))	litteroijan omia kommentteja