



Osaamista
ja oivallusta
tulevaisuuden
tekemiseen

Nelli Uurtimo

Vain ääni ratkaisee?

Osallistujan kokemus ja tuotannon etiikka
laulukilpailuformaateissa

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi (AMK)

Elokuvan ja television tutkinto-ohjelma

Opinnäytetyö

13.4.2018

Tekijä Otsikko	Nelli Uurtimo Vain ääni ratkaisee? – Osallistujan kokemus ja tuotannon etiikka laulukilpailuformaateissa
Sivumäärä Aika	51 sivua + 3 liitettä 13.4.2018
Tutkinto	Medianomi (AMK)
Tutkinto-ohjelma	Elokuvan ja television tutkinto-ohjelma
Suuntautumisvaihtoehto	Televisio- ja radiotuotanto
Ohjaaja	Lehtori Minna Kilpeläinen
<p>Tämä opinnäytetyö tarkastelee laulukilpailuformaateihin osallistuneiden kokemuksia ja tutkii kykykilpailu- ja tositelevisio-osallistujien kohtelua eettisestä näkökulmasta. Työ käsittelee viihteen etiikkaa erityisesti televisioalalla.</p> <p>Opinnäytetyön tavoite on herättää ajatuksia erityisesti viihteen ja tositelevisiön parissa työskentelevien keskuudessa, mutta myös avata tuotantojen toimintatapoja katsojalle. Työn toivotaan vastaavan myös kysymyksiin, joita laulukilpailuun osallistumista pohtivalla, tai siihen jo osallistuneella laulajalla voi aiheesta olla. Mitä tuotantoyhtiöt tekevät kilpailijoiden hyväksi jopa moraalittomaksi kritisoidulla tositelevisiön kentällä, ja mitä ne voisivat tehdä paremmin?</p> <p>Työhön on haastateltu alan asiantuntijoita ja sitä varten teetettiin kyselytutkimus <i>Idolsiin</i> sekä <i>The Voice of Finlandiin</i> osallistuneille. Työssä avataan lyhyesti tositelevisiön sekä laulukilpailuformaattien taustaa. Etiikkatutkimus työssä nojaa dokumenttielokuvien etiikan tutkimukseen. Työn käsittelyosassa kuljetetaan aihepiireittäin rinnakkain kilpailijakyselytutkimuksen tuloksia, asiantuntijahaastatteluita, kirjoittajan omia kokemuksia sekä kirjallisuudesta ja muista lähteistä nousseita teemoja. Lopuksi esitellään koonti tutkielman tuloksista ja mahdollisista kehitysehdotuksista sekä esitetään pohdinnan aiheita tulevaan.</p> <p>Tutkimuksessa käy ilmi, että suurin osa osallistujista on kokenut ohjelmiin osallistumisensa hyvin antoisana. Kehittämiskohtia kuitenkin ovat esimerkiksi niin sanottu jälkihoito sekä kilpailijoiden julkisuuteen valmistaminen.</p>	
Avainsanat	tositelevisio, laulukilpailuformaatti, formaatti, kykykilpailu, viihde, etiikka, viihteen etiikka, media

Author Title	Nelli Uurtimo Only The Voice Counts? – The experience of the participant and the productions ethics in singing contest formats
Number of Pages Date	51 pages + 3 appendices 13 April 2018
Degree	Bachelor of Arts
Degree Programme	Film and Television Production
Specialisation option	Broadcasting Production
Instructor	Minna Kilpeläinen, Senior Lecturer
<p>This Bachelor's thesis examines the experiences of the participants in the singing contest formats and the treatment of talent and reality TV participants from the ethical point of view. Thesis deals with entertainment ethics especially in the television field.</p> <p>The aim of the Bachelor's thesis is not only to stimulate thoughts especially in entertainment and reality television field but also to show the ways productions are made for the viewer. The goal is that the thesis will also answer the questions that the singers who participated or will participate in the future might have on the subject. How do the production companies treat their competitors inside even an immoral acclaimed reality ground, and how can they do better?</p> <p>Experts in the field were interviewed for this thesis. Also, a survey was conducted for <i>Idols</i> and <i>The Voice of Finland</i> participants. The study briefly opens the background of the reality TV and singing formats. The ethics of the research is based on the ethics research in documentary films. In the handling section, the results of the competitor survey, expert interviews and the author's own experiences are handled in parallel. Finally, a summary of the results of the thesis, potential development proposals and future themes will be presented.</p> <p>In the results of the study, it can be seen that the participants have often experienced that their participation has been rewarding. However, development would be needed i.e. in the so-called aftercare and in the competitors' preparation for publicity.</p>	
Keywords	reality television, singing competition format, format, talent show, entertainment, ethics, ethics of entertainment, media

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Tositelevisio ja kykykilpailut	3
2.1	Tositelevisio	3
2.2	Laulukilpailuformaattit	5
2.2.1	Idols	6
2.2.2	The Voice of Finland	7
3	Televisioviihteen etiikka	9
3.1	Median etiikka	9
3.2	Dokumenttielokuvien etiikan tutkimus	9
3.2.1	Dokumenttielokuva – todellisuuden kuvaa?	10
3.2.2	Eettisten ongelmien neljä luokkaa	11
3.3	Kykykilpailuformaattien ja tositelevision kritiikki	13
3.4	Kaupallinen viihde vs. etiikka – taistelevat voimat?	14
4	Tutkimuksen toteutus	15
5	Ohjelmanteko osallistujan ja tuotannon näkökulmasta	18
5.1	Termien määrittelyä	18
5.2	Sopimukset	18
5.3	Casting ja koelaulut	22
5.4	Kilpailijoiden kehittyminen ja brändäys	25
5.5	Tuotantoryhmän rooli kilpailijalle ja tuotannon eettinen vastuu	28
5.6	Palautteen rooli ja julkisuus	30
5.6.1	Tuomareiden ja valmentajien tuki ja palaute	31
5.6.2	Tuotannolta saatu tuki ja palaute	32
5.6.3	Kansakilpailijoiden merkitys	33
5.6.4	Sosiaalinen media ja julkisuus	34
5.7	Psykologin työ tuotannoissa	36
5.8	Jälkihoito	39
5.9	Leikattu ohjelma – totta vai tarua?	42
5.10	Kykykilpailuiden ja tositelevisio-ohjelmien muutos ja murros	45
6	Yhteenveto	47
	Lähteet	50

Liitteet

Liite 1. Haastattelukysymykset – Tuottaja Saija Simoni

Liite 2. Haastattelukysymykset – Psykologi Laura Stenroos

Liite 3. Kyselykaavake kilpailijoille – Kysymykset

1 Johdanto

Televisioituilla laulukilpailuilla on pitkä historia. Euroviisuedustajan paikasta kilpailtiin Suomessa ensimmäistä kertaa vuonna 1961, ja vuosikymmenien kansansuosikki Syksyn sävel aloitti vain muutama vuosi tämän jälkeen. Suosiolle ei näy loppua, sillä pelkääntään vuoden 2018 aikana suomalaiset näkevät televisioistaan vähintään viisi eri laulukilpailua. Näistä suurin osa ei kuitenkaan esitä jo tunnettujen artistien uusia kappaleita, vaan uusia kykyjä ja potentiaalisia tulevaisuuden artisteja. Tositelevisio ja perinteisten laulukilpailujen hybridit, kykykilpailuformaattit, ovat vallanneet alaa televisiokentällä.

Tositelevisio ja kykykilpailut ovat tuoneet tuotantoyhtiöille ja ohjelman toteuttajille uusia haasteita: kuinka valmistaa ja valmentaa niin sanottuja ”taviksia” kohti tähteyttä ja samalla luoda viihdyttävää sisältöä kotikatsojille? Kilpailut ovat jännittäviä ja hermoja raastavia kokeneillekin artisteille ja esiintyjille; kuinka niistä selviytyvät siipiään ensi kertoja kokeilevat laulajien alut? Hyvän laulusuorituksen lisäksi heidän kun on laitettava peliin myös oma itsensä, haavoittuvana ja avoimena. Kuinka pitkälle kilpailijat ovat vastuussa omasta hyvinvoinnistaan ja jaksamisestaan? Entä kuinka tuotantoyhtiöt kokevat eettisen vastuunsa osallistujista?

Tämä opinnäytetyö tarkastelee laulukilpailuformaatteihin osallistuneiden kokemuksia ohjelman tekemisestä, valottaa alan toimintatapoja ja tutkii kykykilpailu- ja tositelevisio-osallistujien kohtelua eettisestä näkökulmasta. Työ käsittelee viihteen etiikkaa erityisesti televisiovihteessä, mutta osittain myös laajemmin yhteiskunnan ja sen muutosten kautta.

Tutkielmaa varten teetin kyselyn *Idols* ja *The Voice of Finland* -laulukilpailuformaatteihin osallistuneille kilpailijoille. Lisäksi haastattelin psykologi ja psykoterapeutti Laura Stenroosia sekä *The Voice of Finlandin* tuottajaa Saija Simonia *Banijay Finland Oy* -tuotantoyhtiöstä.

Käytän opinnäytetyössäni hyväksi myös omaa tietouttani. Olen osallistunut itse televisio-laulukilpailuun sekä työskennellyt niiden tuotannoissa vuosien ajan musiikki- ja kilpailija-koordinaattorina. Minulla on kokemusta niin sanotusti kolikon molemmista puolista. Lisäksi käytän tutkimuksen tukena aiheesta löytyvää kirjallisuutta ja artikkeleita, sekä *Idol-sin* lentävän tuottajan Michelle Foremanin työryhmällemme pitämän workshopin sisältöä.

Opinnäytetyön tavoite on herättää ajatuksia ja keskustelua erityisesti viihdettä ja tositelevisiota tekevien tuotantoyhtiöiden ja työntekijöiden keskuudessa, mutta myös avata tuotantojen toimintatapoja ja eettistä koodistoa katsojalle. Työn toivon vastaavan myös kysymyksiin, joita laulukilpailuun osallistumista pohtivalla tai siihen jo osallistuneella laulajalla voi aiheesta olla. Mitä tuotantoyhtiöt tekevät kilpailijoiden hyväksi jopa moraalittomiksi kritisoiduilla tositelevisiolla ja musiikkibisneksen kentällä, ja mitä ne voisivat tehdä paremmin? Vai pitääkö ”ken leikkiin ryhtyy, se leikin kestämään” -sanonta paikkansa myös tässä asiassa: jokainen huolehtikoon itse itsestään, omista agendoistaan ja hyvinvoinnistaan?

Työn toinen osa avaa lyhyesti tositelevisiolla, laulukilpailuformaattien sekä case-ohjelmien – *Idolsin* ja *The Voice of Finlandin* – taustaa. Kolmannessa selvitan hieman median etiikkaa ja sen tutkimista. Etiikkatutkimus tässä opinnäytetyössä nojaa ja soveltaa dokumenttielokuvien etiikan tutkimukseen ja havaintoihin. Seuraavassa luvussa tarkennan tutkimuksen toteutusta ja tekotapaa. Käsittelyosassa kuljetan aihepiireittäin rinnakkain kilpailijakyselytutkimuksen tuloksia, asiantuntijahaastatteluita, omia kokemuksiani sekä kirjallisuudesta ja muista lähteistä nousseita teemoja. Lopuksi esittelen koonnin tutkielman tuloksista ja mahdollisista kehitysehdotuksista sekä esitän pohdinnanaiheita tulevaan.

Henkilökohtainen kiinnostukseni opinnäytetyöni aiheesta ja viihteenteon eettisestä kulumasta johtuu suurimmaksi osin omasta työstäni sekä taustastani. Tutkielmassani tulenkin käyttämään ja avaamaan paljon niin sanottua ”hiljaista tietoa”, jota alalla kuin alalla on ammattilaisten ja kauan alalla työskennelleiden keskuudessa. Koska työskentelen ohjelmien parissa, joita opinnäytetyössäni käsittelen, ymmärrän oman objektiivisuuteni rajallisuuden. Tästä huolimatta ja juuri tästä syystä pyrin tarkastelemaan aihetta kriittisesti ja monelta kantilta tutkien.

Olen saanut etuoikeuden työskennellä tuotannoissa, joissa moni asia on tehty mielestäni oikein ja ihmisten hyvinvointia ajatellen. Tämä opinnäytetyö ei siis ole niinkään etiikan ohjekirjanen, saati moraaliopas, vaan enemmänkin selvitys siitä, mitä olen työssäni ja tutkimusta tehdessäni kohdannut ja pohtinut. Resurssien ja ajatusten keskittämällä oikeisiin asioihin uskon sekä tekijöiden että laulajien menestyvän ja lähtevän tuotannosta eteenpäin hyvillä mielin, kokemuksilla rikkaampina. Suurin mahdollisuus kehittymiselle on mielestäni juuri silloin, kun osaamme kriittisesti ja usealta eri kantilta tarkkailla työskentelyämme ja toimintatapojamme niinäkin hetkinä, kun asiat sujuvat pääpiirteittäin hyvin.

2 Tositelevisio ja kykykilpailut

2.1 Tositelevisio

Tositelevision syntyä ja historiaa on sen suhteellisen nuoren iän sekä genren rajojen määrittelyn haastavuuden vuoksi vaikea yksiselitteisesti selventää. Siksi ilmiön tutkijat saattavat tietyistä yksityiskohdista tai sen synnystä olla hyvinkin eri mieltä. Aiheetta käsittelevää kirjallisuutta lukiessa törmää moniin erilaisiin tapoihin jaotella ja kategorisoida tositelevisiota. Tähän lukuun olen poiminut niistä muutaman, sekä kerron tosi-tv:n synnystä sellaisena kuin useat tutkijat sen kokevat.

Nykyaikaisen tositelevision synnyn alkujuuriksi määritellään usein ranskalainen *cinéma vérité* ja amerikkalainen *direct cinema* 1960-luvulta. Näissä tyyliuunnissa tekijät pohtivat todellisuuden, katsojan sekä tekijän suhdetta, ja dokumentaarinen elokuva sai uusia todellisuuden sävyjä. Jo ennen näiden syntyä tositapahtumien ”tirkistelyä” oli kokeiltu jo esimerkiksi radiossa toisen maailmansodan aikaan. Amerikkalaisotilas Allen Funtin tuvassaan salaa äänittämät keskustelut muodostivat radio-ohjelman *Candid Microphone* (Hietala 2007, 67). Ohjelman jalanjäljissä 1948 aloitti *Candid Camera, Piilokamera*, jota pidetäänkin varhaisimpana tositelevisio-ohjelmana. Televisio on esittänyt todellisia tapahtumia uutisissa ja dokumenteissa synnystään asti, kuvasivathan Lumièren veljeksetkin oikeita tapahtumia ensimmäisissä koskaan julkisesti esitetyissä elokuvissa jo vuonna 1895. *Cinéma vérité*ssa ja *Direct Cinemassa* kuitenkin ensimmäisiä kertoja nähtiin tavallisia ihmisiä ja heidän käyttäytymistään tuotannon suunnitelmallisesti luomissa puitteissa ja ympäristöissä. (Nikkinen & Vacklin 2012, 304.)

Tositelevision katsotaankin ennen kaikkea käsittelevän tavallisen ihmisen elämää, sen tapahtumia ja tunteita, kun taas perinteinen journalismi ja sen luomat ohjelmat esittelevät ensi kädessä yhteiskunnallisesti merkittäviä henkilöitä (Hietala 2007, 66).

Tositelevisiobuumi alkoi varsinaisesti 1990-luvulla niin Suomessa kuin muuallakin maailmassa. Vuonna 1989 alkanut *Lain Nimessä (Cops)*, sekä vuonna 1992 Music Televisionilla aloittanut *The Real World* olivat ensimmäisiä television tosi-tv-sarjoja siinä muodossa, minä katsojat ne tänä päivänä tunnistavat. *The Real Worldin* tekijät kertoivat ohjelman esikuvaksi jo 1970-luvulla valmistuneen *An American Familyn*, joka seurasi tavallisen amerikkalaisperheen elämää. Sarja aiheutti kohun ulos tullessaan ja tuli samalla

tietämättään rakentaneeksi pohjaa tulevaisuuden televisiolle. (Nikkinen & Vacklin 2012, 305.)

1980- ja 1990-lukujen taitteessa tositelevisiion suosiota siivitti ja mahdollisti tekniikan ja erityisesti kamerakalustojen sekä editointiohjelmien kehitys. Tuotantoyhtiöt pystyivät näiden avulla keventämään ja nopeuttamaan tuotantojaan. Kotivideokamerat taas mahdollistivat *Amerikan hauskimmat kotivideot* -tyyppisten ohjelmien synnyn. (Hietala 2007, 66–67.)

Tositelevisio on myös tänä päivänä tuotantoyhtiöille suurpiirteisesti suhteellisen edullista tuottaa. Tekijäryhmä ja kalusto voidaan osassa ohjelmissa pitää hyvinkin suppeana. Kevyttuotannollisten ohjelmien kustannukset voivatkin olla vain noin neljäsosa fiktiivisen draaman kuluista. Toki vaihtelua tositelevisiion tuotantokustannusspektrissä on, sillä esimerkiksi *Survivors* tai *Amazing Race* ovat budজেiltaan huomattavan suuria. (Hietala 2007, 77.)

Rajat ja määritelmät tositelevisiossa ovat alati eläviä. Tutkija Mikko Hautakangas onkin korostanut, ettei tositelevisiota pitäisikään lähestyä tietynlaisena genrenä, television lajityyppinä tai -luokkana, vaan tuotantoa ja ohjelman katsojia kuvaavana ajattelutapana (Hautakangas 2007, 385–386). Mediatutkija Veijo Hietala taas näkee tositelevisiion jopa mentaliteettihistoriallisena suuntauksena. Siinä tavallisten ihmisten yksityisyydestä ja erityisesti tunteista tehdään kansalle samastuttavaa televisioviihdettä (Hietala 2007, 68).

Tosi-tv:n alalajeja on laveasti jaoteltu esimerkiksi seuraavasti. Piilokameraohjelmat, joissa kohteet eivät tiedä tulevansa kuvatuiksi ja joissa tuotanto usein vaikuttaa tilanteiden kulkuun. Paikan päällä -taltiointit, joissa kamerat seuraavat esimerkiksi jonkun ammattiryhmän toimia ja arkea. Rekonstruktiot, joissa todelliset tapahtumat esitetään jälkikäteen dramatisoituina, kuten esimerkiksi amerikkalaisessa *Hälytys 911*:ssä. Lavastetussa todellisuudessa televisiota varten luodaan keinotekoinen todellisuus tavallisille ja todellisille ihmisille. Tämä laaja kategoria voidaan jakaa useisiin alalajeihin. Kategoriaan kuuluu niin parisuhdeleikit, kun selviytymiskisatkin, *Rakas, sinusta on tullut pullukasta Selviytyjiin*. Tässä opinnäytetyössä käsitellyt laulukilpailut ja muut kykykilpailut voidaan myös luetella kuuluvaksi tähän kategoriaan. (Hietala 2007, 69–70.)

Michael Essany taas jaottelee tositelevisiion lajit sisältöpainotteisemmin kahteentoista alalajiin. Nämä lajit ovat dokumentaarinen-, kilpailu-, julkkis-, muodonmuutos-, remontti/design-, ammattilais-, lavastetun todellisuuden, romanttinen, tavoite-, pelko-, urheilu-, sekä undercover-reality. Laulu- ja muut kykykilpailut luokitellaan kilpailurealityihin. (Essany 2008, 5–16, Harion 2017, 4–5 mukaan.)

Jaottelut tai määritelmät tosi-tv:n alueella eivät ole aukottomia, sillä ohjelmien tavoitteet ja tekotavat muuttuvat koko ajan. Ne myös sekoittuvat keskenään, ja tositelevisiomaisia piirteitä voidaan löytää jo useasta ohjelmasta ja jopa elokuvasta.

Tositelevision suosio on suurta. Jo vuonna 2014 tositelevisio-ohjelmien osuus suomalaisessa televisiotarjonnassa oli noin neljännes, eikä osuus suinkaan ole pienentynyt sen koommin (LVM 2015). Suosion syiden pohtimiseen palaan tutkimuksessani myöhemmin.

2.2 Laulukilpailuformaattit

Laulukilpailuilla on pitkät juuret ja klassisen laulun puolella on kilpailtu jopa vuosisatoja. Myös iskelmän saralla on kisattu jo kauan, esimerkiksi *Seinäjoen Tangomarkkinoilla* tangokuninkaallisia on valittu jo vuodesta 1985 (Tangomarkkinat 2018). Populaarimusiikin osalta laulukilpailut tänä päivänä kuitenkin assosioituvat 2000 -luvulla Suomeen rantatuneisiin monikansallisiin formaattikilpailuihin.

Televisio-ohjelmaformaatti on konsepti, ohjelmaidea, joka toistetaan melko samankaltaisena maasta riippumatta, kuitenkin paikalliset kulttuurierot huomioiden. Tuotantoyhtiöt ostavat formaatin omistajalta ohjelman lisenssin, jotta yhtiö saa tuottaa formaatin sen tilanneelle kanavalle. Joissain tapauksissa myös kanava saattaa ostaa ohjelman oikeudet. Formaatin teko-oikeuksien lisäksi kaupat sisältävät usein yhteistyösopimuksen formaatin haltijan kanssa, jolloin oikeuksien omistaja on neuvonantaja-asemassa tuotantoyhtiölle ja erityisesti ohjelman tuottajana toimivalle henkilölle. Formaattit saattavat olla myös kokonaan tuotantoyhtiöiden omistuksessa, ja esimerkiksi *Idolsia* saavatkin maailmalla tehdä vain *FremantleMedian* tuotantoyhtiöt. (vrt. Harion 2017, 8.)

Formaatin omistaja ja luoja määrittää sen, mikä formaatissa on oleellista ja tekeekin usein tiivistä yhteistyötä formaattia toteuttavien tuotantoyhtiöiden kanssa. Formaatin toteutustavat, visuaalinen ilme, kuvaustyylit ja muut yksityiskohtaiset informaatiot on kirjattu niin sanottuun formaattiraamattuun, johon jokaisen ohjelmaa tekevän kehoitetaan tutustumaan ennen tuotannon aloittamista. Formaattia ja sen ”raamattua” voikin verrata eräänlaiseen ruokareseptiin, jossa kuvataan ohjelman rakennetta, kulkua, yleisön ja esiintyjien suhdetta, käsikirjoituksen periaatteita ja esimerkiksi tuomareiden määrää ja rooleja. (Seppänen & Väliaverron 2013, 149–150.)

Formaattien suosiosta kertoo se, että pelkästään vuoden 2018 aikana Suomessa kuvataan sekä *The Voice of Finlandia*, *X-Factoria*, että *Idolsia*. Näiden lisäksi keväällä 2018 Ylellä nähtiin *Uuden musiikin kilpailu*, jossa tosin edellisistä vuosista poiketen etsittiinkin kappaletta jo valitulle euroviisuedustajalle Saara Aallolle, sen sijaan että paikasta olisi kisaillut useampi yhtye tai artisti.

Tätä tutkimusta sekä työtäni varten olen tutustunut opinnäytetyöni case-ohjelmien *The Voice of Finlandin* sekä *Idolsin* tuotantoraamattuihin, mutta niihin en suoraan tule viittamaan. Tuotantoraamatut ovat salassapitovelvollisuuden alaisia eikä niitä saa levittää tuotantoyhtiöiden ulkopuolelle. Tulen kuitenkin epäsuorasti käyttämään myös niistä saamaani informaatiota salassapitovelvollisuuden rajaamissa puitteissa.

2.2.1 Idols

Idols, alkuperäiseltä nimeltään *Pop Idols*, on brittiläisen televisiotuottaja Simon Fullerin luoma ja *FremantleMedia*-tuotantoyhtiön kehittämä laulukilpailuformaatti. *Pop Idol* tuotettiin ensimmäistä kertaa Isossa-Britanniassa vuonna 2001, ja jo seuraavana vuonna formaatti myytiin Puolaan. *Idols* on yksi maailman menestyneimmistä televisioformaateista ja uusinnettu miltei viidessäkymmenessä maassa. Eri maiden versioita *Idolsista* on esitetty televisiossa yli 150 maassa. (Wikipedia 2018a.)

Suomessa ensimmäinen kausi *Idolsia* esitettiin vuonna 2003. Ohjelmaa on tehty yhteensä kahdeksan kautta ja yhdeksäs on tekeillä. *FremantleMedia Finland* -tuotantoyhtiö on tuottanut kaikki kaudet, joista seitsemän ensimmäistä esitettiin MTV3-kanavalla. Kau-

det kahdeksan ja yhdeksän näyttää *Nelonen*. Ohjelma jäi tauolle kuudennen kauden jälkeen vuonna 2013 ja palasi uudistuneena televisioruutuihin vuonna 2017. (Wikipedia 2018b.)

Idolsissa etsitään maan seuraavaa pop-idolia. Ohjelman alussa koelauluissa tuomarit ja juontajat kiertävät maiden suurimpia kaupunkeja, joissa laulajakokelaat pääsevät kokeilemaan onneaan. Kolme- tai nelipäisessä tuomaristossa on nähty tunnettuja artisteja sekä tuottajia tai muita musiikkialan vaikuttajia. Suurien massojen koelauluista jatkoon valitaan vain osa, jotka pääsevät seuraavaan vaiheeseen, joka Suomessa on kulkenut nimillä teatteri- tai kartanoviikko. Tässä vaiheessa kilpailijat suorittavat ryhmä- ja yksilötehtäviä, ja jokaisen päivän jälkeen laulajia karsitaan. Maasta riippuen tämän vaiheen jälkeen on joko yksi- tai kaksivaiheiset semifinaalit, joista lopulta valitaan pienempi ryhmä kilpailijoita livelähetyksiin. Livelähetyksissä kilpailijat esiintyvät suurelle yleisölle ja katsojat pääsevät valitsemaan jatkoon menijät. Lopuksi yleisöäänillä valitaan *Idols*-kilpailun voittaja. Voittaja saa palkinnoksi levytyssopimuksen formaatin yhteistyöyhtiön kanssa, joka Suomessa on ollut *Universal Music Finland*. Seitsemännellä kaudella myös *Warnerilla* oli *Idolsin* kanssa sopimus, joka oikeutti heidät allekirjoittamaan levytyssopimuksen valitsemansa kilpailijan kanssa.

Idolsin primäärikohdeyleisö on 10-44-vuotiaat miehet ja naiset. Kilpailuun saavat osallistua 16-30-vuotiaat laulajat. Ohjelma etsiikin nuorempia laulajalupauksia ja keskittyy ensisijaisesti moderniin populaarimusiikkiin. *Idols* on tullut tunnetuksi erityisesti ”ruma ankanpoikanen”- sekä ”ryysyistä rikkauksiin” -tyyppisestä tarinankerronnastaan, jossa niin trukkipuskin kuin rovaniemeläisen kaupan kassan on mahdollista nousta koko kansan suosikkiartistiksi.

2.2.2 The Voice of Finland

The Voice -formaatin on luonut hollantilainen televisiotuottaja ja myös *Big Brother* -formaatin isä John de Mol. *The Voice of Holland* nähtiin ensimmäisen kerran Hollannin televisiossa syyskuussa 2010. Vuodesta 2011 eteenpäin yli 60 maata on tehnyt *The Voice* -formaatin omaan versionsa. Monissa maissa on tuotettu myös *The Voice Kids* -versiointi formaatista, jossa lapset kilpailevat ohjelman voitosta. Myös Suomessa *The Voice Kidsiä* tehtiin kaksi kautta. *The Voice of Finland* -ohjelmasta on parhaillaan tekeillä

seitsemäs kausi. Formaatin omistaa hollantilainen Talpa Media. (Wikipedia 2018c; Talpa 2018.)

The Voice -formaatti koostuu neljästä vaiheesta. Vain ääni ratkaisee -vaiheesta (engl. Blind auditions), Kaksintaisteluista (Battle), *The Voice of Finlandissa* vasta kaudella viisi ensimmäistä kertaa nähdystä Knockout-vaiheesta sekä Livelähetyksistä, joita kaudesta riippuen on ollut neljästä seitsemään.

Vain ääni ratkaisee -vaiheessa laulajakokelaat laulavat kappaleen nelihenkisen livebändin kanssa ohjelman valmentajille, jotka istuvat tuoleissaan selkämys laulajaa kohden. Jos laulaja miellyttää valmentajaa ja tämä haluaa hänet tiimiinsä, painaa tämä tuolissaan olevaa punaista nappulaa ja tuoli pyörähtää ympäri laulajaa kohti. Jos useamman valmentajan tuoli kääntyy, saa laulaja itse päättää kenen tiimiin lähtee. Vain ääni ratkaisee -vaiheen päättyessä jokaisella valmentajalla on tiimissään noin 12 laulajaa. Kaksintaisteluissa valmentaja muodostaa joukkueensa laulajista pareja. Jokainen pari laulaa yhdessä dueton, jonka jälkeen valmentaja valitsee toisen laulajista jatkoon. Knockout-vaiheessa laulajat esittävät omia bravuurikappaleitaan. Tältä kierrokselta valmentaja valitsee tiimistään ne laulajat, jotka hän haluaa livelähetyksiin. Sekä kaksintaistelu- että knockout-vaiheissa valmentajilla on ollut mahdollisuus kaapata pudotusuhan alla olevia laulajia toisista tiimeistä. Ohjelman livelähetyksissä katsojat pääsevät vaikuttamaan siihen, ketkä jatkavat kilpailussa. Jokaisella liveviikolla valmentaja saa valita osan laulajista jatkoon, osan taas katsojat valitsevat äänestämällä. Ohjelman voittajalaulaja ja -valmentaja ratkeaa finaalissa yleisöäänillä.

The Voice -formaatissa päätöksentekijöitä, eli tuomareita, kutsutaan valmentajiksi, sillä heidän rooliaan painotetaan oman tiiminsä valmentamisesta – *coachaamisesta* – kohti voittoa. Valmentajanelikko koostuu ansioituneista artisteista. Suomessa valmentajantuo- lilla on nähty muun muassa *Michael Monroe*, *Anna Puu*, *Lauri Tähkä*, *Tarja Turunen* ja *Elastinen*. Isossa-Britanniassa ja Amerikassa *The Voice* -valmentajina ovat olleet muun muassa *Alicia Keys*, *Pharrell Williams*, *Gwen Stefani* sekä *Sir Tom Jones* (Talpa 2018).

The Voice on tullut tunnetuksi hyvän mielen formaattina ja onkin alusta alkaen painottunut rakentavaan palautteeseen, onnellisiin loppuihin ja tarinoihin. Tositelevisiolle tyypillisellä tavalla dramatiikkaa ja yllättäviä käännteitä ei kuitenkaan säästellä. Ohjelmassa ei ole asetettu yläikärajaa osallistumiselle. Myös *The Voice of Finlandin* kohdeyleisö on 10–44-vuotiaat miehet ja naiset.

3 Televisioviihteen etiikka

3.1 Median etiikka

Tutkimuksessani käyttämäni termi *etiikka*, joka johtaa kreikankielisestä sanasta *ethos* (suom. tapa), tarkoittaa tieteen suuntaa, jossa tutkitaan moraalialia. Mikä on hyvää tai paha, entä oikeaa tai väärää? Latinalaisesta sanasta *moret* (suom. tavat) johdettu *moraali* taas on ihmisen, yksilön käsitys hyvästä ja pahasta jotka johtavat hänen tekemiään valintoja käytännön elämässä konkreettisesti. Etiikka on siis moraalin filosofista tutkimista. Arkikielessä näitä termejä käytetään usein toistensa synonyymeina. (Pietarinen 2015.)

Viihteen etiikkaa on tutkittu melko vähän. Tietoa ja tutkimuksia löytyy median alalta erityisesti journalismin puolelta, jonka ajattelen kuitenkin olevan oma alueensa. Erityisesti tekijän etiikkaa suhteessa ohjelmaan osallistuviin pohtiessani käytänkin teoksia, jotka tutkivat dokumentaristien etiikkaa. Vaikka tositelevisio ja dokumenttielokuva eivät kulje-kaan täysin käsi kädessä, on näissä myös paljon yhtymäkohtia. Tätä kautta löysin reittejä pohtia myös television- ja viihteentekijöiden eettistä koodistoa.

Tositelevision moraalialia kyseenalaistavissa ja sitä kritisoivissa kommenteissa puhutaan usein tositelevisioy yleisestä luonteesta ja sen todenmukaisuudesta sekä tekokeinoista. Dokumenttielokuvien tutkimuksessa painotetaan usein taas erityisesti tekijän moraalialia velvoitteita elokuvassa kuvattavia henkilöitä kohtaan. Koska tutkimuksessani tutkin erityisesti kykykilpailuiden tekijöiden suhdetta ja velvoitteita ohjelman osallistujiin, näen perustelluksi soveltaa dokumenttielokuvien etiikan tutkimusta.

3.2 Dokumenttielokuvien etiikan tutkimus

Tässä opinnäytetyössä etiikan tutkimuksen viitekehiksenä käytän dokumenttielokuvien tutkimusta. Vaikka tositelevisio ja dokumenttielokuva eroavat luonteeltaan toisistaan, kohtaavat sen tekijät samankaltaisia eettisiä ongelmia erityisesti tekijän itsensä ja kuvattavan kohteen, osallistujan, suhdetta pohtiessaan.

3.2.1 Dokumenttielokuva – todellisuuden kuvaa?

Dokumenttielokuvan juuret ulottuvat 1920-luvun alkuun, ja sen lähtökohdaksi on määritelty tiedon välittäminen sekä yhteiskuntaan vaikuttaminen. Nykyajan dokumenteissa lähtökohdat saattavat kuitenkin olla hyvin erilaisia, ja erityisesti performatiivisia dokumentteja lähestyttäessä voidaan aiheellisesti kyseenalaistaa nämä lähtökohdat. Kuten tositelevisiolla, myös dokumenttielokuvien taustaan ja kehitykseen nähdään vaikuttavan cinéma vérité sekä direct cinema. (Aaltonen 2006, 183.)

Ohjaaja Jouko Aaltonen on teoksessaan *Todellisuuden vangit vapauden valtakunnassa – Dokumenttielokuva ja sen tekoprosessi* haastatellut suomalaisten dokumenttielokuvien tekijöitä. Hän jaottelee aineistonsa tarkastelun kahteen osaan, todellisuus- ja esittämisaspektiin. Todellisuusaspektissa Aaltonen havainnoi tekijän suhdetta todellisuuteen sekä keinoja, joita tekijä työssään käyttää suhteessa siihen ja sitä tiedostaen muokatesaan. Esittämisaspektilla Aaltonen taas kuvaa tekijän ja teoksen suhdetta katsojaansa sisällyttäen dokumenttinsa keinot, joilla tekijä pyrkii katsojaansa vaikuttamaan. (Aaltonen 2006, 21–22.)

Dokumenttielokuvien analyysissä ja tutkimuksessa paljon käytetty elokuvateoreetikko Bill Nicholsin luoma dokumenttielokuvien moodimalli osaltaan alleviivaa tätä kahtiajakoa, sillä jokaista moodia voidaan tarkastella juuri todellisuuden tai katsojasuhteen kautta. Nicholsin mallissa on kuusi moodia: poeettinen, selittävä, havainnoiva, osallistuva, refleksiivinen sekä performatiivinen moodi. Sekä poeettisen että performatiivisen moodin Nichols lisäsi malliinsa vasta myöhemmin, 2000-luvun alussa. Tämä johtui edellä mainitusta dokumenttielokuvan muutoksesta: elokuvissa ei enää automaattisesti yritetä esittää totuutta juuri sellaisena kuin se on – koskemattomana – vaan se ymmärretään enemmän tekijänsä näkökulmana ja taiteellisenä näkemyksenä. (Nichols 2001, Aaltosen 2006, 81–82 mukaan.)

Tekijä voi siis valita, minkälaisena hän niin sanotun ”totuuden” tahtoo esittää. Uudet suomalaiset dokumentit sisältävätkin usein elementtejä useista Nicholsin moodeista, ja niiden tekijät valitsevat tietoisesti käsitellä todellisuutta myös draamallisin keinoin. Dokumentaristit saattavat jopa sanoutua irti niin journalismista kuin fiktiostakin – tekijälähtöinen luova dokumenttielokuva nähdäänkin erillisenä lajina näiden välissä ja ensisijaisesti taiteena (Aaltonen 2006, 238–239).

Tämä faktan ja fiktion rajalla työskentely yhdistää dokumentin ja tositelevisiion tekijöitä. Vaikka eroja ja erityisesti motiiveja näiden elävien kuvien tuottamisessa onkin runsaasti, erityisesti tekijän ja kuvattavan kohteen välisen suhteen tarkastelussa on myös paljon samankaltaisuuksia. Siksi tässä opinnäytetyössä sovelletaankin dokumenttielokuvien teon etiikan tutkimusta.

3.2.2 Eettisten ongelmien neljä luokkaa

Antropologian ja elokuvan tutkija Jay Ruby on jaotellut dokumenttielokuvan eettiset ongelmat neljään luokkaan:

1. Tekijän sisäiset eettiset ongelmat; kuinka uskollinen hän on itselleen taiteilijana
2. Tekijän ja rahoittajan väliset ongelmat
3. Tekijän ja kohteen väliset ongelmat
4. Tekijän ja yleisön väliset ongelmat

(Jay Ruby 2000, 141, Aaltosen 2006, 190–191 mukaan)

Dokumenttielokuvaa tutkivien teoreetikkojen painopiste on usein neljännessä kohdassa, tekijän ja yleisön välisissä ongelmissa, mutta Aaltosen tekijähaastatteluissa tekijät painottavat miltei ainoastaan tekijän uskollisuutta itselleen taiteilijana sekä tekijän ja kuvattavan kohteen välistä suhdetta. (Aaltonen 2006, 101, 195.)

Rubyn eettisten ongelmien jaottelu on mielestäni myös suoraan sovellettavissa tositelevisiotuotantoon. Tositelevisiota tehtäessä painopiste on kohdissa kaksi ja neljä, sillä ”taiteenteon” sijasta tuotantoyhtiöiden ensisijainen tehtävä on tuottaa menestyvää ohjelmaa asiakkaalleen ja tilaajalle, kanavalle (Simoni, haastattelu 5.2.2018). Siksi ohjelmia tehtäessä on kohderyhmäajattelu sekä asiakkaan panos ja huomiointi usein suurempaa kuin dokumenttikentällä. Osa Aaltosen haastattelemista ohjaajista jopa kertoo, ettei dokumenttia tehdessään ajattele katsojaa tai kohdeyleisöään juuri lainkaan (Aaltonen 2006, 212).

Tästä voidaan johtaa erot dokumentti- ja tositelevisiotuotantojen välille myös tekijöiden motiiveista. Kun dokumentintekijän motiivi on usein taiteellinen, jopa idealistinen ”yritys ymmärtää asioita” (Aaltonen 2006, 101), on tositelevisio-ohjelman tekemisen motiivina

yksinkertaistaen saada ohjelmalle mahdollisimman paljon katsojia ja sen myötä ylläpitää kassavirtaa.

Näistä aatteellisista näkökulma- ja motiivieroista huolimatta itse tekotavoissa voi tositelevisio ja dokumenttielokuvien välillä löytää paljonkin yhteneväisyyksiä. Ehkä selkeimmäksi yhteydeksi – sekä syyksi, miksi käytän tositelevisiota tutkiessani dokumenttielokuvan etiikan tutkimusta – voi nähdä ”tavisten” osallisuuden molempiin genreihin. Niin dokumenttielokuvassa kuin tositeleviossakin useimmiten käytetään kuvaamisen kohteena tavallista ihmistä, ilman harjoiteltuja rooleja. Molemmissa kuvataan myös todellisia tapahtumia, vaikka ne olisivatkin asetettuna lavasteisiin.

Vaikka sekä tositelevisio että dokumenttielokuva nojaa niin sanottuun todellisuuteen, saatetaan molempia etukäteen käsikirjoittaa. Tapahtumien ja vuorosanojen kirjoittamisen sijaan se kuitenkin usein on paikkojen ja kohtausten kestojen kirjaamista. Näin tuotannoista tehdään kevyempiä ja tehokkaampia. Molemmista lopulta myös muodostuu kokonaisuus vasta ”*editissä*”, editointivaiheessa leikkauspöydällä. Ohjelman tai elokuvan leikkaamiseen osallistuvilla onkin suuri valta ja vastuu myös siinä kuvattaviin henkilöihin nähden ja siihen kuvaan, joka heistä lopulta luodaan. Editoitaessa saatetaan myös tietoisesti järjestellä tapahtumia uudestaan esimerkiksi aikajanallisesti. Erityisesti kaupallisessa televisiossa mutta myös dokumenteissa käytetään perinteistä aristoteelisen tradition mukaista draamallista mallia ja kaarta. Ohjelmia tai elokuvia editoitaessa törmätään myös samoihin haasteisiin: kuinka paljon tapahtumia voidaan uudelleen järjestää niin, ettei tekijän ja kohteen välinen ongelma kasva liian suureksi tai ettei editoitu materiaali käänny suorastaan valheelliseksi? (Aaltonen 2006, 127, 144, 219–220.)

Huolimatta kenttien erilaisuudesta uskon sekä dokumenttielokuvien että tositelevisio tekijöiden päätyvän usein hyvin samankaltaisten eettisten ongelmien eteen. Näiden ongelmien ratkaisut taas saattavat erota toisistaan toisen painottaessa taidetta, toisen kaupallisuutta. Silti molemmat ovat samojen teemojen äärellä: mikä on hyvää ja kuinka todellisia ihmisiä ja todellisuutta tulisi käsitellä? Entä mikä on tekijän, tai osallistujan, vastuu?

Eettisten ongelmien nelijaolla voidaan siis tutkia sekä dokumenttielokuvien että tositelevisio etiikkaa ja toimintatapoja. Koska tutkimukseni keskittyy kilpailijoiden kokemuksiin ja kohteluun tositelevisiotuotannoissa, käsittelen erityisesti Nicholsin jaon kolmatta koh-

taa, tekijän ja kohteen välistä suhdetta ja sen mahdollisia ongelmia. Kaupallisten televisio-ohjelmien tehdessä ensisijaisesti viihteellä bisnestään vaikuttavat asioihin myös tilaajan ja tekijän sekä katsojan ja tekijän väliset suhteet. Tutkimuksessani vähemmälle huomiolle jää tekijän suhde itseensä, vaikka sitäkin sivuan omaa työtäni reflektoiden.

3.3 Kykykilpailuformaattien ja tositelevisioiden kritiikki

Kykykilpailuja ja tositelevisiota kritisoidaan niin mediassa kuin työpaikan kahvipöydissäkin. On keskusteltu, onko tositelevisio niin sanottua sosiaalipornoa tai tyhmentääkö se katsojaansa. Myös sen todellisuusaspektia sekä sitä, että ohjelmia käsikirjoitetaan, editoidaan ja todellisuutta järjestetään niissä uudelleen, on esitetty eettisesti arveluttavaksi. Aaltonen kertoo kirjassaan dokumentaristien näkevän tositelevisioiden jopa jonkinlaisena dokumenttielokuvan rappeutumisen muotona (Aaltonen 2006, 238).

Tositelevision arkipäiväistytyä ja oman roolinsa sekä tehtävänsä tämän päivän viihteessä vakiinnutettua ovat nämä genren olemassaoloa kyseenalaistavat keskustelut osittain hiljentyneet. Tositelevisioiden ja kykykilpailujen ympärillä velloo kuitenkin yhä kriittistä keskustelua erityisesti niiden osallistujia koskien: mitä ohjelmien tuoma julkisuus tekee tavalliselle talleajalle ja kuinka osallistujia kohdellaan niin sanotun ”viihteen koneiston” osasena?

Tositelevision on sanottu jopa muokkaavan tai olevan heijastusta yhteiskuntamme asenteista, arvoista ja ihmiskäsityksestä. Erityisesti kykykilpailujen kilpailuasetelma ja siitä tuttu itsensä *brändäys* voidaan nähdä yhtenä individualismin ilmentymänä. Tositelevisioiden tapaa käyttää hyväksi tätä riittämättömyydestämme kumpuavaa näkyväksi tulemisen tarvetta onkin kritisoitu ankarasti. Erityisesti, kun ohjelmiin osallistuvat usein nuoret, vielä minuuttiaan luovat ja kehittävät ihmiset. (Näre & Oksanen 2006.)

Idolsia onkin syytetty jopa kiusaamisesta, kun itseensä lujasti uskovia mutta laululahjattomia osallistujia on kovin sanoin lynkattu tuomareiden toimesta. Toisaalta taas *The Voice of Finlandia* on syytetty liiallisesta positiivisuudesta, jossa epäonnistuneestakaan laulusuorituksesta ei sanota mitään kriittistä.

Myös musiikkimaailmalla on ollut oma sanansa sanottavana, oli kyse sitten epäoikeudenmukaisista kilpailijasopimuksista tai siitä, etteivät tuomarit tai valmentajat valitse kilpailussa jatkoon niitä, jotka voisivat todellisuudessa pärjätä musiikkikentällä.

Muun muassa näistä seikoista johtuen aiheen tarkempi kriittinen tarkastelu on tarpeellista. Avoin keskustelu ja selkeys tekijöiden, osallistujien ja jopa katsojien välillä siitä, mitä kykykilpailuissa tehdään ja miksi, voisi osittain poistaa epäselvyyksiä, eettisiä ongelmia ja hyväksikäytön vaaraa.

3.4 Kaupallinen viihde vs. etiikka – taistelevat voimat?

Kun Aaltosen haastattelemat uuden suomalaisen dokumentin tekijät nojaavat vahvasti taiteilijan vapauteen sekä tekevät vahvan pesäeron journalismin objektiivisuuden pyrkimykseen, on viihteellisellä tositelevisiolla oma argumenttinsa totuudellisuuden pyrkimykseen kiertoon: sen tehtävä on tuottaa viihdyttävää sisältöä katsojilleen. Voidaan kuitenkin kysyä, mikä syistä on perustelluin ja miksi. Taide nähdään usein ”jalompana” muotona viihteeseen verrattuna; onko siis juurikin viihteen osallisuus tositelevisiossa sen suurin haaste? Voiko taiteen nimissä taas toimia miten tekijä tahtoo? Ja ennen kaikkea tekijän näkökulmasta: onko tekijällä oikeus muokata todellisuutta draaman ehdoilla (Korhonen 2013, 14)?

Dokumenttienkin etiikkaa on alettu tutkia akateemisesti tarkemmin vasta 1980-luvulla. Ennen sitä tänä päivänä eettisesti epäilyttävätkin asiat dokumentinteossa saatettiin perustella päähenkilöiden suostumuksella osallistua dokumentin tekoon sekä journalistisesta perinteestä kumpuavalla ajatuksella siitä, että katsojalla on oikeus tietää. Eettisen keskustelun aktivoitumisen katsotaan liittyvän laajempaan etiikan korostumiseen myös muilla tieteen aloilla. 1990-luvulla moni ammattikunta ja taho alkoi pohtia toimintaansa eettisestä näkökulmasta. (Korhonen 2013, 17.)

Dokumenttielokuvan eettinen olemus voidaan pelkistää kysymykseen: millaisia moraalisia kysymyksiä syntyy, kun ihminen tuottaa tunnistettavan kuvan toisesta ihmisestä ja käyttää sitä? (Ruby 2005, 209, Korhosen 2013, 16 mukaan.)

Voisiko kysymys tositelevisiion etiikan suhteen olla sama? Ainakin hyvin lähellä sitä. Siinä missä dokumentintekijä kokee epäonnistuneensa, jos elokuvan keskushenkilö ei tunnista itseään teoksesta (Aaltonen 2006, 220), ei tositelevisiion tekijä välttämättä niin tee. Väitän kuitenkin, että tämä on myös kykykilpailujen tekijöille tärkeää, mitä myös tutkimukseni käsittelyosassa sivuan. Toisaalta taas jos dokumenttielokuva ei ole taloudellisesti tai kaupallisesti kannattava, ei sen välttämättä nähdä epäonnistuneen, toisin kuin kaupalliselle kanavalle tuotetun televisio-ohjelman.

Onkin oma lukunsa pohtia, mihin tarpeisiin ohjelmien tulisi lopulta vastata. Onko kaupalliselle kanavalle tuotetun televisio-ohjelman ensisijainen ja ainut tehtävä tuottaa leipää kanavalle ja sirkushuveja kansalle? Kirjallisuutta ja artikkeleita aiheesta lukiessa törmää vastuun pallotteluun ohjelmia tuottavien ja niiden katsojien – erityisesti heidän medialukutaitonsa – välillä. Ohjelmien tekijätahot nojaavat usein kaupallisuuteen ja siihen, mikä niin sanotusti myy. Katsoja voi taas vapaasti valita mitä televisiostaan katsoo ja kuinka kriittisesti niitä arvioi.

Kaupalliselle televisiolle ei myöskään lähtökohtaisesti ole asetettu esimerkiksi kasvatuksellisia tavoitteita, kuten Ylelle (Yle 2015). Viihteen ensisijainen tehtävä kuitenkin on nimensä mukaisesti viihdyttää. Mutta minkä kustannuksella ja millä keinoin? Kiristyvässä kilpailussa useiden kykykilpailuiden välillä myös sillä, kuinka kilpailijat arvioivat osallistumisesta saadun kokemuksensa, on merkitystä tulevien kausien osalta. Lisäksi nykyisessä yhteiskunnallisen keskustelun ilmapiirissä, jossa eettiset kysymykset valtaavat alaa, on viihdealakin suurennuslasin alla. Sitä, kuinka yhtiöissä eettisiä arvoja painotetaan ja kuinka kilpailijat osallistumisensa ohjelmiin ovat kokeneet, selvitän opinnäytetyöni tutkimusosassa.

4 Tutkimuksen toteutus

Tässä tutkimuksessa kilpailijoiden kokemuksista laulukilpailuissa sekä median – erityisesti tositelevisiion – etiikan pohtimisessa käytetään tutkimusaineistona kilpailijoille teetettyä kyselyä, asiantuntijahaastatteluita, aiheeseen liittyvää kirjallisuutta ja nettisivuja sekä minun, kirjoittajan, työni tuomaa ammattitaitoa ja tietoutta. Tutkimuksessa yhdistellään kvantitatiivisia ja kvalitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Kyselytutkimuksen aineistoa

analysoitiin kvalitatiivisen, laadullisen tutkimuksen keinoin tutkimuksen sisältäessä paljon pohdintaa, eikä välttämättä yksiä ainoita vastauksia kysymyksiin, saati absoluuttisia totuuksia. Kyselyn analysoinnin tukena käytettiin myös määrällisiä havaintoja.

Kilpailuihin osallistuneille laulajille teetettiin nettikysely. Kyselyssä oli perustietojen lisäksi 27 monivalintakysymystä Likertin 1–5 asteikoilla (MOTV 2007), joista vastaaja sai valita eniten omaa mielipidettään kuvaavan vaihtoehdon. Lisäksi kysely sisälsi viisi avointa kysymystä, joissa vastaajilta kysyttiin esimerkiksi parannusehdotuksia tuleviin tuotantoihin. Kyselyyn vastattiin anonymisti. Kyselypohja löytyy opinnäytetyön liitteestä 3.

Kyselyyn saivat vastata kahden viikon ajan kaikki, jotka olivat joskus osallistuneet *Idolsiin* tai *The Voice of Finlandiin*. Vastaajat rajattiin näihin ohjelmiin, sillä niissä olen myös työskennellyt ja niitä kykenin kattavimmin tarkastelemaan. Kyselyn jaoin erinäisillä Facebook-sivustoilla, joissa tiedän olevan paljon muusikkoja ja laulajia, jotka ovat ohjelmiin osallistuneet. Kyselyn jaoin lisäksi omalla Facebook-seinälläni, sillä myös tuttavapiirisäni on paljon ohjelmiin osallistuneita. Kyselyyn vastasi lopulta 81 laulajaa, joista 21 on osallistunut *Idolsiin*, 50 *The Voice of Finlandiin* ja 10 vastaajista molempiin ohjelmiin. Vastaajien joukossa oli niin alkukarsinnoissa tippuneita kuin kaksi voittajaakin. Vastaaja oli molempien ohjelmien jokaiselta kaudelta, lukuun ottamatta Idolsin kolmatta kautta, jolle osallistuneilta vastauksia ei tullut. Noin 20 % vastaajista oli osallistunut ohjelmien viimeisimmille kausille, muut vastaukset jakaantuivat kaikille muille kausille melko tasaisesti. Vastaajien keski-ikä on noin 32 vuotta, vanhin vastaaja on 50-vuotias ja nuorin 17-vuotias. Vastaajista noin 72 % on naisia ja loput miehiä.

Asiantuntijahaastatteluihin valitsin asiantuntijoiksi psykologi ja psykoterapeutti Laura Stenroosin sekä tuottaja Saija Simonin. Stenroos työskentelee psykologina useissa taideoppilaitoksissa. Tämän lisäksi hänen yksityisvastaanottonsa asiakkaina käy lähinnä taiteilijoita ja ammatikseen esiintyjiä. Television puolella Stenroos on toiminut psykologina useissa tositelevisiotuotannoissa, muun muassa *Big Brotherissa*, *Selviytyjissä*, *Iholla* -ohjelmassa sekä *Idolsissa*. Tuottaja Saija Simoni on 18-vuotisen televisio- ja elokuvatuotantouransa aikana toiminut niin maskeeraajana, puvustajana, tuotantoassistenttina, -päällikkönä kuin tuottajanakin. Hän on toiminut *The Voice of Finlandin* tuottajana *Banijay Finland Oy* -tuotantoyhtiössä ohjelman viimeiset neljä kautta.

Haastattelut toteutettiin puolistrukturoituina haastatteluina, joihin olin valmiiksi miettinyt teemat sekä kysymykset (Vilka 2015, 124). Osan kysymyksistä pidin molemmille haastateltaville samoina, mutta suurimman osan niistä muotoilin haastateltavan työhön kohdentaen, pitäen teemat ja aiheet kuitenkin samana. Näin sain vertailukelpoisia vastauksia täydennettynä haastateltavien omilla osaamisalueilla. Haastattelut halusin toteuttaa ennen kaikkea keskustelevasti ja muutinkin kysymysten järjestystä sekä aiheiden painotuksia keskustelun edetessä. Halusin kuulla, mitä Stenroosilla ja Simonilla oli aiheesta sanottavaa ja mitkä asiat he kokevat tärkeänä sekä tarkemman tarkastelun arvoisina. Avointa ja rehellistä keskustelua edesauttoi se, että olen työskennellyt sekä Simonin että Stenroosin kanssa samoissa tuotannoissa.

Haastatteluiden lisäksi tutkimuksessa on asiantuntijakommenteja formaattien lentävän tuottajan Michelle Foremanin pitämästä workshopista, jonka hän piti keväällä 2018 *Idolsin* tuotantoryhmälle Suomen tulevaa yhdeksättä kautta varten. Michelle Foreman on englantilainen vastaava tuottaja, jonka vastuulla on maailmanlaajuisesti ohjeistaa ja auttaa muun muassa *Idolsin* ja *X-Factorin* tuotantoryhmiä sekä huolehtia formaattien oikeanlaisesta toteutustavasta.

Peilaan tutkimustuloksia omiin kokemuksiini kilpailuohjelmien tuotannoissa. Olen työskennellyt *The Voice of Finland* -ohjelmaa tuottavalla *Banijay Finland Oy* -tuotantoyhtiöllä ohjelman toiselta kaudelta, syksystä 2012 lähtien tähän päivään. 2017 työskentelin *Idolsin* kahdeksannella kaudella *FremantleMedia Finland Oy*:ssä ja 2018 tulen työskentelemään ohjelman yhdeksännellä kaudella. Molemmissa tuotannoissa olen toiminut musiikkikoordinaattorina, joka musiikkituottajan oikeana kätenä toimimisen sekä casting-vasuun lisäksi on yksi kilpailuun osallistuvien laulajien lähimmistä kontakteista ja tukipila-reista tuotantoryhmässä. Tämän lisäksi olen muusikko ja laulaja koulutukseltani ja olen ollut myös itse kilpailijan asemassa *The Voice of Finlandin* ensimmäisellä kaudella live-lähetyksissä asti. Näiden työ- ja esiintymiskokemusten kautta reflektoin ja tutkin tuotannon etiikkaa niin kilpailijan kuin työntekijänkin näkökulmasta.

Haasteeksi tutkimuksessani ymmärrän kuitenkin edellä mainituista syistä oman objektiivisuuteni mahdollisuuden. Otan työni vakavasti ja teen sitä suurella intohimolla ja rakkaudella. Tämä asettaa rajoituksia tutkijan asemaani tässä opinnäytetyössä. Pysin ottamaan asian mahdollisimman hyvin huomioon sekä ymmärtämään ja kyseenalaistamaan henkilökohtaisten tunteiden ja kokemusten merkityksen, sekä työn kautta muodostuneet

ajattelutavat ja rutiinit. Pysin näkemään metsää puilta ja tarkastelemaan myöskin omaa työtäni, ajatuksiani ja toimintatapojani kriittisesti.

5 Ohjelmanteko osallistujan ja tuotannon näkökulmasta

5.1 Termien määrittelyä

Tässä opinnäytetyössä termillä tuotantoyhtiö tarkoitetaan yhtiötä, joka tuottaa ja toteuttaa ohjelmaa sen tilanneelle kanavalle. Tuotantotiimi tai -ryhmä taas tarkoittaa toteuttavan tuotantoyhtiön työryhmää, joka on palkattu tiettyä ohjelmaa toteuttamaan. Tällä ryhmällä viitataan useimmiten niin sanottuun ydinryhmään, johon yleensä kuuluu tuottaja, tuotantopäällikkö sekä/tai -koordinaattori, käsikirjoittaja, ohjaaja, kilpailijakoordinaattori, musiikkituottaja sekä musiikkikoordinaattori tai -koordinaattorit. Ydintiimin kokoonpano vaihtelee tuotannoittain. Termiin eivät kuitenkaan yleensä sisälly esimerkiksi ohjelman kuvaajat tai muut työntekijät, jotka tekevät ohjelmaa keikkaluonteisesti. Laulukilpailulla, -ohjelmalla, tuotannolla ja formaatilla tarkoitetaan televisioon tehtyjä ohjelmia, tässä tutkimuksessa useimmiten case -ohjelmia *Idolsia* sekä *The Voice of Finlandia*, ellei toisin mainita. *The Voice of Finland* -ohjelmasta käytän myös lyhennystä *TVOF*. Osallistuja, kilpailija sekä laulaja -termit viittaavat ohjelmiin valittuihin osallistujiin. Castingilla viitataan tuotantoyhtiön toteuttamaan prosessiin, jossa ohjelmaan valitaan siihen sopivat kilpailijat joko hakeneiden joukosta tai tuotantoryhmän tekemällä täsmähaulla.

5.2 Sopimukset

Sekä *Idolsissa* että *The Voice of Finlandissa* jokainen tuomareiden tai valmentajien eteen pääsevä kilpailija allekirjoittaa kaksi sopimusta. Toinen sopimuksista on tuotantoyhtiön laatima osallistujasopimus, toinen taas ohjelman kanssa yhteistyössä toimivan levy-yhtiön levytyssopimus. Molempien case- ohjelmien yhteistyölevy-yhtiönä toimii *Universal Music Finland*. *Idolsissa* myös jokainen avoimiin koelauluihin osallistuva allekirjoittaa kevyemmän kuvausluvan, riippumatta siitä, pääsevätkö he esiraadista eteenpäin tuomareiden eteen vaiko eivät.

Tuotantoyhtiön osallistujasopimuksessa kilpailija sitoutuu osallistumaan kuvauspäiviin, sekä tiettyihin yhteisiin pelisääntöihin. Hän myös luovuttaa kuvausoikeudet, sekä kuvattun materiaalin oikeudet tuotantoyhtiölle. Sopimus sisältää myös salassapitovelvollisuus-kohdan, jonka rikkomisesta sopimuksessa on kirjattu sopimusrikesakko. Tämä siitä syystä, ettei tietoja ohjelmasta, sen kulusta, tai tuloksista vuotaisi julkisuuteen ennen kuin ohjelma tulee ulos. Ohjelmista kun on saatettu kuvata vaiheita jo miltei puoli vuotta ennen kuin se todellisuudessa alkaa tulla ulos televisiosta. Osallistujasopimus on suomeksi ja noin 5–10 sivua pitkä. Sen allekirjoittaa osallistuja, ohjelman tuottaja, sekä mahdollisesti myös formaatin omistaja. Jokainen taho saa sopimuksesta omat kappaleensa.

Yhteistyölevy-yhtiön sopimus taas useimmiten on standardisoitu levytyssopimus. Sopimus allekirjoitetaan kaikilla osallistujilla, sillä kykykilpailujen palkintona yleensä on levytyssopimus. Sopimukset usein sisältävät myös optioita ennen voittoa pudonneille. Tämä tarkoittaa sitä, että ohjelman yhteistyölevy-yhtiö voi halutessaan signata myös aiemmin tippuneita laulajia. *Universal Music Finlandin* levytyssopimus on miltei sama kaikille yhtiön artisteille, myös laulukilpailuiden kautta tuleville. Sopimus on englanniksi ja useita kymmeniä sivuja pitkä, sisältäen paljon lakitekstiä. Tämän vuoksi levytyssopimus aiheuttaaakin päänvaivaa joka vuosi niin mahdollisille kilpailijoille, kuin tuotantoyhtiöillekin. Tuotantoyhtiö kun luonnollisesti ei toivo, että kukaan potentiaalinen kilpailija jäisi pois ohjelmasta sopimusteknisistä syistä.

Siihen, että sopimukset ovat hyvin sitovia ja saattavat vaikuttaa niin sanotusti vain kokeilemaan lähteille laulajille melko massiivisilta ja ”sielun myyville”, on kuitenkin syynsä. Tuottaja Saija Simoni sanookin haastattelussa, että koska suuressa tuotannossa on vaurauduttava tilanteeseen kuin tilanteeseen ja jokainen ihminen on erilainen, on sopimusten syytäkin olla sitovia (Simoni, haastattelu 5.2.2018).

Suurinta osaa kilpailijoista sopimus ei kuitenkaan lopulta sido kuin salassapitovelvollisuuden ja luonnollisesti kuvauspäivien osallistumiseen sitoutumisen osalta. Yleinen käytäntö *Universalinkin* sopimuksen osalta on, että pudonneelle kilpailijalle ilmoitetaan noin kuukauden kuluessa viimeisimmän jakson ulostulon jälkeen, jossa hän esiintyy, raukaako sopimus, vai onko levy-yhtiö kiinnostunut neuvottelemaan jatkosta. Simoni myös toivoisi luottamuksen tuotanto- sekä levy-yhtiöön olevan sellaista, ettei kilpailijoiden tarvitse pelätä myyneensä sieluaan markkinavoimille (Simoni, haastattelu 5.2.2018). Sekä osallistujasopimuksessa, että levy-yhtiön sopimuksessa on kirjattu yhteystiedot, johon

mahdolliset kysymykset sopimuksista voi kohdentaa. Levy-yhtiön yhteystiedot johdattavat usein heidän lakimiehensä pakeille.

Kilpailijoille teetetyssä kyselyssä vastaajista yli 75 % kertoi lukeneensa molemmat sopimukset huolellisesti tai melko huolellisesti ennen niiden allekirjoittamista. Suurin osa myös ymmärsi, mitä sopimuksissa sanottiin ja mihin osallistuja sitoutui sen allekirjoittamalla. Kuitenkin vain noin puolet kertoivat tienneensä tuotanto- tai levy-yhtiöistä henkilön, jolle kohdistaa sopimuksia koskevat kysymykset.

Kysymyksessä, oliko kilpailijoiden mielestä sopimus asiallinen, olikin enemmän hajontaa. Täysin samaa mieltä sopimuksen asiallisuudesta oli vain noin 10 % vastaajista, samoin täysin eri mieltä asiasta oli toiset kymmenen prosenttia. Suurin osa vastaajista sijoittui spektrin keskivaiheille. Sopimuksien avoimessa kommentointiosiossa kyselyyn vastanneet laulajat alleviivasivatkin erityisesti levy-yhtiösopimuksen vaativuutta ja sitä, ettei sopimusta ollut saatavilla suomeksi. Vastauksissa kritisoitiin myös kiireistä aikataulua, joka sopimusten allekirjoittamisessa ja palauttamisessa oli. Monessa kriittisessäkin vastauksessa kuitenkin todettiin, että jos kilpailuun halusi osallistua, oli sopimus allekirjoitettava.

The Voice of Finlandiin liittyvästä *Universal Musicin* sopimuksesta nousikin kohu vuonna 2011, kun Yle uutisoi sopimuskiistoista Suomen Muusikkojen Liiton ja Universalin kesken. Sopimus päättyi Muusikkojen Liiton lakimiehen käsiin, jonka tiukkuudesta ja erityisesti optio-osuuksista, levytys- ja oheistuotemyyntisopimusoikeuksista sekä keikkapalkkaosuus- ehdoista Muusikkojen Liitto oli vahvasti eri mieltä. Suomessa tehtiinkin *The Voice* -formaatin osalta historiaa, sillä sen standardilevytyyssopimusta muutettiin hieman, ensimmäistä kertaa ohjelman historiassa. (Talvio 2011; Jämsén 2011.) Silti sopimus on pysynyt tiukkana, ja ohjelmista jääkin jokaiselta kaudelta pois muutama laulaja sopimusehtojen vuoksi.

Itse ensimmäiselle kaudelle osallistuessani totesin heti levy-yhtiön sopimuksen nähdesäni, etten ymmärrä siitä mitään. Jo tuolloin keskustelua ohjelman ”riistosopimuksesta” oli käyty muusikkopiireissä. Kyselin aiheesta tuotantoyhtiöltä, jotka avoimesti vastailivat kysymyksiini, mutta lopulta päätin luetuttaa sopimuksen myös kolmannella osapuolella, tutullani Tuomo Tähtisellä. Tähtinen on työskennellyt levy-yhtiöissä erinäisissä tehtävissä ja toiminut Music Finlandin toiminnanjohtajana. Tähtiseltä sain varmistuksen sii-

hen, ettei sopimuksessa ole mitään tarkoituksellista hämärää ja että se on samankaltainen kuin mitä kansainväliset yhtiöt solmivat kaikkien artistiensa kanssa. Allekirjoitin siis sopimuksen rauhallisin mielin. Omalta osaltani sopimus raukesikin kuukausi viimeisen livelähetyksen jälkeen, jossa itse olin vielä osallisena.

On myös hyvä muistaa, ettei kukaan voita tilanteessa jossa laulaja pakotettaisiin solmi-
maan esimerkiksi levytyssopimus, jota hän ei itse halua. Ei ole luonnollisesti levy-yhtiön-
kään edun tai tahdon mukaista tehdä yhteistyötä ihmisen kanssa, joka ei tätä halua, in-
nokkaita kun alalle riittää. Sopimuksia on siis myös yhteisymmärryksessä purettu. Vaikka
jokaisen ohjelmakauden alussa sopimuksista paljon keskustellaankin osallistujien
kanssa, en ole urani aikana kuullut kilpailun loppuvaiheisiin päässeillä laulajilla olleen
ongelmia sopimusten, niiden ehtojen tai purkamisen kanssa.

Sopimuksen tiukimpia ehtoja on se, ettei osallistujalla tule olla ennestään voimassaole-
vaa levytyssopimusta artistina tai yhtyeensä kanssa. Moni muu sopimuksen kohta on
tavalla tai toisella neuvoteltavissa tai maalaisjärjellä selvitettävissä. Samanaikaisesti on
jokaisen osallistujan itsensä vastuulla pohtia, onko valmis sitoutumaan ja allekirjoitta-
maan sopimuksen, eikä mitään luonnollisesti tulisi allekirjoittaa harkitsematta tai asioita
ymmärtämättä. Olisikin ensisijaisen tärkeää, että osallistujien kanssa keskusteltaisiin so-
pimuksien rajoituksista ja vapauksista, ja että jokainen heistä tietäisi kelle kysymykset
niistä kohdistaa. Myös siitä, että sopimusta on luvallista näyttää salassapidon puitteissa
kolmannelle osapuolelle, olisi mielestäni hyvä kertoa. Näillä avoimuuden ja läpinäkyvyy-
den keinoilla sopimukseen helposti liittyvät hämärät mielikuvat olisi mahdollista mini-
moida, kuitenkin salassapito huomioon ottaen.

Eräs kyselyyn vastanneista kilpailijoista painotti, kuinka ”Henkistä kuormitusta ei voi ikinä
liikaa korostaa, sitä että elämän kannattaa olla mahdollisimman ’tyhjä’ / stressitön ska-
ban aikana”. Sopimuksessa myös kirjataan kohta, jossa osallistuja vakuuttaa olevansa
sellaisissa henkisissä ja fyysisissä voimissa, että voi kilpailuun osallistua.

Myös kilpailijan onkin erityisen tärkeää ymmärtää mihin hän lähtee. Tuotantoyhtiön tulisi
keskustella kilpailuun osallistuvien kanssa myös sen kuormittavuudesta tarpeen tullen.
Haaste onkin siinä, kuinka keskustelua kilpailun alkuvaiheissa käydään sen vaativalla
vakavuudella, samalla kuitenkin ketään säikäyttämättä. Psykologi Stenroosin mielestä
avointa keskustelua ei voida koskaan käydä liikaa. Myöskään ihmistä, joka jo mielessään

on tehnyt päätöksen osallistua, harvoin saa säikäytettyä ulos päätöksestään, vaikka keskustelua käytäisiin myös osallistumiseen liittyvistä haasteista ja sen kuormittavuudesta (Stenroos, haastattelu 1.2.2018). Sillä jotta kilpailija pystyisi arvioimaan onko hänellä henkistä kapasiteettia riittävästi kilpailun läpikäyntiin, täytyisi hänen jollain tasolla olla myös tietoinen siitä mitä osallistuminen häneltä vaatii.

5.3 Casting ja koelaulut

Intohimo ja halu tehdä musiikkia oli niin iso, että halusin tehdä kaikkeni sen saavuttamiseksi (Anonyymi kyselyvastaaja 1).

Pomo pakotti (Anonyymi kyselyvastaaja 2).

Syitä hakea laulukilpailuihin on varmasti yhtä monta kuin on hakijaa. Kyselytutkimuksessa suurin osa vastaajista kertoi syiksi mukaan lähtemiseen itsensä haastamisen tarpeen, verkostoitumisen sekä haaveet laulajan urasta. Kykykilpailut ovat siis ainakin osalle katsojista todistaneet mahdollisuutensa ponnahduslaudaksi musiikkimaailmaan.

Ennen kuin kilpailija päätyy televisioon asti, käy hän kuitenkin läpi tiukan tuotannon seulan: castingin. Castingissa tuotanto – useimmiten käsikirjoittaja, tuottaja, sekä muut tehtävään pestatut tuotannon työntekijät – valitsevat kilpailuun hakeneista laulajista kaudelle sopivimmat. Laulukilpailujen castingeissa hakijoiden ääntä arvioidaan ja heiltä kysellään taustatietoja niin kyselylomakkeilla kuin haastattelemallakin. Kilpailuihin hakee parhaimmillaan jopa tuhansia ihmisiä.

The Voice of Finlandin ensimmäisessä *Vain ääni ratkaisee* -vaiheessa kilpailijoita valmentajien edessä käy noin 100–150. Televisiossa ensimmäisen vaiheen jaksoissa näytetään heistä noin 70–80. Ohjelmalle ominaista on se, että laulajien taso on jo ensimmäisessä vaiheessa korkea, eikä niin sanotusti ”huonoja” laulajia ohjelmassa nähdä. Kilpailijat on valittu ohjelmaan nettihauulla ja koelaulu- sekä karaokekiertueilla, joiden sisältöä ei kuitenkaan itse ohjelmassa näytetä. Ensimmäiseen vaiheeseen myös kutsutaan joka kaudella muutamia laulajia, joiden tuotannon jäsenet tietävän olevan hyviä laulajia ja sopivia hahmoja ohjelman laulajakattaukseen.

Idolsin formaattiin taas kuuluu ajatus ja illuusio siitä, että kuka tahansa voi osallistua kilpailuun ja tulla tähdeksi. Formaattiin kuuluukin suurien massojen jonotus- ja odotuskuvat koelauluissa. Suomessa televisio-ohjelmassa ei kuitenkaan näytetä, että laulajat

käyvät ensin esiraatien edessä, joista laulajat tuomareiden eteen valitaan. Esimerkiksi *American Idolissa* kuitenkin on nähty myös esiraateja pätkittäin, joista osa laulajista pääsee eteenpäin. Suomen ohjelmassa käytössä on myös nettihaku, jonka kautta suuretkin massat kutsutaan paikalle ja osa laulajista on jo etukäteen päätetty pääsevän tuomareiden eteen. Tämä tiedotetaan myös hakijoille.

Tositelevisio-ohjelmien castingissa painotetaan usein sitä, että osallistujakattaus olisi monipuolinen. Ei ole katsojallekaan mielekästä, jos ohjelma on täynnä samankaltaisia persoonia tai laulajia. Laulukilpailuissa tämä saattaa tarkoittaa sitä, että erinomaisiakin laulajia saatetaan jättää valitsematta kilpailuun, jos valittuina on jo hyvin samantapaisia laulajia. Myös persoonissa, ulkonäöissä ja osallistujien tarinoissa pyritään variaatioon. Tositelevisiota tehdessä koetaankin tärkeäksi, että osallistujat aiheuttavat katsojissa reaktioita; olivat ne sitten positiivisia tai negatiivisia.

Idolsin koelauluihin kuuluu myös voimakkaasti koko laulajien kirjon esittely: koelauluissa saatetaan näyttää vitsillä tai vedon häviämisen seurauksena kilpailuun lähteneitä, sekä selkeästi huonoja laulajia siinä missä hyvinkin taitavia laulajia. Ohjelmaa onkin kritisoitu siitä, että siinä asetetaan naurunalaiseksi ne huonommat laulajat, jotka kuitenkin toisinaan ovat lähteneet kokeilemaan onneaan. Kuitenkin kun viimeisimmällä kaudella näitä tapauksia valittiin seulasta huomattavasti edellisiä vähemmän, kritisoi osa katsojista sosiaalisessa mediassa sitä, että ohjelman hauskin ja viihdyttävin osuus oli poistettu.

Minkälaiset ihmiset laulukilpailuihin sitten hakeutuvat? Tuottaja Saija Simonin mukaan joukko on luonnollisesti kirjava ja syitä on monia. Kuitenkin erityisesti *The Voice of Finlandissa* esiin nousee vahvasti joukko, jonka elämäntilanteissa on samankaltaisuuksia. Näillä ihmisillä laulajan urahaaveet ovat saattaneet jäädä esimerkiksi lapsien tai työn vuoksi vuosia sitten taakse ja kun nämä asiat ovat asettuneet, nousee mieleen nuoruuden haave ja halu kokeilla, olisiko heistä sittenkin vielä laulajaksi. Toinen suuri hakijaryhmä koostuu nuorista ihmisistä, jotka myöskin haluavat kokeilla, olisiko heistä artisteiksi. (Simoni, haastattelu 5.2.2018.)

Psykologi Laura Stenroos näkee niin laulukilpailuihin, kun muihinkin tositelevisio-ohjelmiin hakevassa joukossa olevan enemmän variaatiota kuin ennen. Laulukilpailuihin osallistuminen nähdään yhtenä keinona markkinoida itseään, eikä sen koeta olevan enää ”tyrkyä ja noloo” (Stenroos, haastattelu 1.2.2018). Stenroosin mukaan ohjelmiin

hakijoita ei voikaan enää niin yksioikoisesti jaotella stereotyyppeihin. Hän kuitenkin sanoo kaikkia hakijoita yhdistävän jonkun tarpeen; oli se sitten tarve näkyä tai tavoitella unohdettuja unelmia.

Yleensä me tehdään sitä mihin meillä on tarve. Silloin se on se tarve, jokin aukko minkä tämä kilpailu tai ohjelma täyttää. ... Ihmisellä jolla ei ole sitä ei hae, ei se tarvitse sitä mihinkään. Mihin se sitä tarvitsisi? (Stenroos, haastattelu 1.2.2018.)

Stenroosin mukaan hakijoiden henkinen ajatusprosessi ohjelmaan liittyen, lähtee käyntiin jo castingin aikana. Pelkkä jännittäminen ja epävarmuus siitä, pääseekö ohjelmaan vai ei, saattaa osalle kilpailijoista olla hermoja raastavaa (Stenroos, haastattelu 1.2.2018).

Saija Simonin mukaan *The Voice of Finlandin* castingissa arvioidaan myös hakijoiden henkistä kanttia ja tilaa. Näin tehdään kokemuksen mukaan myös *Idolsissa*. Jos on syytä epäillä, että hakijan elämäntilanne tai terveydentila on epävakaa, mietitään valintaa tarkkaan. Jokaisen valitun laulajan kohdalla kuin on hypoteettisesti mahdollista, että he ovat kilpailussa mukana loppuun asti, koko useita kuukausia kestävässä prosessin läpi. Simonin mukaan nämä tilanteet ovat kuitenkin melko helposti arvioitavissa, vaikka laulajista saattaakin nousta yllättäviä puolia prosessin aikana ja kun tuotanto tutustuu heihin tarkemmin. (Simoni, haastattelu 5.2.2018.)

Samaan aikaan kilpailuihin kuitenkin etsitään laulajia, joilla on äänensä lisäksi tarina kerrottavanaan. Tämä tarina saattaa yksinkertaisuudessaan tarkoittaa esimerkiksi osallistujan kiinnostavaa harrastusta, mutta usein myös koskettavat elämäntarinat tuovat ohjelmaan kiinnostavaa sisältöä. Ihmisen taustatarinassa saattaa olla hyvin rankkojakin asioita, joten tuotannon on oltava tietoinen, kuinka hakija on asiaa käsitellyt ja onko hän tästä valmis puhumaan. Ja jos on, tekeekö asioiden kertominen julkisesti mahdollisesti haittaa osallistujalle. Ihmisten traagisilla tarinoilla mässäily meneekin herkästi sosiaalipornon puolelle, jos niitä ei esitellä hienovaraisesti. Tuotannon vastuulla onkin jossain määrin myös se, kuinka asia tulee vaikuttamaan osallistujaan ohjelman jälkeen esimerkiksi muiden ihmisten kautta. Osallistujille tulee myös viestiä, kuinka heittäytyminen on hyväksi, mutta samanaikaisesti kilpailijalla on aina mahdollisuus pyytää osioita tai keskusteluita poistettavaksi.

Koska molempien ohjelmien hakijamäärät ovat niin suuria, ei castingissa pudotetut laulajat useimmiten saa palautetta tai syytä siitä, miksi heitä ei ohjelmaan valittu. Siksi onkin

tärkeää, että erityisesti koelauluissa tai casting -tilaisuuksissa käynneille pudonneille laulajille jää kokemuksesta mahdollisimman hyvä jälkimaku.

Idolsin lentävä tuottaja Michelle Foreman huomauttikin tuotantotiimimme koulutuksessa, että koelauluista jatkoon päässeille tilanteesta jää joka tapauksessa hyvä mieli. Tuotantoryhmän onkin panostettava siihen, että suurimmalle osalle niistä, jotka eivät jatkoon päässeet jäisi myös. Tämä ryhmä nimittäin on se, jotka mahdollisesti hakevat uudestaan tai innostavat myös ystävänsä mukaan. (Foreman, workshop 26.3.2018.)

Erytyisesti Suomen kokoisessa maassa tuotantoyhtiöillä ei siis ole varaa siihen, että joka vuosi sadoille laulajille jäisi paha maku suuhun josta he kertovat myös lähipiirilleen; jokaiselta ohjelmalta loppuisi näin osallistujat hyvin nopeasti.

5.4 Kilpailijoiden kehittyminen ja brändäys

Kykykilpailuissa keskitytään paljon osallistujien kehittymiseen kilpailun aikana. *Idolsissa* etsitään ”raakaa timanttia”, *TVOF:ssa* taas valmentajat ”coachaavat” laulajiaan kohti voittoa. Vaikka voisi sanoa, että *TVOF*-kilpailijat ovat lähtötasollisesti usein teknisesti parempia ja kokeneempia laulajia kuin *Idolsissa*, etsitään molemmissa kilpailijoita, joilla on kehittymisvaraa kilpailun aikana, sillä tällä kehitystarinalla luodaan ohjelmaan draamankaarta ja tarinoita. Katsojakaan ei lopulta yleensä kiinny suvereeneihin laulajiin niin kuin pikkuhiljaa kehittyviin, itseään löytäviin osallistujiin.

Rakenteeltaan *Idols*, siinä missä muutkin kykykilpailut, kehittyvät jo kuvauslokaatioiden koosta lähtien pienestä kohti suurta. Koelaulut pidetään usein pienissä tiloissa ilman yleisöä, finaalissa taas nähdään jopa tuhansia katsojia myös paikan päällä. Tätä samaa kehitystä korostetaan kilpailijoissa; koelauluissa saatetaan nähdä hyvin tavallinen hakija ja laulaja, mutta livelähetyksissä taas stailauksen ja koulutuksen myötä kehittynyt artisti. (Nikkinen, Vacklin 2012, 339–348.)

Castingia tehdessään tuotantoryhmä siis keskittyy hakijoiden laulutaitojen lisäksi heidän tarinoihinsa ja siihen, millaiset kehittymismahdollisuudet hakijalla on. Tämä ei tarkoita kuitenkaan sitä, etteikö kokenutkaan laulaja voisi ohjelman aikana kehittyä ja kehittää

omaa artistiuttaan. Kilpailijat saattavatkin kokea suuriakin muutoksia ja ”ahaa -elämyksiä” ohjelmaan osallistumisen aikana, sillä kilpailijat joutuvat tai pääsevät ehkä ensimmäistä kertaa tarkastelemaan omaa toimintaansa sekä niin sanottua ”brändiänsä”.

Aikoinaan itse *TVOF*:iin osallistuessani huomasin myös itse tämän ilmiön. 21-vuotiaana laulajan alkuna en ollut juuri ajatellut omaa artistiuttani tai brändiäni tarkemmin. Koenkin, että suurin anti ohjelmalta minulle oli se, että jouduin näitä asioita pohtimaan. Koin tämän hyvin haastavaksi, enkä voi sanoa, että olisin päätenyt juuri mihinkään tähdelliseen lopputulemaan. Ohjelmaan osallistuminen kuitenkin nopeutti ”oman ääneni” löytymistä huomattavasti. Jos en olisi osallistunut ohjelmaan, en luultavasti näin kuusi vuotta myöhemmin olisi niin selvillä vesillä siitä, mitä muusikkona ja artistina haluan olla ja mitä taas en.

”Oman äänen” tai ”sen oman jutun” löytäminen laulajana ei kuitenkaan aina ole helppoa. Joillekin osallistujille ne ovat hyvin selkeitä heti alusta alkaen, mutta suurin osa kilpailijoista on usein vielä etsimässä omaa artistiuttaan.

The Voice of Finlandin tuottaja Saija Simoni kertoo kykykilpailuille olevan ominaista nimenomaan kehittyminen. Simoni vertaa *TVOF*:ia ja myös hänen tuottamaansa *Suomen kauneinta kotia*, sanoen, ettei esimerkiksi kotikilpailussa etsitä samanlaista henkistä kasvua. Kykykilpailut todella haastavat osallistujansa. Simonin mukaan ohjelmaan osallistuminen usein vahvistaa laulajissa jo olemassa olevia potentiaaleja ja asioita. Ohjelmaan osallistuminen saattaa vahvistaa ja antaa rohkaisua laulajassa kytevään potentiaaliin ja artistiuteen, tai vaihtoehtoisesti osallistuja voi tajuta, ettei musiikkiura olekaan häntä varten. Mikään valmis muotti tai ratkaisu kaikkeen ei ohjelmaan osallistuminen kuitenkaan ole. Jos osallistujalla ei ole mitään suuntaa tai edes aavistusta, mihin hän haluaa artistiuttaan kehittää, on työryhmänkin sitä haastavaa löytää ja vahvistaa. (Simoni, haastattelu 5.2.2018.)

Psykologi Laura Stenroosin mukaan kykykilpailuissa laulajien kehittymisen tarpeessa on myös riskinsä. Jos kokemattomalla laulajalla tai artistinalulla ei ole vielä vahvaa näkökulmaa siitä, mitä hän haluaa artistina olla, voi ohjelman tiimellyksessä tulla ohjautuneeksi myös väärään suuntaan. Hän kuitenkin alleviivaa, ettei tämä useinkaan ole pakotettua, saati tahallista tuotannon tai yhteistyölevy-yhtiön taholta. Ongelma piilee siinä, että artistikehitys vaatii aikaa. Kilpailija saattaa melko sokeastikin uskoa ja ottaa vastaan kaiken hänelle tarjotun, eikä käy prosessia tarpeeksi syvällisesti läpi omassa päässään. Tämä saattaa johtaa myös muualla musiikkimaailmassa tutuksi tulleeseen ilmiöön, jossa

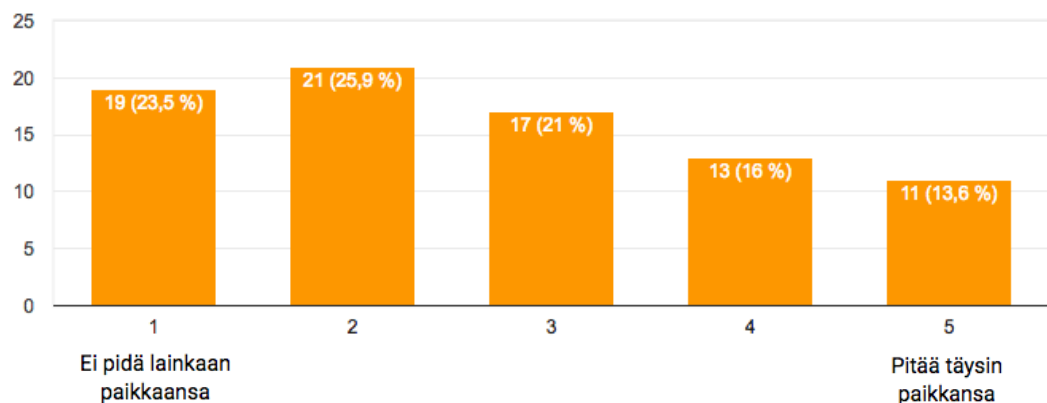
artistille on muodostettu selkeä imago ja tyyli, mutta laulaja itse havahtuu prosessin jossakin vaiheessa olevansa itsensä kanssa täysin hukassa. Artisti saattaa huomata, ettei hän enää tee omaa juttuaan itsestään lähtöisin, vaan ulkopuolelta tulleista ohjeista käsin. (Stenroos, haastattelu 1.2.2018.)

Tästä syystä mielestäni myös ”levy-yhtiön setien” syyttely siitä, ettei artistinalku ole saanut tehdä sitä mitä haluaa, on osittain turhaa. Usein kyse on enemmänkin siitä, ettei laulaja itse ole ollut valmis käymään prosessia läpi. Levy-yhtiön kun tuotantoyhtiönkään etu ei ole se, että laulaja pakotetaan johonkin tiettyyn muottiin. Tällainen ajattelu ei ole pitkäkantoisella tähtäimellä kannattavaa, eikä taloudellisestikaan tuottavaa. Useimmiten myös oivallukset siitä, mitä laulaja ei ainakaan halua olla, vievät artistia lähemmäs sitä jotakin, mitä hän lopulta haluaa.

Idolsiin ja *The Voice of Finlandiin* osallistuneille kilpailijoille teetetyssä kyselyssä noin kolmannes koki käsityksensä omasta artistiudesta ja ”brändistään” kehittyneen ohjelman aikana (Kuvio 1). Melkein puolet vastaajista taas kokivat ohjelmaan osallistumisella olleen heidän musiikkiuraansa positiivinen vaikutus. Moni vastaajista kertoi kilpailuun osallistumisen kehittäneen heidän käsitystään nopeastikin itsestään artistina, vaikka he kokisivatkin yhä olevansa prosessin kanssa hyvin keskeneräisiä.

Käsitykseni omasta artistiudestani ja 'brändistäni' kehittyi ohjelman aikana

81 vastausta



Kuvio 1. Kilpailijakysely.

Ilmiö, johon olen työssäni yhä useammin törmännyt, on se, kuinka nykyaikana useimpien nuoret osallistujat ovat tarkemmin perillä ja tietoisia niin sanotusta brändistään. Sosiaalisen median vaikutus tähän on selkeästi huomattavissa. Nuoret hakijat saattavat olla luoneet jo kauan ennen ohjelmaan hakemista brändin itselleen. Se, minkälaisia kuvia ja sisältöä he itsestään tuottavat sosiaaliseen mediaan, saattaa alitajuisestikin tehynä olla hyvin harkittua ja bränditietoista. Siksi niin kykykilpailujen casting-vaiheessa, että levy-yhtiöiden etsiessä uusia artisteja, seurataan potentiaalisten artistinalkujen sosiaalisen median tilejä ja seuraajamääriä aktiivisesti. Tämä on aihe josta voisi kirjoittaa oman opinnäytetyönsä, mutta huomionarvoista on se, kuinka paljon kuka tahansa ”tavis” kykenee tänä päivänä tuomaan itseään esille ja luomaan omaa brändiään.

5.5 Tuotantoryhmän rooli kilpailijalle ja tuotannon eettinen vastuu

Tuotantoryhmästä kilpailijoille lähimmät ihmiset ovat yleensä kilpailijakoordinaattori sekä musiikkikoordinaattori. He sopivat laulajien kanssa niin aikatauluista, kuljetuksista kuin kappale-ehdotuksista. Nämä koordinaattorit ovat usein myös tiiviisti läsnä laulajien kuvauspäivissä ja harjoituksissa. Heistä muodostuukin jopa yli puoli vuotta kestävä tuotannon aikana laulajien läheisin tuki ja turva omien kilpakumppanien ja läheisten lisäksi. Kilpailija- ja musiikkikoordinaattoreiden lisäksi kilpailijoille erityisen tutuksi tulevat usein käsikirjoittaja tai haastattelut tekevä toimittaja sekä musiikkituottaja. Jos formaatissa käytetään psykologia, voi kilpailija luoda tiiviin suhteen myös häneen. Tuottaja, vastaava tuottaja, tuotantopäällikkö ja ohjaaja saattavat jäädä kilpailijoille osittain tuntemattomiksi, sillä heidän kuvauksien aikaiset tehtävänsä ovat usein toisaalla kilpailijoiden aikatauluista ja pyöryksestä.

Televisio- ja viihdeala on intohimo- ja elämäntapa-ala. Työ on vaativaa epäsäännöllisyydessään ja päivät saattavat venyä ajoittain hyvin pitkiksi. Alalla työskentelee paljon hienoja persoonia, jotka suhtautuvat työhönsä suurella rakkaudella. Tästä syystä ala aikoinaan minutkin imaisi mukaansa kilpailijasta työntekijäksi. Myös kyselyssä tämä tuli ilmi, ja avoimissa vastauksissa viisi osallistujaa kertoi suuren osan positiivisesta kokemuksesta muodostuneen mukavan ja intohimoisen työryhmän ansiosta.

Tuottaja Saija Simoni kertookin, että Banijay Finland -tuotantoyhtiössä pidetään erityisen tärkeänä sitä, että jokaista tuotantoihin osallistuvaa kilpailijaa kohdellaan ihmisenä, eikä vain ohjelmanteon välineenä. Hän uskoo siihen, että kun ihmisillä – niin kilpailijoilla kuin

työntekijöillä – on hyvä olla, on itse lopputulema eli televisio-ohjelmakin parempi. Jo tuotantotyöntekijöitä rekrytoidessaan Simoni kertoo kiinnittävänsä huomiota siihen, että laulajia lähellä olevat työntekijät ovat ihmisläheisiä ja nauttivat siitä, että saavat olla kilpailijoiden kanssa tekemisissä. Myös niin työryhmän, kuin valmentajienkin kanssa käydään läpi laulajien kohtelua ja toimintatapoja pyritään kehittämään tarpeiden mukaan. Erityisesti tasavertaisuutta laulajien kohtelussa painotetaan. (Simoni, haastattelu 5.2.2018.)

Useat vastaajista mainitsivat työryhmän hengen hyväksi, jonka parissa oli helppo olla. Miltei 70 % vastaajista myös koki, että sai työryhmältä tarvitsemaansa henkistä tukea ohjelman teon aikana ja että työryhmä aidosti välitti heidän hyvinvoinnistaan prosessissa.

Kyselytutkimuksen vastauksissa tulee kuitenkin ilmi, etteivät kaikki kilpailijat ole olleet tyytyväisiä saamaansa kohteluun. Muutamissa avoimissa vastauksissa laulajat kertovat, että erityisesti putoamisen jälkeen he ovat kokeneet tulleen kohdelluiksi välinpitämättömästi ja jääneensä ulkopuolisiksi. Putoamisen jälkeistä tukea suurin osa vastaajista olisikin kaivannut enemmän. Myös eräs vastaajista kommentoi, että työryhmän sisäinen tiivis yhteishenki jätti osallistujille osittain ulkopuolisen olon. Toiselle taas jäi tunne, että osa työryhmän jäsenistä suosi kilpailijoista omia suosikkejaan.

Musiikkiohjelmaa tehdessä musiikkituotannon rooli on kilpailijoille suuri. Ohjelman musiikkituotannon tulee jokaisessa vaiheessa miettiä ohjelman kokonaisuutta, joka tarkoittaa, etteivät laulajat pääse aina esittämään ensimmäistä kappalevaihtoehtoaan, jos esimerkiksi kyseessä on balladi ja hitaita kappaleita on suunnitteilla jo liikaa. Tämä on aihe, joka jokaisessa ohjelmassa tulee keskustelunaiheeksi. Miksi tämä tai tämä kilpailija sai esittää toivomansa kappaleen ja kyseinen laulaja ei? Kilpailijakyselyssä peräänkuulutettiin monipuolisempaa keskustelua ja ajatustenvaihtoa kappalevalinnoissa, vaikkakin siihen on jo tähän mennessä pyritty. Luonnollisesti kaikkia ei voi miellyttää ja ohjelman kokonaisuutta on ajateltava, mutta tulevaisuudessa pyrin omassa työssäni nimenomaisesti keskusteluun; jos kortit ovat avoinna, ymmärtävät osapuolet valinnat usein paremmin. Samanaikaisesti luottamuksen muodostaminen laulajan ja tuotannon välillä on jälleen tärkeää; onko mahdollista luoda ilmapiiri, jossa kaikki kilpailijat voivat luottaa tuotannon ammattitaitoon ja valintoihin?

Tiivis ja tunteellinen sekä – niin osallistujille kuin tekijöillekin – raskas tuotanto saa usein aikaan eräänlaisen leirikoulu efektin. Laulajat ovat tiiviisti tekemisissä niin työryhmän kuin

kanssakilpailijoidenkin kanssa ja kovan työtahdin sekä suurien kokemusten luoma tunneskaala saattaa olla valtavaa. Tämä luo aivan erityisen siteen ohjelmaa toteuttavan ryhmän sisälle. Uskon, että tästä syystä suurin osa kyselytutkimukseen vastanneista kertoo kyselyn avoimissakin kysymyksissä kokemuksistaan ja tunteistaan putoamisen jälkeen. Kun ohjelmasta putoaa, saattaa se jättää pitkäksi aikaa osallistujalle tyhjän olon, aivan kuten leirikoulun tai pitkän matkan jälkeen.

Psykologi Laura Stenroosin mielestä suurimman eettisen konfliktin tuotannoissa luokin se, jos tuotantoryhmä luo laulajille vääränlaista yhteenkuuluvuuden tunnetta. Tuotantoryhmä kun kaikesta hyvästä fiiliksestä huolimatta tekee työtään, viihdeohjelmaa. He eivät ensisijaisesti ole paikalla luodakseen ystävyys-suhteita osallistujien kanssa, vaan töissä. Stenroosin mielestä onkin ensisijaisen tärkeää, että laulajia kohdellaan hyvin ja että ohjelmaan osallistumisen henkinen raskaus otetaan huomioon ja osallistujia tuetaan, mutta myös heidän tulisi ymmärtää työryhmän ja itsensä suhde koko prosessin ajan. Laulajien lähimmätkään ihmiset tuotannossa eivät ole ensisijaisesti heidän ystäviään, vaan tukipilareita työkentällä, jotta aikaiseksi saadaan mahdollisimman hyvä ohjelma. (Stenroos, haastattelu 1.2.2018.)

Tämä raja onkin mielestäni erittäin hieno ja sai minut ajattelemaan paljon myös omaa toimintaani kilpailijoiden lähi-ihmisenä. Leirikoulu efekti on todellinen myös työryhmälle ja illuusio ”yhdestä suuresta perheestä” syntyy herkästi, missä piilee myös tuotantojen tekemisen ihanuus. Kuitenkin kun tuotanto loppuu, alkaa allekirjoittaneella ja muilla tuotannon työntekijöillä usein uudet työt, uudet tuotannot ja siirrymme uusiin ”perheisiin”. Kilpailijoille pudotus saattaa olla hyvin suuri. Onko tuotannolla keinoja valmistaa laulajia tähän vai onko se edes tarpeen? Mihin päättyy tuotannon vastuu osallistujista ja kuinka paljon heillä itsellään tulisi olla valmiuksia käsitellä ohjelman päättymisestä seuraavia tuntemuksia? Niin sanottua jälkihoitoa käsitellessä tarkemmin sen omassa osuudessa.

5.6 Palautteen rooli ja julkisuus

Laulukilpailuihin osallistuvien voisi sanoa olevan tiukan arvostelun alla koko ohjelman ajan. Koko ohjelmahan perustuu siihen, että osallistujia rankataan paremmuusjärjestykseen ja järjestyksen viimeisimmät pudotetaan jokaisella kierroksella kisasta. Kykykilpai-

luissa myös korostetaan erityisesti osallistujien kehityskaarta ja laulajia saatetaan stallata ja tietoisesti brändätä tiettyyn suuntaan ja artistiuteen. Tässäkin palaute on suuressa osassa.

5.6.1 Tuomareiden ja valmentajien tuki ja palaute

Kilpailijoita lähtöä ohjelmaan saattaa motivoida joku tietty henkilö tuomareista tai valmentajista, onhan kyseessä Suomen suurimpia artisteja ja idoleita. Tuomareilta tai valmentajilta saatu palaute koetaan siis ymmärrettävästi hyvin merkittävänä osana kilpailujen antia. Noin 60 % kilpailijakyselyyn vastanneista kokivat tuomareilta tai valmentajilta saamansa palautteen melko tärkeänä tai erittäin tärkeänä.

Aiheeseen liittyy myös ohjelmien tietty draamallisuus ja raadollisuus. Siinä missä tuntemattoman esiraadin ”ei jatkoon” ei välttämättä aiheuta laulajalle pientä harmitusta enempää, voi se osallistujan suosikkiartistin suusta tulleena tuntua huomattavasti pahemmalta. Vaikutus toimii usein myös toisinpäin, jos jatkopaikka aukeaakin; laulaja on tullut hyväksytyksi suurien artistien toimesta.

The Voice of Finlandin tuottajan Saija Simonin mukaan ohjelman valmentajien kanssa käydään erityisesti ensimmäisen vaiheen jälkeen tiimien muodostuttua läpi kilpailijoiden persoonia ja sitä, kuinka kukakin ottaa vastaan palautetta tai kehitysehdotuksia (Simoni, haastattelu 5.2.2018). Tuomarit ja valmentajat ovat myöskin aina persoonia ja ihmisiä hekin, joten kilpailuissa myös henkilökemiat vaikuttavat kilpailijoiden ja tuomareiden väliseen kanssakäymiseen. Erityisesti *TVOF*:ssa, jossa jokainen laulaja kuuluu jonkun valmentajan henkilökohtaiseen tiimiin.

Tuomarit tai valmentajat eivät usein kuvausten ulkopuolella ehdi, voi tai halua viettää kilpailijoiden kanssa aikaa, mutta useissa tapauksissa valmentajat ovat olleet tiimeihinsä yhteydessä tavalla tai toiselle. *TVOF:n* tuotannossa jokaisen valmentajan annetaan hoitaa tehtävänsä omalla, persoonallisella tavallaan. Tämä saattaa joskus aiheuttaa erään kyselyynkin vastanneen kertoman ilmiön, jossa jonkun tiimin jäsenet saattavat kokea saavansa vähemmän huomiota kuin toisen valmentajan tiimiläiset. Tämä kaudesta ja valmentajista riippuen voi pitää hyvin paikkansa. Tuotantotiimi ei kuitenkaan ole kokenut tarpeelliseksi, että valmentajia tai tuomareita ”pakotettaisiin” pitämään laulajiin sen

enempää yhteyttä kuin he itse kokevat hyödylliseksi. Ensisijaisesti kilpailija- ja musiikki-koordinaattorit toimivat viestinviejinä kilpailijoiden ja valmentajien tai tuomareiden välillä. Osa valmentajista tai tuomareista on tuotantokokemusteni mukaan ollut hyvinkin tuttavallisia laulajien kanssa ja noin viidennes kyselyyn vastanneista osallistujista kertoo olleensa yhteydessä tuomareihin tai valmentajiin myös ohjelmanteon jälkeen.

Ohjelmien vetovoima perustuu paljon sen tuomareihin tai valmentajiin ja mahdollisuuksiin päästä heidän koulutukseensa. Kyselytutkimuksessa saaduissa vastauksissa moni kilpailija toivoikin, että tuomarit tai valmentajat olisivat enemmän osallistuneet kilpailun edetessä laulajien coachaamiseen ja tukemiseen. Erityisesti *The Voice of Finlandiin* osallistuneista moni olisi toivonut oman valmentajan kanssa enemmän kahdenkeskeistä aikaa ja valmennusta. Muutama kilpailusta pudonnut olisi myös toivonut jälkikäteen perusteluita omalle tiensä päättymiselle. Noin 50 % vastaajista kokivat, etteivät tuomarit tai valmentajat osallistuneet kilpailijoiden tukemiseen ohjelman aikana lainkaan tai hyvin vähän. Yksi *The Voice of Finlandiin* osallistunut vastaaja koki valmentajien osallisuuden ohjelmaan jopa päälle liimattuna.

Kyselyvastauksien mukaan tuotannolta saatu tuki on kuitenkin ollut suurimman osan mielestä hyvää ja riittävää, joten ehkä tietynlainen läpinäkyvyys ja pelisääntöjen selventäminen asiassa tuotannon puolelta olisikin tarpeen. Kilpailijoille olisi hyvä selventää, mikä tuomareiden ja valmentajien rooli ohjelmanteossa on, ja kuinka siihen tulisi suhtautua. Tuotannoissa työskennellessäni olen myös kokenut, että ne harvahkot hetket, joissa kilpailijat pääsevät tuomareiden ja valmentajien kanssa työskentelemään, ovat usein antoisia. Tässä tuotannolla on vastuunsa myös siinä, että he pitävät tuomarit ja valmentajat hyvin ajan tasalla laulajien tilanteesta ja toiveista. Näin yhteistyö on kokemukseni mukaan myös antoisampaa ja hedelmällisempää.

5.6.2 Tuotannolta saatu tuki ja palaute

Ohjelman teon aikana tuomareiden tai valmentajien lisäksi kilpailijat saavat palautetta myös tuotantoryhmän sisältä. Usein erityisesti musiikkituottaja sekä esiintymisvalmentajat työskentelevät tiiviisti kilpailijoiden kanssa, sitä tiiviimmin mitä pidemmällä kilpailussa mennään. Sekä tuotannon että kilpailijan ensisijainen intressi on se, että esitys on onnistunut. Siksi esityksiä harjoitellaan ja hiotaan. Useissa tuotannoissa kilpailijat saavat myös laulunopetusta.

Onkin tärkeää, että laulajan ja tuotannon välillä vallitsee luottamus. Kilpailija on kuitenkin se, joka lavalle lopulta kipuaa, mutta tuotantoryhmän ammattitaito ja vinkit usein nostavat esitykset vielä uudelle tasolle. Kilpailija itse päättää, mitä näistä neuvoista hän esityksessään lopulta käyttää. Erityisesti kokemattomat esiintyjät voivat esiintymiskoulutuksen myötä löytää aivan uusia puolia itsestään, mutta näin on usein myös jo paljon esiintyneiden laulajien kohdalla. Moni esiintyjä saattaa ensimmäisiä kertoja kiinnittää tarkempaa huomiota lavakäyttäytymiseensä tai katsella itseään ensimmäistä kertaa videolta.

Ensisijaisesti tuotantoryhmän tulisi kuitenkin olla kilpailijalle tsemppaava ja rakentava taho, myös palautteenannossa. Laulajien ollessa suuren paineen alla, on hänen voitava luottaa tuotantoryhmään myös esiintyessään. Palaute ja laulajan kehittäminen tuotantoryhmän puolelta on ohjelmalle ja laulajalle itselleen erittäin tärkeää, jotta esimerkiksi kehittymistarinoita on mahdollista edes syntyä – esimerkiksi että laulaja aloittanut esiintymällä ainoastaan silmät kiinni ja lopussa on lavalla kuin kotonaan – mutta jotta tähän kyetään, on tuotantoryhmässä oltava henkilöitä, joiden laulaja tietää olevan tukena vaikka mitä tapahtuisi. Vain näin uusille tasoille nousevat esitykset ovat ohjelmassa mahdollisia. Jos laulaja saa huonoa palautetta tuomareilta, on tuotantoryhmän lähien henkilöiden oltava valmiita tsemppaamaan kilpailijaa ja kääntämään kommentit voitoiksi, varsinkin jos laulajan on kyettävä kipuamaan lavalle myös uudestaan ohjelmassa. Näin pyritään pienentämään uuden ”epäonnistumisen” pelkoa laulajassa.

5.6.3 Kanssakilpailijoiden merkitys

Jokaiselle kilpailuun osallistuvalla ystävien, perheen ja muiden tukijoukkojen tuki on koe-tusten aikana hyvin tärkeää. Kilpailukokemuksen ollessa kuitenkin hyvin ainutlaatuinen ja jokaiselle yksilöllinen, miltei suljettu, moni osallistuja saakin paljon tukea ja turvaa kanssakilpailijoistaan. Kyselytutkimukseen vastanneista kilpailijoista yli 70 % vastasikin kanssakilpailijoilla olleen erittäin positiivinen vaikutus omaan henkiseen jaksamiseen kilpailun aikana. Tämä voi olla sinänsä yllättävää, sillä kanssakilpailijat ovat sananmukaisesti myös toistensa uhka, kilpailemassa toisiaan vastassa. Edellä mainittu leirikoulu-efekti, ”kupla”, ja kilpailijoiden paljon yhdessä vietetty aika usein hitsaa osallistujajoukosta tiiviin. Noin 70 % vastaajista kertoikin olleensa yhteydessä kanssakilpailijoihinsa myös ohjelman jälkeen.

Tämä saattaakin olla kilpailuun osallistumisen parasta antia. Kyselyyn vastanneista useat, sekä moni tuntemani edellisten kausien laulaja on saattanut päätyä myös yhteiskeikoille tai tekemään musiikkia kanssakilpailijoidensa kanssa. Yhteishenki on niin tiivis, että joskus suurin kyynelien aiheuttaja on pudonneen kilpailijan mukaan ollut se, että joutuu jättämään tämän tiiviin ryhmän. On myös ollut liikuttavaa nähdä, kuinka erityisesti pienemmiltä paikkakunnilta tulevat laulajat ovat voineet löytää elämänsä ensimmäisiä saman henkisiä, musiikista kiinnostuneita kontakteja. Konflikteiltakaan ei kuitenkaan voi aina välttyä, erityisesti kun kilpailijajoukossa on usein erilaisia, räiskyviä persoonia.

The Voice of Finlandissa ryhmäytymistä koitetaan tukea muun muassa Facebookiin luodulla ”insiders” -ryhmällä, johon kauden alussa lisätään jokainen Vain ääni ratkaisee -vaiheeseen osallistuva. *Idolsissa* koelauluvaiheen jälkeinen teatteri- tai kartanoviikko on taas omiaan luomaan yhteishenkeä ja ryhmäytymistä, sillä laulajat myös majoittuvat yhdessä jo kilpailun varhaisessa vaiheessa.

5.6.4 Sosiaalinen media ja julkisuus

Tämän päivän kykykilpailuissa sosiaalisella medially on suuri merkitys. Erityisesti kilpailujen loppuvaiheissa osallistujat ovat ohjelmien somekanavilla vahvasti esillä. Sosiaalinen media on avannut kanavia kommentoida niin osallistujien esiintymisiä, että persoonia heti alkuvaiheesta, myös anonyymisti.

Aaltosen kirjassaan haastattelemat dokumentaristit pohtivat myös julkisuuden merkitystä. Esiintyjän lupaus, että häntä saa kuvata ei kuitenkaan vapauta tekijää vastuusta, sillä alan ulkopuolelta tuleva henkilö ei välttämättä osaa kuvitella, mitä elokuvan tai ohjelman tuoma julkisuus voi tuoda mukanaan. Monet tekijät ovatkin joutuneet miettimään erityisesti editointivaiheessa, mitä seurauksia näytettävällä materiaalilla voi olla elokuvissa osallistuneille julkisuusaspektin myötä. (Aaltonen 2006, 196.)

Suurin osa laulajista on ohjelman myötä ensimmäistä kertaa kosketuksissa julkisuuden kanssa. Kun julkisuuden henkilöt ovat vuosien ajan rakentaneet julkisuuden kuvaansa ja opetelleet käsittelemään julkisuudesta seuraavaa negatiivistakin palautetta pikkuhiljaa ja usein yhdessä tiimin kanssa, jäävät kykykilpailuihin osallistujat tilanteen kanssa usein melko yksin. Tuotantotiimi sekä kanavan mediaedustajat ohjeistavat ja kouluttavat kuitenkin kilpailijoita julkisuuden sekä sosiaalisen median kohtaamiseen.

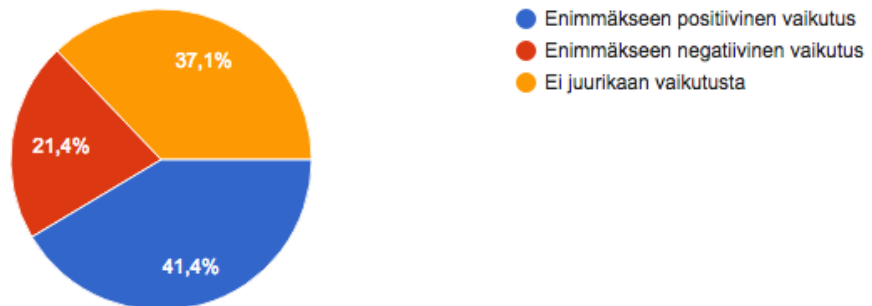
Tuottaja Saija Simoni kertoo, että *The Voice of Finlandin* tuotannossa ensisijainen ohje kilpailijoille on, ettei keskustelupalstoille kannata mennä itsestään lukemaan ja somekommentointiakin olisi hyvä tietystä pisteestä eteenpäin välttää. Tuotannon puolelta korostetaan sitä, että kommenttipalstoilla usein negatiivisimmat äänet saavat suurimman tilan ja ovat kärkkäissä kommentteissaan kaikkein aktiivisimpia. Tätä kautta saattaa syntyä illuusio, ettei kukaan pidä kyseisestä osallistujasta. Kilpailijoita siis tutustutetaan sosiaalisen median ilmiöihin. Simoni kertoo kuitenkin median ongelmana sen, ettei tuotantoyhtiöllä, laulajalla tai kenelläkään ole keinoja sen hallitsemiseen. Siksi laulajia ohjeistetaan myös pysymään poissa sosiaalisen median kommenttiosioista. (Simoni, haastattelu 5.2.2018.)

Myös psykologi Laura Stenroos on samoilla linjoilla. Hänen mukaansa laulajia valmistellaan julkisuuteen ja sosiaalisen median reaktioihin parhaiten raadollisella rehellisyydellä. Kilpailijoille tulisi kertoa, mitä kaikkea sosiaalisessa mediassa tapahtuu ja voi tapahtua, mutta alleviivata myös sitä, kuinka kaikki tämä on tuotannon käsien ulottumattomissa. Stenroos haluaa kertoa osallistujille, että somemaailma on se, miltä tuotanto ei voi heitä suojella. Kuitenkin laulajan tuotannolle kertomilla herkkäluontoisillakin informaatioilla on etunaan se, että jos niin sanottuja skandaaleja voisi olla tulossa, on tuotanto näistä tietoinen ja pystyy valmistamaan kilpailijoita näihin. Tässäkin asiassa siis tuotannon ja laulajan välinen luottamus tulee esiin. (Stenroos, haastattelu 1.2.2018.)

Stenroosinkin mukaan ainut keino jolla laulaja voi itseään suojella sosiaalisen median negatiivisilta vaikutuksilta on olla lukematta kommentteja, mutta tietää vain harvan tähän pystyvän. Usein myöskään sillä, kuinka monta negatiivista kommenttia osallistuja näkee ei ole merkitystä; vain yksikin huono kommentti riittää nakertamaan itsetuntoa pitkäksi aikaa, vaikka rinnalla olisi sata positiivista. Stenroos kuitenkin uskoo erityisesti nuorien kilpailijoiden jo tietävän hyvin sosiaalisen median nurjapuolet ja pystyvän ehkä suhtautumaan asiaan sen vaatimalla järkevyydellä ja kylmäpäisyydellä. Kukaan ei silti ole teflonia, ja kommentteilla saattaa olla hyvinkin pitkäkestoisia negatiivisia tai parhaimmassa tapauksessa myös positiivisia vaikutuksia. Luonnollisesti negatiivisten kommenttien lisäksi laulaja voi saada osakseen sosiaalisessa mediassa myös suitsutusta. (Stenroos, haastattelu 1.2.2018.)

Vaikka voisi sanoa melko varmasti kaikkien tositelevisio-ohjelmien tuotantotiimien sanovan kilpailijoilleen, ettei somekommentteja kannata lukea, suurin osa kertoo kilpailijoille

teetetyssä kyselyssä lukeneensa itseensä liittyviä kommentteja sosiaalisessa mediassa. Kuitenkin kommenttien vaikutuksista kysyttäessä noin 40 % vastaajista kertoo, ettei niillä ollut juuri vaikutusta ja vain noin viides kertoo vaikutuksen olleen negatiivinen. Noin 40 % taas kertoo kommenttien vaikutuksen olleen jopa positiivinen (Kuvio 2).



Kuvio 2. Kilpailijakysely. Kilpailijaa itseään koskevien somekommenttien vaikutus kilpailijaan.

Kyselyyn vastanneista miltei 40% kertoi, ettei ollut saanut tuotantoryhmältä tietoa tai koulutusta kilpailusta seuraavaa julkisuutta varten juuri lainkaan ja vain alle 30 % vastaa saaneensa tätä tietoa. Vaikka tuotantoyhtiö ei pystykään julkisuuteen tai sosiaaliseen mediaan vaikuttamaan, on mielestäni hyvin tärkeää ja myöskin mahdollista, että tuotanto pystyisi tarjoamaan infoa ja koulutusta aihetta koskien. Tätä ohjeistusta ja vinkkejä julkisuuden sekä sosiaalisen median käsittelyyn moni vastaajista olisikin toivonut enemmän.

Usea vastaaja kertoi kuitenkin myös saaneen positiivista julkisuutta ja näkyvyyttä ohjelman kautta. Ohjelmat voivatkin olla hyviä väyliä niin katsojien kuin musiikkialan vaikuttajienkin näkyville. Olemmekin nähneet tapauksia, joissa ohjelma on toiminut reittinä musiikki- ja viihdemaailmaan. Tätäkin mahdollisuutta silmällä pitäen tuotannon tai kanavan on tärkeää kiinnittää huomiota siihen, että osallistujat saavat järjestelmällisesti tarvitsemaansa ohjeistusta ja tukea. Näin myös laulajan mahdollisen tulevan uran alkutaival voisi helpottua.

5.7 Psykologin työ tuotannoissa

Psykologin työ tositelevisiotuotannoissa on osa-alue, jota kotikatsoja ei yleensä televisiota näe. Useissa tositelevisio-ohjelmissa psykologin palveluita käytetään joko heti alkuvaiheessa castingista lähtien tai vain osassa varsinaista ohjelmantekoa.

Haastatteleman psykologi Laura Stenroos on työskennellyt psykologina useassa suomalaisessa tositelevisio-ohjelmassa. Osassa tuotannoista hän on työskennellyt koko ohjelmanteon ajan tiiviisti tuotannon ja osallistujien kanssa, osaan ohjelmista hän taas kertoo tehneensä vain niin sanottuja ”pistoikkeikkoja” esimerkiksi ohjelmasta pudonneiden kilpailijoiden apuna ja tukena. (Stenroos, haastattelu 1.2.2018.)

Osassa tositelevisio-ohjelmissa psykologi on myös valitsemassa ohjelman kilpailijoita ja esimerkiksi *Big Brotherissa* casting-vaiheessa käytetään myös psykologisia testejä sen ollessa eristyksellisyytensä vuoksi henkisesti erityisen haastava. Stenroos kertoo psykologin työn olevan hedelmällisintä tuotannoissa, joissa psykologin ja tuotannon välinen yhteistyö on tiivistä. Hän kokee työn toimivan parhaiten, kun tuotannon ja psykologin välillä vallitsee kunnioitus ja avoimuus. Stenroos itse on jopa hetkellisesti jättänyt televisioalan, koska on kokenut, ettei häntä kuunnella ja täten yhteistyö on merkityksetöntä ja jokaiselle osapuolelle turhauttavaa. (Stenroos, haastattelu 1.2.2018.)

Myös rehellisyys on Stenroosille ammattieettisestäkin näkökulmasta ensisijaisen tärkeää, eikä esimerkiksi kilpailijoille valehtelu tai heidän manipuloimisensa suuntaan tai toiseen tule kysymykseen, vaikka tuotanto saattaisi näitä keinoja joskus väläyttääkin. Vaikka Stenroos kertoo saaneensa alansa ihmisiltä paljon kriittistä palautetta siitä, että työskentelee ”moraalittoman tositelevision” parissa, kokee hän itse työnsä tärkeänä ja jokaisen ohjelmiin osallistujan yksilönä, jolla on ihmisarvo ja jolle apu voi olla tarpeen, erityisesti kun kyse on nuorista ihmisistä. Hän myös korostaa, että ”kilpailijat tositelevisiossa eivät suinkaan ole niin hölmöjä kuin mitä katsojat saattavat kuvitella.” (Stenroos, haastattelu 1.2.2018.)

Stenroos kertoo psykologista olevan eniten hyötyä kilpailijoille, jos heillä on mahdollisuus keskustella psykologin kanssa tasaisesti koko tuotannon ajan ja jopa sen jälkeen. Stenroos itse työskentelee mieluiten näin, eikä näe hyödyllisenä tai järkevänä lyhyitä piipahduksia siellä täällä tuotannon aikana, sillä luottamussuhdetta kilpailijan kanssa on täten hankalaa rakentaa.

Kykykilpailuista Stenroos on työskennellyt vain *Idolsin* parissa, kausilla kolme ja kahdeksan. Viimeisimmällä kaudella jolla myös itse työskentelin, tapasi hän kilpailijat ensimmäistä kertaa, kun laulajia oli jäljellä 12. Jokaiselle laulajalle varattiin Stenroosin kanssa

erillinen aika, ja tämän jälkeen kilpailijoilla oli mahdollisuus tavata Stenroosia halutesaan loppukilpailun ajan. Tippumisensa tai ohjelman päättymisen jälkeen kilpailijoilla oli mahdollisuus olla myös Stenroosiin vielä yhteydessä. Mahdollisuuden vapaavalintaiseen tapaamiseen ensitapaamisen jälkeen käytti vain muutama laulaja.

Laura Stenroos kertoo työnsä olevan erilaista kykykilpailuissa verrattain muihin tositelevisio-ohjelmiin kuten *Big Brotheriin*. Hän kokee, että kykykilpailuissa osallistujilla on enemmän pelissä, sillä mukana kilpailussa on oman itsensä ja persoonallisuutensa lisäksi omat kyvyt, mahdollisesti jopa ura ja tulevaisuus. Erityisesti kun mukana on paljon kokemattomia nuoria, Stenroos kertoo monien painiskelevan oman musiikillisen identiteetin kanssa. Televisiotuotannon imu saattaa viedä mukanaan, ja ennen kilpailua ollut varmuus esimerkiksi omimmasta musiikkigenrestä saattaa ohjelmanteon jälkeen olla hyvinkin hukassa, jos laulaja ei ole itse kyennyt tuotannon tohinassa pitämään omaa päättänsä, tai tiennyt edes missä oma pää sijaitsee. Kykykilpailuissa osallistujilla voi siis olla mahdollisuus löytää ”oma juttunsa”, mutta myös vaihtoehtoisesti tiedostamatta ajautua siitä kauemmas. (Stenroos, haastattelu 1.2.2018.)

Kykykilpailuissa Stenroos kertookin tärkeimmäksi tehtäväkseen olla laulajille tukena prosessissa ja tukea osallistujan omaa mieltä, omaa juttua ja näkemyksiä. Näin toimimalla Stenroos uskoo osallistujien tulevaisuudenkin musiikkiuran olevan mahdollinen. Jokaisen artistin ja laulajan on ensisijaisesti itse uskottava itseensä ja artistiuuteensa menestyäkseen. Stenroos kertookin rohkaisevansa osallistujia luottamaan myös intuitioonsa esimerkiksi musiikkityyleistä kilpailuissa puhuttaessa. Intuitiomme usein paljastaa asioita jotka meille itsellemme eivät vielä ole niin selkeitä. Näin laulaja ei todennäköisesti löydä itseään muutaman vuoden päästä tilanteesta, jossa hän ei tiedä mitä artistina on tai haluaisi olla, saati että kokisi tehneensä itselleen väärä ratkaisuja urallaan. Stenroosin pyrkii myös tuotannoissaan työskennellessään psykoedukaatioon; hän kertoo osallistujille, kuinka mieli useimmiten tietynlaisissa tilanteissa toimii ja kuinka niihin olisi hyvä varautua, niin ohjelmanteon aikana kuin sen jälkeenkin.

The Voice of Finlandissa ei ole käytetty vakituista psykologia. Ohjelman tuottaja Saija Simoni kertoo, ettei ole kokenut tälle tarvetta. Kuitenkin muutamaan kertaan ulkopuolisen psykologin palveluita ohjelmassa on käytetty, jos tilanne niin on vaatinut. Simonin mukaan tarvetta ei ole nähty, sillä tuotannossa on useita henkilöitä joille laulajat ovat kokeneet voivansa uskoutua ja kilpailijoita kohdellaan kunnioituksella, heitä kuunnellen ja arvostaen. (Simoni, haastattelu 5.2.2018.)

Psykologin palkkaaminen tuotantoon on luonnollisesti myös budjettikysymys. Suomalaisien tuotantojen budjetit ovat maailmanlaajuisestikin tarkastellen usein suhteellisen pieniä, joten jokainen kulu on oltava hyvin perusteltu.

The Voice of Finlandiin ja *Idolsiin* osallistuneille kilpailijoille teetetyssä kyselyssä 14 % eli 11 vastaajaa kertoi, että heille oli tarjottu psykologin tai terapeutin palveluita ohjelmanteon aikana. Näistä yhdestätoista vain yksi ei ollut käyttänyt hänelle tarjottuja palveluita. Loput 70 vastaajaa kertoi, ettei heille ollut tarjottu kyseisiä palveluita, ja heistä noin 25 % vastasi kaivanneensa psykologin tai terapeutin palveluita ohjelmanteon aikana.

Kyselylomakkeen avoimessa kysymyksessä, jossa kysyttiin parannusehdotuksia osallistujilta kilpailijoiden hyvinvointia koskien, noin kymmenen vastaajista mainitsi tarpeen suurempaan henkiseen tukeen ohjelman luoman paineen keskellä tai erikseen erityisesti psykologisten palveluiden tarpeen. Eräs vastaajista mainitsi esimerkkinä Tangomarkkinat, joka tekee yhteistyötä psykoterapiainstituutin kanssa. Jokin tällainen yhteistyötaho voisikin poistaa psykologisten palveluiden budjettihaastetta. Neljännos vastaajista kaipasikin ulkopuolista ammattitukea, vaikka työryhmän läsnäolo ja kokemus muuten olisikin koettu positiiviseksi. Eräs vastaajista mainitsi myös, ettei kokenut yhtä käyntiä psykologin puheilla heti putoamisensa jälkeen riittävänä.

Stenroosin haastattelusta sekä kyselyvastauksista voikin muodostaa kuvan, että psykologin tai terapeutin käyttö ohjelmissa ei ole tarpeetonta. Kuitenkin jos psykologia tai terapeuttia ohjelmissa käytetään, on hänen roolinsa sekä ajankäyttönsä suunniteltava huolellisesti niin, että se on sekä tuotannon budjetin, että laulajien hyvinvoinnin kannalta optimaalisinta.

5.8 Jälkihoito

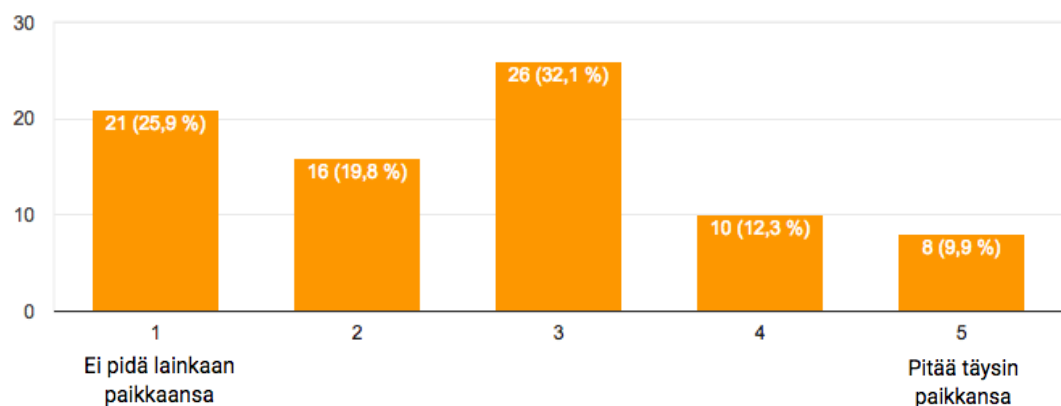
Kun kilpailu loppuu tai siitä putoaa, voi shokki olla ohjelmaan osallistuneelle yllättävän suuri. Kuvausten aikana tapahtuu paljon asioita samanaikaisesti, ja voikin olla, että kilpailija käsittelee monia tunteita ja tapahtumia mielessään vasta kaiken ollessa ohi, kun ajatukset saavat enemmän tilaa ja etäisyyttä ohjelmantekoon alkaa kerääntyä. Muistan myös itse osallistuttuani *The Voice of Finlandiin*, että tapahtumia ja kokemusta prosessoiti paremmin ja selkeämmin vasta kun putoamisestani oli kulunut useita kuukausia.

Ohjelmanteko voi olla osallistujilleen henkisesti haastava, ja laulaja saattaa sen aikana käydä suuriakin itsetutkiskeluja läpi. Moni on myös ensimmäistä kertaa kosketuksissa julkisuuden kanssa. Onkin siis selvää, että osallistujalla saattaa olla paljon mielellään vielä pitkän aikaa kilpailun jälkeen. Tämä on asia, joka myös tuotantoyhtiön on otettava toiminnassaan huomioon, jos kilpailijoille halutaan jäävän prosessista lopulta hyvä kuva. Sillä kuten aiemmin mainitsin, ei tuotantoyhtiöillä ole varaa huonoon maineeseen, erityisesti jos ohjelmasta aiotaan tehdä uusia kausia. Suomen kokoisessa maassa sana kiirii ja laulajapiirit ovat pienet. Jos siis jälkihoitoa ei onnistuta hoitamaan hyvin ja kilpailuun osallistuneille jää ohjelmasta huono maku suuhun, saattaa sillä olla pitkäkantoisia seurauksia ohjelman tuleville kausille.

Kilpailuihin osallistuneille teetetystä kyselyssä moni vastaajista ei ollut tyytyväinen niin sanottuun jälkihoitoon. Vastaajista yli 60 % oli tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä tuotannolta saamaansa henkiseen tukeen ohjelman aikana. Kuitenkin melkein puolet vastaajista kokivat, etteivät he saaneet kilpailun päättymisen jälkeen tukea tuotantoryhmältä juuri lainkaan, tai hyvin vähän (Kuvio 3). Kehityskohtia kysyttäessä muutama vastaajista toivoi myös jonkinlaista purkoa tai tapaamista kilpailun päättymisen jälkeen tuotantoryhmän ja kilpailijoiden kanssa. Joistakin vastauksista tulee myös ilmi, ettei kilpailijan putoamisen jälkeen tuotannon puolelta ole tullut enää minkäänlaista yhteydenottoa. Putoamisen jälkeen osa toivoi myös enemmän palautetta ja syitä putoamiselle, jotta itseään olisi helpompi lähteä kehittämään. Osa toivoi myös työkaluja ja apuja tuotannolta putoamista seuranneen pettymyksen käsittelyyn.

Kilpailun päättymisen jälkeen sain tarvitsemaani tukea tuotantoryhmältä

81 vastausta



Kuvio 3. Kilpailijakysely.

Myös tuotannoissa tiedostetaan tämä jälkihoidon ongelma. Kun työntekijöiltä sopimukset päättyvät hyvinkin nopeasti kameroiden sammuttua ja kuvausten aikana taas heidän käsiensä ollessa täynnä töitä, voi niin sanotun jälkihoidon järjestäminen olla haastavaa. Kuitenkin sekä *Idolsissa* että *The Voice of Finlandissa* on pyritty vähintään lähettämään kilpailijoille kiitosviestejä heidän putoamisensa jälkeen, ja kuvauksissa järjestetään tuotannon henkilöitä ottamaan erikseen pudonneita kilpailijoita vastaan. Pettymyksen oikea käsittely alkaa kuitenkin kilpailijalla vasta kotona, johon tuotannolla ei ole kovinkaan paljon mahdollisuuksia tai resursseja osallistua.

Jälkihoitoa ja sen tarpeita voidaankin erityisesti pitää yhtenä haasteena tekijän ja osallistujan välisessä suhteessa (Jay Ruby 2000, 141, Aaltosen 2006, 190-191 mukaan). Myös Jouko Aaltosen haastattelemat dokumentaristit tunnistavat elokuvanteon jälkeisen ajan ongelmalliseksi. Koko elokuvan teon perustuessa tekijän ja elokuvan kohteen väliseen luottamukseen, pohtivat tekijät vastuutaan kuvausten jälkeen näistä ihmisistä, jotka tämän luottamuksen kehän ovat heidän kanssaan rakentaneet. (Aaltonen 2006, 203.)

Tuottaja Saija Simonin mukaan suurin ongelma saattaakin muodostua niillä, jotka putoavat aivan loppumetreillä kilpailusta. Kun kilpailua vielä kuvataan, on yhteydenpito tiiviimpää niin laulajien kun tuotannonkin kesken, mutta kun ohjelma päättyy, se todella päättyy. Simoni kertoo, että *The Voice of Finlandin* tuotannossa pidetään huolta siitä, että kilpailijoilla on tiedossa yhteyshenkilö, johon halutessaan voi olla yhteydessä myös kilpailun päättymisen jälkeen. Samaan aikaan Simonin mukaan raja missä tuotannon vastuu päättyy ja laulajan oma vastuu hyvinvoinnistaan alkaa, on häilyvä. Luonnollisesti on tuotannon tehtävä olla jättämättä kilpailijaa aivan yksin asian kanssa, mutta samaan aikaan vain osallistuja itse voi lopulta käsitellä kokemansa asiat. Simoni myös painottaa, että tuotantoyhtiön ensisijainen tehtävä ja tulonlähde on lopulta kuitenkin televisio-ohjelmien tekeminen. *The Voice of Finlandin* kilpailijoille puhutaankin myös kuvausten vielä ollessa käynnissä siitä, kuinka kilpailun päättymisen jälkeen jokainen on lopulta omillaan ja vastaa omasta menestyksestään. Niin kuin moni valmentaja ja tuomarikin on sanonut, oikea työ alkaa vasta kilpailun jälkeen. (Simoni, haastattelu 5.2.2018.)

Olen huomannut, että erityisesti jälkihoidon ja -puinnin puitteissa kilpailijat ovat toisilleen ensisijaisen tärkeitä. Usein ohjelman aikana luodut ystävyysuhteet ja jaetut kokemukset voivat olla suurena apuna myös ohjelman jälkeisiä tunteita läpikäydessä. Jo aiemmin mainitsemassani *The Voice of Finlandin* omassa Facebook -ryhmässä kilpailijat ovatkin käyneetkin läpi myös putoamisen jälkeisiä tuntemuksia ja kokemuksia. Esimerkiksi tästä

syystä tulevalla kaudella myös *Idolsin* tuotannossa on päätetty perustaa samanlainen ryhmä kaikille koelauluista jatkoon päässeille.

Psykologi Laura Stenroosin mukaan eriävät tarpeet jälkihoidossa riippuvat ylipäätään ihmisen omasta kyvystä käsitellä pettymyksiä ja tunteita. Hän myös mainitsee urheilijoilla teetetyn tutkimuksen jossa menestyneimpiä eivät lopulta välttämättä olleetkaan ne absoluuttisesti parhaat suoriutujat vaan ne, jotka pettymyksistä ja epäonnistumisista huolimatta jaksoivat yrittää uudestaan. Stenroos näkee tämän pätevän myös esiintyjillä. Stenroos kuitenkin toivoo, että tuotannoissa panostettaisiin jälkihoitoon enemmän. Hänen mielestään olisi tärkeää, että kilpailijoilla ei tulisi hylätyksi tulemisen tai yksin jättämisen tunteita. Stenroos kertookin, että on huomannut jo pelkästään laulajille tarjotun tuen mahdollisuuden rauhoittaneen monia. Hän onkin ollut mukana tuotannoissa, joissa kilpailijoille on kerrottu, että he voivat soittaa Stenroosille psykologisen tuen tarpeessa putoamisensa jälkeen niin monta kertaa kuin on tarvetta tai tulla tapaamaan häntä. Kuitenkin lopulta hyvin harva soittaa. Usein ihmiselle riittää siis pelkkä tietoisuus siitä, että hän voi saada apua sitä tarvitessaan. (Stenroos, haastattelu 1.2.2018.)

Jälkihoidon ongelma on siis tasapainottelua sekä resurssien, tuotannon, että laulajan oman vastuun välillä. Siksi uskonkin, että mitä enemmän kilpailijoiden kanssa voidaan puhua mahdollisista tulevista pettymyksistä ja niiden käsittelystä, sitä vähemmän suuria yllätyksiä tulee. Tuotantoyhtiön olisi kuitenkin tärkeää ottaa ohjelman päättymisen jälkeenkkin osallistujiin jonkinlainen kontakti. Ovathan he lopulta kuitenkin olleet mahdollistamassa koko ohjelmanteon.

5.9 Leikattu ohjelma – totta vai tarua?

Tositelevisiota on sen synnystä lähtien kritisoitu siitä, että ohjelmissa tapahtumia dramatisoidaan, käsikirjoitetaan ja muunnellaan leikkauspöydällä. Dramatisointi on kuitenkin lajilleen hyvin tyypillistä, eikä siinä pyritäkään näyttämään tapahtumia mahdollisimman todellisessa valossa, kuten esimerkiksi dokumenteissa. Ohjelmien katsojatkin ymmärtävät, että esimerkiksi aikajaksoja käsittelemällä tapahtumien draamankaarta tehostetaan. Pohdinnoissa siitä, huijataanko katsojaa asettelemalla todelliset tapahtumat draamallisesti kantavaan muotoon, on katsojankin aliarvioimista vältettävä. Medialukutaidon yleistyttyä katsojan voi olettaa ymmärtävän dokumenttielokuvien sekä tositelevision olevan muokattu näkökulma maailmaan, ei suoraa todellisuutta (Aaltonen 2006, 231).

On kuitenkin tarkastelun arvoista, kuinka todellista kuvaa ohjelmiin osallistuvista kilpailijoista tai osallistujista näytetään, kuinka tätä kuvaa manipuloidaan ja miten se mahdollisesti esiintyjiin vaikuttaa. Vaikka katsoja ymmärtääkin tositelevision luonteen, on niissä esiintyvistä ihmisistä luotu kuva, sen todenmukaisuus ja sen vaikutukset vahvasti tekijän käsissä.

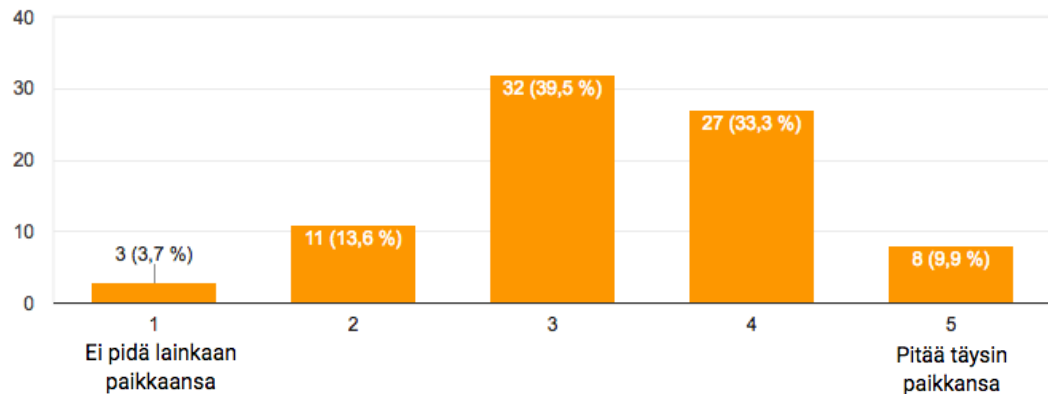
Siksi aiheeseen liittyy myös paljon eettisiä kysymyksiä. Elokuvatutkija Jay Ruby esimerkiksi näkee, että dokumenttielokuvasta ja sen teosta tulee eettisempää, jos siinä älykkään refleksiivisyyden kautta näytetään katsojalle, että osa tapahtumista on järjestettyä ja manipuloitua, eikä siinä edes pyritä näyttämään katsojalle kaikkea totena, jos se sitä ei ole. Ruby pitää tällaista refleksiivisyyttä jopa moraalisen kannanottona. (Ruby 2000, 148, Aaltosen 2006, 230 mukaan.)

Kuten aiemmin tutkimuksessani mainitsin, laulajia profiloidaan ohjelmassa tietyn tyyppiseksi ”hahmoiksi” ja heistä korostetaan tiettyjä puolia ja ominaisuuksia. Jokainen ihminen on monipuolinen kokonaisuus, mutta kykykilpailuissa ja tositelevisiossa osallistujista usein korostetaan tiettyjä asioita ja luodaan niin sanottuja arkkityyppejä, ja jopa vastapareja. Näitä ominaisuuksia korostetaan myös ohjelman leikkauksessa sekä haastattelukysymyksien asettelussa. Luonnollisesti kilpailijoiden kehityskaarta ja monipuolisuutta laajennetaan loppua kohden, mutta erityisesti kilpailujen alkupäässä ohjelmissa esitellään selkeitä, yksinkertaistettuja hahmoja. Noin kolmannes kyselytutkimukseen vastanneista kokikin, että haastatteluissa kysytyt kysymykset olivat ohjailevia. Tämä ei toki automaattisesti tarkoita sitä, että tätä olisi koettu negatiivisena asiana, vaikka varmasti osan kohdalla näinkin on.

Kyselyyn vastanneista kykykilpailuihin osallistuneista 35 % oli sitä mieltä, että ohjelma oli ulos tullessaan melko totuudenmukainen. Toiset 35 % olivat toista mieltä, ja loput 30 % taas jäivät vastauksineen ääripäiden välimaastoon. Kuitenkin yli 40 % vastaajista koki, että heistä luotu kuva ohjelmassa oli joko melko tai erittäin totuudenmukainen. Vain alle 5 % vastasi, ettei kuva ollut lainkaan totuudenmukainen. (Kuvio 4.)

Ulos tullessa ohjelmassa minusta luotu kuva oli totuudenmukainen

81 vastausta



Kuvio 4. Kilpailijakysely.

Kuten tuottajat yleensä, on myös tuottaja Saija Simoni tiiviisti mukana *The Voice of Finlandin* editointivaiheessa muun muassa käsikirjoittajan kanssa. Leikkauspöydällä ohjelma luodaan muotoon, jollaisena se tulee televisiosta ulos katsojille. Simoni kertookin, että erityisesti kilpailussa jossa laulajia on loppuun saakka melko paljon, on laulajakohdainen ohjelma-aika suhteessa hyvin lyhyt. Tämä johtaa siihen, että haastatteluista ja muista kuvausten tapahtumista on mahdollista muodostaa hyvinkin erilaisia lopputuloksia. Simoni kuitenkin painottaa, että *The Voice of Finlandin* sekä jopa koko *Banijay Finland* -tuotantoyhtiön linjaus on se, että osallistujia kohdellaan hyvin ja heistä pyritään nostamaan esille heidän hyviä puoliaan. Positiivinen kulma on myös *TVOF:n* formaatille ominainen ja Simonin mielestä kykykilpailut myös yleisesti korostavat positiivisuutta enemmän kuin ennen. Esimerkkinä hän mainitsee juurikin *Idolsin*, jonka uusin kausi oli huomattavasti kiltimpi edeltäjiinsä verraten. (Simoni, haastattelu 5.2.2018.)

Simoni kertoo kuitenkin editissä eli ohjelman leikkaamossa törmäävänsä tilanteisiin, joissa työryhmä joutuu pohtimaan, onko tietty tapa leikata ohjelma eettisen koodiston mukaista. Laulajat saattavat kertoa itsestään hyvinkin henkilökohtaisia asioita haastatteluissa, ja Simonin mielestä negatiivisen ja positiivisen kuvan ero saattaa joissain tapauksissa olla hiuksenhieno. Simoni kertoo leikkausryhmän usein pohtivan, voiko myös laulaja seisoa ohjelman takana haastatteluineen päivineen, kun ohjelma tulee ulos yli puolelle miljoonalle katsojalle. Simonin mukaan tilanteissa joissa ryhmä joutuu miettimään, onko jokin asia tai tapahtuma ohjelmassa eettisesti hyväksyttävä, on useimmiten intuitio oikeassa ja ohjelman kohtausta muutetaan. (Simoni, haastattelu 5.2.2018.)

Vaikka tositelevisiota käsikirjoitetaankin ja ohjelmaa editoinnin avulla dramatisoidaan ja todellisuutta muokataan, ei suomessa kilpailijoille kuitenkaan ole tapana laittaa sanoja suuhun, eli suoraan sanella mitä heidän tulisi kameralle sanoa. Kun kyseessä ei ole ammattiesiintyjät tai näyttelijät, olisi tämä käytännön tasolla usein jopa mahdotonta (Aaltonen 2006, 170). Tämä auttaakin myös aiheen eettisissä pohdinnoissa, sillä kilpailijoiden ei ole pakko puhua mistään, mistä he eivät halua. Usein tuntuukin, että kilpailijat ovat enemmän huolissaan siitä, kuinka haastattelu leikataan, jos he ovat joko takellelleet sanoissaan tai muotoilleet osan lauseista kummallisesti. Haastatteluiden suhteen olen kuullutkin enemmän positiivia yllätyksiä laulajien puolelta, jossa haastattelusta on jäänyt olo, ettei ole sanonut mitään järkevää, mutta ohjelmassa haastattelu vaikuttaakin järkevältä editoinnin ansiosta.

Tekijän valta ja vastuu on kuitenkin suuri suhteessa osallistajaan. Osallistaja päättää mitä kertoo ja mitä ei, mutta lopullinen kuva ihmisestä ja tapahtumista muodostetaan kuitenkin ohjelman editointivaiheessa. Aaltosen kirjassaan haastattelema ohjaaja Virpi Suutari sanookin, että tekijällä on ”viime kädessä valta tuottaa mielikuvia ja kuvia tän ihmisen elämästä ja vaikuttaa tän ihmisen elämään” (Aaltonen 2006, 189).

Tositelevision tekijä saattaa siis toisinaan joutua ristiriidan keskelle, jossa sisällöllisesti ohjelmalle mahdollisesti parempaa ja viihdyttävämpää olisi näyttää osallistujasta jokin asia, joka ei kuitenkaan aseta osallistujaa hyvään valoon. Kuten Simoni haastattelussaan kertoo, pyritään kykykilpailuissa kuitenkin yleensä siihen, että myös osallistuja voisi allekirjoittaa ohjelmassa näytetyt asiat (Simoni, haastattelu 5.2.2018). Psykologi Laura Stenroosin mukaan ihminen yleensä reagoi voimakkaimmin positiivisiin kokemuksiin, kuviin ja onnistumisiin myös televisiota katsoessaan (Stenroos, haastattelu 1.2.2018). Kuitenkin jokainen, joka tositelevisio-ohjelmien kirjoa on seurannut, tietää monen ohjelman nojaavan myös aivan toisenlaisiin teemoihin. Tapahtumia on vahvasti manipuloitu, eikä näytä osallistujia juurikaan positiivisessa valossa.

5.10 Kykykilpailuiden ja tositelevisio-ohjelmien muutos ja murros

Tosi tv:n attraktiivisuuden taustalta löytyvät tekijät ovat hyvin monimuotoisia. Niihin voidaan sisällyttää niin tirkistelyn halu, samastumisen tarve kuin kaipuu yhteisöllisyyden kokemukseenkin (Laaninen 2006).

Seikka, mitä mielestäni ei sovi unohtaa osallistujien kohtelemisessa kykykilpailuissa on se, kuinka ohjelmat ovat vuosien aikana muuttuneet. Kuten aiemmin todettu, vastasi *The Voice of Finland* osaltaan positiivisemmän otteen ohjelmatarpeeseen (Simoni, haastattelu 5.2.2018). Myös *Idolsin* uusi tuleminen vuonna 2017 oli selkeä askel positiivisempaan suuntaan osallistujien näkökulmasta ja heidän saamaansa kritiikkiin nähden. Kahdeksannen kauden ulos tullessa myös monet mediat kirjoittivat aiheesta (Koppinen 2017; Liukkonen 2017).

Erityisesti *Idolsin* ensimmäisillä kausilla kritisoitiin paljon sitä, kuinka nuoriakin tai jopa tilannetta ymmärtämättömiä kokelaita ”tylytettiin” kovin sanakääntein tuomareiden toimesta. Tämä tyyppisen television ei kuitenkaan enää uskota menestyvän, vaan monet ohjelmat tuntuvat pehmentävän kulmiaan (Simoni, haastattelu 5.2.2018; Stenroos, haastattelu 1.2.2018).

Televisio suurena ja vaikuttavana medianä, siinä missä muukin media, heijastelee yhteiskuntaamme ja sen arvoja (Croteau, Hoynes, Milan 2012). Tulehtunut yhteiskuntamme keskusteluilimasto #metoo -kohuineen sekä kiusaamisen vastaisine kampanjoineen ehkä tarvitseekin nyt ennen kaikkea kevyttä ohjelmistoa. Myös maailmanlaajuisesti ohjelmien kanssa työskentelevä Foreman allekirjoittaa tämän ja kertookin esimerkiksi *Idolsin* formaatin painottuvan nykyaikana keveyteen ja katsojien viihdyttämiseen ilman tylytys- tai shokkiaspekteja (Foreman, workshop 26.3.2018). Ehkä kykykilpailuiden taika ja suosio tänä päivänä onkin juuri tässä.

Kuitenkin uusimman *Idols* kauden yhdeksi tuomariksi on pestattu tylyydestään tunnettu Jone Nikula (Juuti 2018). Monet katsojat ovatkin riemuinneet sosiaalisessa mediassa siitä, että tuomaristoon saadaan ihminen, jolla ei ole tarvetta olla kaikille ystävällinen. Samaan aikaan tuntuu, että osassa tositelevisio-ohjelmia mennään aina vaan paljastavampaan ja provosoivampaan suuntaan. Onkin kiinnostavaa nähdä, mihin suuntaan media- ja erityisesti tositelevisio- ja kykykilpailukenttä seuraavaksi kääntyy yhteiskunnallisen tilan ja televisionkatsojien uutuudennälän ristitulella. Ristiriitaa kun näiden välillä ei välttämättä tarvitse olla.

6 Yhteenveto

Lähtiessäni tutkimaan kilpailijoiden kokemuksia ja viihteentekijän etiikkaa osasin jo aavistaa, etten tule tutkimuksessani päätymään yhteen absoluuttiseen lopputulokseen. Tutkimuksen lopputuloksen voisikin sanoa olevan, että ihmiset ovat erilaisia ja kokevat asioita sekä tilanteita hyvin eri tavalla. Koettaessani kyselytutkimuksen analyysissa löytää johdonmukaisuuksia ja eroavaisuuksia esimerkiksi miesten ja naisten, eri ikäryhmien tai eri kausille osallistuneiden vastausten välillä, en kyennyt niitä tarpeeksi vahvasti todentamaan. Olikin merkittävää huomata, kuinka kaksi samaan ohjelmaan, samalle kaudelle osallistunutta, samaa sukupuolta olevaa ja samaa ikäryhmää edustavaa henkilöä saattoi vastata kyselyyn hyvin erilaisin tuloksin. Myös haastattelemani psykologi Laura Stenroos painotti ihmisten erilaisuutta esimerkiksi paineen- tai pettymystensietokyvyssä. Nämä asiat luonnollisesti tekevät osallistujien kokemuksista kilpailuissa hyvin erilaisia.

Haastatteluissa sekä kyselytutkimuksen tuloksissa tuli ilmi, että sekä tekijät että osallistujat kokevat tuotantoyhtiöllä olevan jonkinlaisia moraalisia velvoitteita ohjelmien osallistujia kohtaan. Eettisiä kysymyksiä pohditaan tuotannon puolella niin alkuvaiheen castingissa, kuin ohjelman leikkausvaiheessakin. Ulos tuleva ohjelma pyritään muodostamaan sellaiseksi, että osallistuja pystyy siitä itsensä tunnistamaan ja sen allekirjoittamaan.

Osallistujan olisi kuitenkin myös ymmärrettävä, mihin hän lähtee mukaan. Viihdeohjelman tekoon ja sen luonteeseen kuuluu useita puolia, joihin laulaja ei juuri muualla musiikkimaailmassa tai elämässään törmää. Tuotantoyhtiön ensisijainen tehtävä kuitenkin on tuottaa viihdyttävää ohjelmasisältöä televisiokatsojille. Uskonkin, että mitä enemmän osallistujat tietäisivät jo alkumetreiltä lähtien mitä ohjelmissa tehdään ja miksi, olisi väärinymmärrysten riski pienempi.

Kyselystä merkittävimmiten kehittämiskohdiksi tuotannoille nousi niin sanottu jälkihoito, tarve suurempaan psyykkiseen tukeen sekä avuntarve julkisuuden ja sosiaalisen median kohtaamisessa. Näistä kaikista kehittämistarpeista haastavan tekee kuitenkin se, että niistä jokainen tavalla tai toiselta liittyy enemmän tuotannon ulkopuoliseen elämään kuin itse ohjelman tuotantoon. Tutkimuksessa nousikin ilmi, että niin tekijöiden kuin osallistujienkin on ajoittain haastavaa määrittää ohjelman ja siihen osallisina olevien rajoja ja vastuita. Selvää tästä huolimatta on, että tuotantoyhtiöllä on vastuullaan oikeita ihmisiä, jotka ohjelman myötä tulevat elämässään kohtaamaan uudenlaisia asioita ja tunteita.

Onkin asioita, joita tuotantoyhtiö voisi tahollaan kehittää laulajien kohteluun liittyen ja siten olla vaikuttamassa heidän kilpailusta saamaansa kokemukseen. Se, että osallistujille jää tuotannosta hyvä maku, on tärkeää myös ohjelman jatkon kannalta. Kokemukseni mukaan pudonneet kilpailijat on pyritty ottamaan huomioon case-ohjelmissa mahdollisimman hyvin, mutta kyselyn mukaan tarve jonkinlaiselle järjestetylle jälkipyykille laulajien osalta olisi. Itse en koe, että tämän lopulta tarvitsisi olla kovinkaan massiivista, vaan lähinnä laulajilla tulisi olla tieto siitä, että heillä on joku jota tarpeen tullen kontaktoida myös putoamisensa jälkeen. Myös suuremman henkisen tuen tarpeeseen tulisi mielestäni vastata ja olisikin tärkeää, että psykologian ammattilainen olisi joko koko tuotannon ajan, tai edes osan siitä, kilpailijoiden käytävissä. Sillä vaikka jokainen osallistuja kokee kilpailun yksilöllisesti, vastasi suurin osa prosessin olleen henkisesti kuormittava. Samanaikaisesti jokaisen osallistujan olisi myös pohdittava ennen kilpailuun lähtemistään, onko hänellä tarpeeksi henkisiä resursseja kulkea läpi tuotannon, mahdollisesti finaaliin asti.

Tutkimuksessani huomasinkin sekä kilpailijoiden, tuottajan, että kilpailuissa toimivan psykologin ajatusten ja odotusten osittain eroavan toisistaan erityisesti suurimmissa kehittämisalueissa. Kommunikaatio olisikin ratkaisevan tärkeää kaikkien tahojen välillä, kuten missä tahansa erilaisten ihmisten välisissä yhteistöissä.

Koen, että olisin voinut jatkaa ja laajentaa tutkimusta loputtomiin. Jatkotutkimuksena voisi selvittää useamman tuottajan ajatuksia viihteen etiikasta sekä haastatella osallistujia vielä syväluotaavammin. Olisi myös kiinnostavaa tutkia, minkälaiset psykologiset ominaisuudet vaikuttavat kilpailijoiden erilaisiin kokemuksiin osallistumisestaan. Aiheesta voisi tehdä myös seurantatutkimuksen muutamaa osallistujaa koskien yhden kauden läpi ja tutkia heidän kokemuksiaan koko tuotantoprosessin ajalta.

Opinnäytetyöhöni kyselytutkimukseen vastasi 81 laulajaa ja haastatteluihini vastasi alojensa ammattilaiset. Tässä mielessä sen luotettavuus on hyvä. Kuitenkin vasta kirjoittaessani huomasin, kuinka erityisesti kyselyn analyysia olisi ollut helpompaa tehdä, jos jotkin asiat siinä olisi kysytty vielä yksityiskohtaisemmin. Koen kuitenkin onnistuneeni myös tutkimusosiossani melko hyvin ja saaneeni vastauksia kysymyksiin joihin niitä toivoinkin.

Kykykilpailut ovat viime aikoina muuttuneet luonteeltaan positiivisempaan suuntaan, ja toivon tämän kehityksen ulottuvan myös muille tositelevision alueille. Tästä onkin jo positiivisia esimerkkejä nähtävissä. Tuotantoyhtiöt tulevat varmasti tulevaisuudessakin kohtaamaan haasteita viihdyttävän sisällöntuotannon sekä moraalisten kysymysten välillä tasapainotellessaan. Onneksi ei ole poissuljettua tehdä ohjelmia, jotka ovat samanaikaisesti viihdyttäviä sekä jokaisen osallistujan ihmisarvoa ja henkilökohtaista elämää kunnioittavia.

Lähteet

Croteau, David; Hoynes, William; Milan, Stefania (2012). *Media Society – Industries, Images, and Audiences*. Fourth Edition. Los Angeles: Sage.

Aaltonen, Jouko (2006). *Todellisuuden vangit vapauden valtakunnassa – Dokumenttielokuva ja sen tekoprosessi*. Helsinki: Like, 21–22; 81–82; 101; 127; 144; 170; 189; 195–196; 203; 212; 220; 230–231; 238–239.

Hario, Olga (2017). *Rajat ylittävää realityä - Ulkomaisen realityformaatin lokalisointi Suomessa*. Opinnäytetyö. Elokuva ja televisio, käsikirjoittaminen. Metropolia Ammattikorkeakoulu. [verkkojulkaisu]. Saatavuus: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/123411/Hario_Olga.pdf?sequence=1&isAllowed=y (luettu 10.4.2018).

Hautakangas, Mikko (2007). *Vertaismelodraamaa taviksista taviksille. Katsaus suomalaisen todellisuustelevisioon historiaan*. Teoksessa Wiio, Juhani (toim.): *Televisio viisi vuosikymmentä. Suomalainen televisio ja sen ohjelmat 1950-luvulta nykyaikaan*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, 384–402.

Juuti, Mikko (2018). *Tässä ovat uudet Idols -tuomarit – koko raati uusiksi*. Ilta-Sanomat. [verkkoartikkeli]. Saatavuus: <https://www.is.fi/viihde/art-2000005618498.html> (luettu 15.3.2018).

Jämsén, Elina (2011). *Muusikkojen Liitto uhkaa Universal Musicia oikeustoimilla*. Yle Uutiset. [verkkoartikkeli]. Saatavuus: <https://yle.fi/uutiset/3-5433068> (luettu 28.2.2018).

Koppinen, Mari (2017). *Idolissa alkoi uusi, positiivinen Antti Tuiskun aika – jatkon voi päästä laulutaidonkin, kunhan on persoonallinen*. Helsingin Sanomat. [verkkoartikkeli]. Saatavuus: <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000005369513.html> (luettu 15.3.2018).

Korhonen, Timo (2013). *Hyvän reunalla – Dokumenttielokuva ja välittämisen etiikka*. Väitöskirja. Median laitos. Helsinki: Aalto-yliopiston Taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu, 14; 17; 16.

Laaninen, Anna (2006). *Kuka katsoo ketä? Näkökulmia tosi-tv:n attraktiivisuuteen*. Pro gradu -tutkielma. Tiedotusopin laitos, mediakulttuuri. Tampereen Yliopisto. [verkkojulkaisu]. Saatavuus: <https://tampub.uta.fi/bitstream/handle/10024/93636/gradu01201.pdf?sequence=1> (luettu 30.3.2018).

Liukkonen, Onnimanni (2017). *Onnistuuko Idolsin comeback? Näin ohjelma on muuttunut 14 vuodessa*. Aamulehti. [verkkoartikkeli]. Saatavuus: https://www.aamulehti.fi/viihde/onnistuuko-idolsin-comeback-nain-ohjelma-on-muuttunut-14-vuodessa-200387923?utm_source=leiki&utm_medium=ilta-lehti&utm_campaign=kontekstuaalinen&_ga=2.74600725.605591561.1522065090-1096529577.1517478951 (luettu 15.3.2018).

LVM (2015). *Tositelevisio hallitsee yhä selvemmin tv-tarjontaa*. Liikenne- ja viestintäministeriö. [verkkosivu]. Saatavuus: <https://www.lvm.fi/-/tositelevisio-hallitsee-yha-selvemmin-tv-tarjontaa-795771> (luettu 20.2.2018).

MOTV (2007). *Mittaaminen: Muuttujien ominaisuudet*. Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tietoarkisto. [verkkosivu] Saatavuus: <http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/mittaaminen/ominaisuudet.html> (luettu 12.4.2018).

Nikkinen, Are ja Vacklin, Anders (2012). *Television runousoppia – Toisenlainen katse tv-ohjelmiin*. Helsinki: Like, 304–305.

Näre, Sari ja Oksanen, Atte (2006). *Elämää ruudulla: tosi-tv moraalibrändinä*. Teoksessa Lehtimäki, Hanna ja Suoranta, Juha (toim.): *Kasvattajan brändikirja*. Helsinki: Finn Lectura, 149–159.

Pietarinen, Juhani (2015). *Etiikka*. Filosofia.fi – Portti filosofiaan. [verkkotietopankki]. Saatavuus: <http://filosofia.fi/node/6985#Etiikka%20ja%20moraali> (luettu: 16.3.2018).

Ruby, Jay (2000). *Picturing Culture – Explorations of Film and Anthropology*. Chicago: The University of Chicago Press, 141.

Seppänen, Janne ja Väliverronen, Esa (2013). *Mediayhteiskunta*. Tampere: Vastapaino, 149–150.

Talpa (2018). *The Voice*. [verkkosivu]. Saatavuus: <https://www.talpa.tv/TheVoice> (luettu 15.2.2018).

Talvio, Anna-Maria (2011). *Suomi on muusikoiden reality-ohjelmiasopimusten edelläkävijä*. Rytmi. [verkkoartikkeli]. Saatavuus: <http://www.rytmi.com/suomi-on-muusikoiden-reality-ohjelmiasopimusten-edellakavija-13488/> (luettu 28.2.2018).

Tangomarkkinat (2018). *Historia – Tangomarkkinat*. [verkkosivu]. Saatavuus: <http://www.tangomarkkinat.fi/historia/> (luettu 15.2.2018).

Vilka, Hanna (2015). *Tutki ja kehitä*. Jyväskylä: PS-kustannus, 124.

Yle (2015). *Yleisradio Oy:n yhtiöjärjestys*. [verkkosivu]. Yle. Saatavuus: <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2015/01/11/ylen-yhtiojarjestys> (luettu: 27.3.2018).

Wikipedia (2018a). *Idol (franchise)*. [verkkosivu]. Saatavuus: [https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Idol_\(franchise\)&oldid=835421973](https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Idol_(franchise)&oldid=835421973) (luettu 15.2.2018).

Wikipedia (2018b). *Idols*. [verkkosivu]. Saatavuus: <https://fi.wikipedia.org/w/index.php?title=Idols&oldid=17184673> (luettu 15.2.2018).

Wikipedia (2018c). *The Voice (TV series)*. [verkkosivu]. Saatavuus: [https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=The_Voice_\(franchise\)&oldid=835621995](https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=The_Voice_(franchise)&oldid=835621995) (luettu 15.2.2018).

Haastattelut & workshop:

Foreman, Michelle (2018). Global Content Exec. Idols työryhmän workshop 26.3.2018.

Simoni, Saija (2018). The Voice of Finlandin tuottaja. Banijay Finland Oy. Haastattelu: 5.2.2018.

Stenroos, Laura (2018). Psykologi ja psykoterapeutti. Haastattelu: 1.2.2018.

Liite 1. Haastattelukysymykset – tuottaja Saija Simoni

- Kerro kuka olet ja mitä teet?
- Mitä ohjelmia olet tehnyt?
- Onko kyky- tai laulukilpailuissa erityispiirteitä tuottajan työtä ajatellen?
- Minkälaiset ihmiset hakevat kilpailuihin?
- Onko Banijay Finlandissa jonkinlaisia kirjattuja tai kirjaamattomia eettistä koodistoa tai sääntöjä?
- Tuotantoyhtiön tehtävä on ensisijaisesti tuottaa viihdettä. Ovatko laulajat vain niin sanotusti ”osa systeemiä”, välineitä viihteelle?
- Tuleeko ohjelman editissä koskaan eettisiä ongelmia?
- Kuka lopulliset päätökset ohjelmaan päätyvästä materiaalista tekee?
- Miten pidät konkreettisesti huolta siitä, että työntekijöilläsi sekä kilpailijoilla on tuotannoissasi hyvä olla?
- Käytkö työryhmän ja valmentajien kanssa läpi sitä, miten kilpailijoita tulisi kohdella?
- Ohjeistaako formaattiraamattu tähän?
- Kuinka paljon kilpailijoita pitäisi mielestäsi informoida siitä, miten televisio-ohjelmia tehdään?
- Ymmärtääkö osallistujat nykypäivänä paremmin mistä on kyse?
- Minkälaisia henkisiä ja fyysisiä resursseja kilpailijoilla pitäisi olla itsellään kykykilpailuun osallistuessaan?
- Miten sosiaalisen median osallisuus ja vaikutus huomioidaan kilpailijoiden informoimisessa tai valmentamisessa?
- Miksi sopimukset koetaan joka vuosi jonkun tai joidenkin osallistujien osalta kohutuuttomiksi? Millaiset sopimukset kilpailuun allekirjoitetaan?
- Voiko ihminen todella rakentaa osan identiteetistään laulukilpailussa ja sen aikana?
- Minkälaisen vastuun tämä tuo tuotantotiimille?
- Minkälaisen vastuun tämä tuo musiikkitiimille jotka usein päättävät kappaleet joita ohjelmassa esitetään?
- Kuinka paljon ohjelman castingissa pohditaan, onko hakijalla henkisiä resursseja osallistua kilpailuun?
- Mistä johtuu, että The Voice of Finlandissa ei käytetä psykologiaa?
- Miten ohjelman päättymisen jälkeinen jälkihoito laulajille on järjestetty The Voice of Finlandissa?
- Miten laulajilla usein syntyvää ohjelman päättymisen jälkeistä ”krapulaa” voisi loiventaa? Vai onko se tarpeen?
- Onko jotakin, mitä tuotantoyhtiöiden olisi mielestäsi hyvä ajatella tai tehdä toisin koskien ohjelmien teon eettisyyttä? Erityisesti kykykilpailuissa?
- Mistä mielestäsi johtuu tuomareiden käytöksen ja ohjelmien hengen muutos? Vrt. esimerkiksi Idols ennen ja nyt.
- Liittyykö muutokseen mielestäsi yhteiskunnallista muutosta?
- Mistä johtuu, että kykykilpailuista ei nouse enää niin paljoa tähtiä ja tulevaisuuden artisteja kuin ennen?
- Onko ”tähteys” enää se asia mitä ohjelmalta odotetaan? Edes laulajien puolelta?

Liite 2. Haastattelukysymykset – psykologi Laura Stenroos

- Kerro kuka olet ja mitä teet?
- Oletko tehnyt muita kykykilpailuita kuin Idolsia?
- Oletko työskennellyt eri tuotantoyhtiöissä?
- Mitä eroja työssäsi on Big Brotherissa ja Idolsissa työskennellessäsi?
- Mihin sinua tuotannoissa tarvitaan?
- Minkälaiset ihmiset hakevat kilpailuihin?
- Uskotko että ihminen voi taktikoida ja vetää ns. "roolia" koko kilpailun ajan?
- Miksi joku saattaa ottaa kilpailusta putoamisen hyvin raskaasti ja toinen taas ei?
- Suositteletko kykykilpailuihin osallistumista nuorelle?
- Mitä on mielestäsi viihteen etiikka? Onko sitä?
- Onko tositelevisio, jossa manipuloidaan todellisuutta, eettistä?
- Tietävätkö ihmiset mihin he lähtevät osallistuessaan ohjelmaan?
- Miten mahdollinen avoimuus ja läpinäkyvyys tuotannon puolelta vaikuttaa kilpailijoihin ja tuotantoon?
- Ovatko tuotannot nykyään läpinäkyvimpiä kuin ennen?
- Mitä toivoisit, että tuotannoissa tehtäisiin toisin ajatellen kilpailijoiden henkistä hyvinvointia?
- Mitä ohjelmanteon jälkeinen "jälkityö" sinun työssäsi tarkoittaa?
- Voiko ihminen todella rakentaa osan identiteetistään laulukilpailussa ja sen aikana?
- Pitäisikö psykologin olla osana tiimiä jo casting -vaiheessa?
- Onko ohjelmien ikäraja, 16 vuotta, liian matala?
- Mistä mielestäsi johtuu tuomareiden käytöksen ja ohjelmien hengen muutos? Vrt. esimerkiksi Idols ennen ja nyt.
- Liittyykö muutokseen mielestäsi yhteiskunnallista muutosta?
- Miten kilpailijoita tulisi valmistaa julkisuuteen ja sosiaalisen median käsittelyyn?
- Miksi nykyään ohjelmista ei enää nouse tähtiä?
- Ovatko kilpailijat kulutustavaraa? Miten tämä vaikuttaa kilpailijoihin?
- Haluavatko nuoret tänä päivänä olla "julkkiksia"?

Liite 3. Kyselykaavake kilpailijoille – kysymykset

Kysely toteutettu Google Forms -sovelluksella

Otsikko:

Kilpailijan kokemus televisiolaulukilpailussa -kysely

Saate:

Täytähän lomakkeen huolellisesti. Kyselyn täyttöön kuluu noin 10 minuuttia. Kysely on anonyymi ja sen tuloksia käytetään Nelli Uurtimon opinnäytetyön tutkimusmateriaalina. Työ toteutetaan Metropolia Ammattikorkeakoulun Elokuvan ja television tutkinto-ohjelman päättötyönä.

Voit vastata kyselyyn, jos olet ottanut osaa joko Idolsiin tai The Voice of Finland -laulukilpailuun. Kyselyn vastausaika on 30.1.-9.2.2018, jonka jälkeen kysely sulkeutuu. Kiitos ajastasi!

Perustiedot:

1. Syntymävuosi
2. Sukupuoli
 - Nainen
 - Mies
 - Muu
3. Mihin kilpailuun olet osallistunut?
 - Idols
 - The Voice of Finland
4. Mille kaudelle osallistuit?
5. Jos olet osallistunut molempiin kilpailuihin tai useammalle kaudelle, kirjaa tähän minkä ohjelman tai kauden kokemusten perusteella tähän kyselyyn vastaat. Voit halutessasi täyttää useamman lomakkeen.
6. Mihin vaiheeseen asti etenit kilpailussa?

Monivalinta osa 1 – Tuotantoryhmän tuki & kokemus yleisesti:

7. Sain ohjelman tuotantoryhmältä tarvitsemaani henkistä tukea kilpailun aikana
 - Ei pidä lainkaan paikkaansa – Pitää täysin paikkansa (asteikolla 1–5)
8. Tuotantoryhmä välitti aidosti hyvinvoinnistani kilpailun aikana
 - Ei pidä lainkaan paikkaansa – Pitää täysin paikkansa (asteikolla 1–5)
9. Kilpailun päättymisen jälkeen sain tarvitsemaani tukea tuotantoryhmältä
 - Ei pidä lainkaan paikkaansa – Pitää täysin paikkansa (asteikolla 1–5)
10. Koin kilpailuun osallistumisen henkisesti kuormittavaksi
 - En lainkaan – Erittäin paljon (asteikolla 1–5)
11. Tuotantoyhtiö tarjosi kilpailijoille psykologin tai terapeutin palveluita ohjelman teon aikana
 - Kyllä
 - Ei
12. Jos vastasit KYLLÄ, käytitkö sinulle tarjottuja palveluita?
 - Kyllä
 - Ei

13. Jos vastasit EI, olisitko kaivannut psykologin tai terapeutin palveluita kilpailun aikana?
- Kyllä
 - Ei

Monivalinta osa 2 – Kanssakilpailijoiden ja tuomareiden tai valmentajien tuki:

14. Tuomarit tai valmentajat osallistuivat kilpailijoiden tukemiseen ohjelmassa
- Ei pidä lainkaan paikkaansa – Pitää täysin paikkansa (asteikolla 1–5)
15. Tuomareiden tai valmentajien ohjelman aikana antama palaute oli minulle
- Ei lainkaan merkittävää – Erittäin merkittävää (asteikolla 1–5)
16. Olen ollut yhteydessä tuomareihin tai valmentajiin osallistumiseni jälkeen
- Ei pidä lainkaan paikkaansa – Pitää täysin paikkansa (asteikolla 1–5)
17. Kanssakilpailijoideni tuella oli positiivinen vaikutus henkiseen jaksamiseen kilpailun aikana
- Ei pidä lainkaan paikkaansa – Pitää täysin paikkansa (asteikolla 1–5)
18. Olen ollut yhteydessä kanssakilpailijoihini kilpailuun osallistumiseni jälkeen
- Ei pidä lainkaan paikkaansa – Pitää täysin paikkansa (asteikolla 1–5)

Monivalinta osa 3 – Sosiaalinen media ja julkisuus:

19. Sain tuotantoryhmältä tietoa ja koulutusta kilpailusta seuraavaa julkisuutta varten
- En lainkaan – Erittäin paljon (asteikolla 1–5)
20. Luin itseeni liittyviä kommentteja sosiaalisessa mediassa ohjelman aikana
- Kyllä
 - Ei
21. Jos vastasit edelliseen kysymykseen KYLLÄ, oliko kommentteilla sinuun
- Enimmäkseen positiivinen vaikutus
 - Enimmäkseen negatiivinen vaikutus
 - Ei juurikaan vaikutusta

Monivalinta osa 4 – Kilpailijasopimus:

22. Luin kilpailijasopimuksen huolellisesti läpi ennen sen allekirjoittamista
- Ei pidä lainkaan paikkaansa – Pitää täysin paikkansa (asteikolla 1–5)
23. Ymmärsin, mitä kilpailijasopimuksessa sanottiin ja mihin sitouduin allekirjoittamalla sen
- Ei pidä lainkaan paikkaansa – Pitää täysin paikkansa (asteikolla 1–5)
24. Tiesin tuotantoyhtiöstä tai levy-yhtiöstä henkilön, jolle kohdistaa kysymykset sopimuksen sisällöstä
- Kyllä
 - Ei
25. Kilpailijasopimus oli mielestäni asiallinen
- Ei pidä lainkaan paikkaansa – Pitää täysin paikkansa (asteikolla 1–5)
26. Voit halutessasi perustella vastauksesi (avoin kysymys)

Monivalinta osa 5 – Ohjelman sisältö ja tuotannon jälkeinen aika:

27. Ohjelma oli kokonaisuudessaan televisiosta ulos tullessaan totuudenmukainen
 - Ei pidä lainkaan paikkaansa – Pitää täysin paikkansa (asteikolla 1–5)
28. Koin ohjelman haastatteluissa kysymykset ohjaileviksi
 - Ei pidä lainkaan paikkaansa – Pitää täysin paikkansa (asteikolla 1–5)
29. Ulos tullessa ohjelmassa minusta luotu kuva oli totuudenmukainen
 - Ei pidä lainkaan paikkaansa – Pitää täysin paikkansa (asteikolla 1–5)
30. Käsitykseni omasta artistiuudestani ja ”brändistäni” kehittyi ohjelman aikana
 - Ei pidä lainkaan paikkaansa – Pitää täysin paikkansa (asteikolla 1–5)
31. Ohjelmaan osallistumisella oli musiikkiuralleni positiivinen vaikutus
 - Ei pidä lainkaan paikkaansa – Pitää täysin paikkansa (asteikolla 1–5)
32. Olen tyytyväinen, että otin osaa kilpailuun
 - Ei pidä lainkaan paikkaansa – Pitää täysin paikkansa (asteikolla 1–5)
33. Perustele edellinen vastauksesi lyhyesti (avoin kysymys)
34. Suosittelet kilpailuun osallistumista tutulle laulajalle
 - Erittäin epätodennäköisesti – Erittäin todennäköisesti (asteikolla 1–5)

Avoimet kysymykset:

35. Miksi lähdit mukaan kilpailuun?
36. Onko jotakin, mitä olisit toivonut ohjelman työryhmän tekevän toisin?
37. Onko sinulla parannusehdotuksia kilpailuja toteuttaville tuotantoyhtiöille koskien kilpailijoiden hyvinvointia ja kohtelua?
38. Minkä kokonaisarvosanan antaisit kokemuksellesi kilpailussa?
 - Erittäin huono kokemus – Erittäin hyvä kokemus (asteikolla 1–5)