

ePOOKI

OULUN AMMATTIKORKEAKOULUN TUTKIMUS- JA KEHITYSTYÖN JULKAISUT ISSN 1798-2022

ePooki 31/2019

Iltapäivälehtien viihdemyllyssä pyörii kierrätysmateriaali

Korkala Antti, Palokangas Teemu

24.5.2019 ::

Journalismia kritisoidaan viihteellistymisestä, mutta varsinaista viihdejournalismia on tutkittu varsin vähän. Viestinnän opinnäytetutkielmassa tarkasteltiin, mitä viihdeuutiset oikeastaan pitävät sisällään. Tutkimuksen aineistona oli yhteensä 339 Iltalehden ja Ilta-Sanomien verkkosivuilla julkaistua viihdeuutista.

Journalismi on ollut ja tulee olemaan yksi yhteiskuntaa koossa pitävistä ilmiöistä. Se tarjoaa kanavan monimuotoisten näkemysten esittämiseen, ja sen pyrkimyksenä on varmistaa, että yhteiskunnallisesti tärkeä tieto välittyy luotettavasti ja viipymättä. Journalismilla on viisi perustehtävää: tiedonvälitys, yleisön palveleminen, ihmisten aktivoiminen, maailman tulkitseminen ja viihdyttäminen. ^[1]

Erillisinä yksiköinä viihde ja journalismi ovat osa kansalaisten arkea, ja siksi onkin erikoista, että näiden yhdistelmä on jossain määrin villi ja arveluttava – varsinkin verkkoympäristössä ^[2]. Viihdejournalsmi liikkuu jossain harmaalla alueella, etäällä perinteisistä kovista uutisista ja asiajournalismista, mutta toisaalta ainakin muodollisesti osana journalismin kenttää.

Hyödytöntä tietoa, tirkistelyä ja vakavia aiheita

Viihteen tunnistaminen vaikuttaisi olevan kohtalaisen vaivatonta, mutta sen tarkempi määrittäminen on hankalaa. Viihde on niin itsestään selvä osa mediavaltakuntaa, että sen tarjonnasta on tullut enemmänkin sääntö kuin poikkeus. Viihde nostaa päätään aina siellä, missä puhutaan hyödyttömästä tiedosta, tyhjänpäiväisistä julkimoista tai ylipäänsä jostain sellaisesta, mikä ei ole kenellekään välttämätöntä. ^[3]

Iltapäivälehtien verkkosivuilla viihdeuutisen luonteelle on ominaista ilmiöiden, yksittäisten sattumusten, laajempien muutosten tai tunteita herättävien asioiden käsitteleminen. Useimmin viihdeuutinen on kuitenkin luonteeltaan tirkistelevä ^[2]. Se pyrkii tyydyttämään ihmisen himon nuuskia toisten elämää.

Viihdeuutisen tarkemman aiheen määrittäminen on käytännössä mahdotonta. Se voi kertoa niin parisuhteesta, musiikista, kuninkaallisista (kuva 1) kuin kuolemastakin ^[2]. Huomionarvoista on se, että kepeäksi mielletty journalismin alalaji voi välittää viestiä myös vakavista ja raskaista aiheista. Viihdeuutisessa selostajalegenda avautuu elämänsä kipeimmistä vaiheista ja näyttelijä-ohjaaja elokuva-alan vaietuista ongelmista.

HUUMYLLY Lehtiväitteiden mukaan Catherinen ja Meghanin välit ovat viilentyneet vähitellen.

Hovin viime aikaiset tapahtumat ovat kuohuttaneet Britanniaa. Ensin brittilehdet uutisoivat herttuatar **Meghanin** henkilökohtaisen assistentin jo monien muiden hovissa pitkään työskennelleiden henkilöiden irtisanoutuneen äkisti. Sitten hovi tiedotti prinssi **Harryn** ja herttuatar Meghanin muuttavan pois Kensingtonin palatsin tiluksilta.

Lue lisää: Herttuatar Meghan ja prinssi Harry muuttavat – tällainen on heidän hulpea uusi kotinsa: 10 makuuhuonetta ja oma joogastudio

Viime viikolla hovin sisäpiiriläiset väittivät brittilehdille prinssi Harryn ja prinssi **Williamin** välien viilentyneen. Nyt myös herttuatar Meghanin ja herttuatar **Catherinen** välit ovat nousseet otsikoihin Britanniassa.

Hovin lähteet kertovat brittilehti *Daily Mailille*, että Catherinella ja Meghanilla on hyvin vähän yhteistä, vaikka ennen Harryn ja Meghanin häitä herttuattarien kuvailtiin olevan ylimpiä ystäviä. Hovin sisäpiiriläisten mukaan tilanne on todellisuudessa aivan päinvastainen.

KUVA 1. Juorujutuissa ääneen pääsevät nimettömät sisäpiiriläiset ^[4]

Haastattelemalla hankittu tieto on katoava luonnonvara

Sanomalehtien uutis- ja verkkojournalismi ovat alkaneet erkaantua toisistaan. Sen lisäksi, että näiden kahden tyyppin otsikointi poikkeaa toisistaan, eroavaisuuksia löytyy myös itse juttujen pituudessa. Internetissä suositaan lyhyempiä tekstejä. ^[5] Muilta osin verkkotekstin ei kuuluisi erota pääpiirteiltään tai muoto- ja sisältövaatimuksiltaan paperille painetusta sanasta ^[1].

Verkossa pelkällä etunimellä puhutteleva on arkipäivää ja lähes joka kymmenennessä jutussa lainaukset ovat puhekielisiä ^[2]. Tietyllä tavalla tämä on ymmärrettävää. Viihde on viihdettä, ei muodollista ja ryppyotsaista tiedonvälitystä. Ammatillisesta näkökulmasta katsottuna viihdeuutisoinnin muotoseikoissa on parantamisen varaa, mutta sitä ei voi nähdä kaikista huolestuttavimpana piirteenä. Huolestuttavinta on viihdeuutisten tiedonhankintatapojen poikkeaminen journalismin normaaleista käytännöistä.

Toimittajan keskeisin tiedonhankinta- ja työskentelytapa on haastattelu. Haastattelemalla toimittaja saa ajantasaista tietoa nopeasti ja suoraan asiantuntijalta. ^[6] Haastattelu on juttuaineistoa varten tehtävän tiedonhankinnan prototyyppi ^[7]. Klassikkoasemastaan huolimatta haastattelu tai jokin siihen verrattava jalkautuminen, kuten vierailu tiedotustilaisuudessa, on viihdeuutisen lähteenä suhteellisen harvoin: noin kolmasosassa julkaisuista. Näistäkin tuotoksista noin puolet sisältää enemmän tai vähemmän selkeitä merkkejä palastelusta, eli pidemmät haastattelut tai muut laajemmat kokonaisuudet on pilkottu yksittäisiksi uutisvirran palasiksi. ^[2]

Kopioita sieltä, kopioita täältä

Aivan jokaisen viihdeuutisen perimmäistä lähdettä ei pysty päättelemään, mutta selvää on se, että muualta lainattujen uutisten osuus on suuri (esim. kuva 2). Kierrätysmateriaalia julkaisuista on pitkästi yli puolet, mahdollisesti jopa lähes kaksi kolmasosaa. Aivan tavatonta ei ole sekään, että lähteenä oleva juttu on sekin kopio jostain toisesta jutusta.

Kotimaisten iltapäivälehtien viihdeuutisissa käytettyjen ulkomaisten lähteiden moninaisuus on häkellyttävää. Lähteenä voi olla yhtä hyvin malesialaismedia kuin lentoyhtiön asiakaslehti. Pääpaino on kuitenkin yhdysvaltalaisissa ja brittiläisissä viihdejulkaisuissa. Kotimaisia mediatoimijoita lainataan huomattavasti ulkomaisia virkaveljiä harvemmin.

Noin joka viides viihdeuutinen on poimittu sosiaalisesta mediasta ^[2]. Twitter, blogit ja erityisesti Instagram tarjoavat viihdetoimituksille helppoja uutisia. Kuvat, kommentit ja periaatteessa koko juttu ovat muutaman leikkaa ja liimaa -komennon takana. Uutinen otetaan sieltä, mistä sen saa helpoimmin, nopeimmin ja taloudellisimmin.

Seura: Näin Eero Heinäluoman tytär huomasi isällään olevan uusi rakas – kaksi pientä merkkiä paljastivat suhteen: ”Ero aiempaan oli räikeä”

KUVA 2. Ajoittain otsikoinnin tehokeinona käytetään kryptisyyttä. Juttu on klikattava auki, jotta kiertoilmauksen merkitys paljastuu lukijalle ^[9]

Viihdeuutisen päähenkilö ei ole välttämättä julkkis

Julkisuus on kasvava teollisuudenala ja median tuote. Perinteisen tiedonvälitykseen pohjautuvan julkisuuden rinnalle on muodostunut toisenlainen julkisuus, joka vaikuttaa syntyneen sen itsensä vuoksi. Sen ei ole alun perinkään ollut tarkoitus tuottaa tietoa tai tukea yhteiskunnallisen keskustelun käymistä. Median kautta julkisuus taas ulottuu kaikkialle, ja koska julkisuuden viehäytys pohjautuu inhimillisyyteen, tapahtumia lähestytään entistä useammin yksittäisten ihmisten kautta. Mikäli sattuu olemaan tavalla tai toisella kiinnostava ja oikeassa paikassa oikeaan aikaan, jokaisesta voi tulla esimerkki. Valokeilaan voi joutua kuka tahansa. ^[9]

Viihdeuutisen päähenkilö on useimmiten näyttelijä tai muusikko, mutta huomion keskipisteenä ovat myös kuninkaalliset ja kotimaiset tosi-tv-hahmot. Yli puolet viihdejulkaisuista käsittelee neljää edellä mainittua ihmisryhmää. On sinänsä mielenkiintoista, että erityisesti brittihovin edesottamuksista kerrotaan suhteellisen paljon.

Vaikka viihdeuutinen onkin hyvin usein henkilökeskeinen, se käsittelee usein muitakin kuin niin sanottuja perinteisiä julkikkia. Tavalliset ihmiset ovat pääosassa lähes joka kymmenennessä jutussa ja päähenkilöksi kelpaavat myös julkisten sukulaiset. Näiden lisäksi viihdejulkaisuissa seikkailevat muun muassa poliitikot, mallit, missit, urheilijat, pornotähdet, koomikot, ympäristöaktivistit, juontajat ja yrittäjät. ^[2]

Viihdetarjottimella on oltava koko ajan jotakin

Muutaman viimeisen vuosikymmenen aikana on tuotettu enemmän tietoa kuin sitä edeltäneinä vuosituhansina yhteensä. Päivittäin julkaistaan miljoonia sanoja tekstiä, eikä kenenkään ole mahdollista käydä läpi tätä informaatiomassaa. ^[10] Siitä huolimatta sanomalehtien verkkosivustojen toiminta vaikuttaa siltä, että pohjaton sammio on kauhottava täyten ^[11].

Iltta-Sanomat julkaisee päivittäin noin kaksikymmentä viihdejuttua, Iltalehti lähes kolmekymmentä. Oiseen aikaan viihdeuutiskoneisto lepää, kovimmillaan julkaisutahti on aamun, aamupäivän ja alkuiltapäivän aikaan.

Tiheimmillään julkaisuja tehdään kolme tunnissa. Viikonloppuna tahti on jonkin verran verkkaisempi kuin arkipäivinä. ^[2]

Julkaisutahti on kokonaisuudessaan kova, ja yllättävää on sen tasaisuus. Tämä tuskin johtuu siitä, että viihdekentällä olisi jatkuvasti merkittävää tai edes erityisen mielenkiintoista uutisoitavaa. Todennäköisemmin taustalla on ajatus siitä, että tarjolla on oltava koko ajan jotakin. Lukija ei palaa sivustolle toistuvasti, jos se näyttää samalta kuin tuntia aiemmin ^[9].

Julkaisuja julkaisemisen vuoksi

Iltapäivälehti on paitsi joukkotiedotusta ja massakulttuuria, myös pitkälle tuoteistettu kulutusesine. Kansalainen tietää, mitä saa: makoisia juoria, kohu-uutisia ja kevyttä viihdettä. Iltapäivälehti on kuin pikaruoka-annos. Aterioinnin jälkeen unohtuu, miten teollisesti valmistettua apetta tulikaan nauttineeksi. ^[12]

Viihteellistyminen koskettaa syvemmin verkkoa kuin printtiä, ja tämä näkyy monen lehden netti-imagossa. Yleinen laatutaso vaikuttaa olevan bittiympäristössä vähemmän tärkeä. Verkkosivuille voidaan lykätä peppu- ja kissakuvia, vaikka niihin ei ikinä uhrattaisi painomustetta. Tämä hämmentää lukijoita. Ikään kuin lehdellä olisi kaksi erillistä yleisöä. ^[11]

Viihdeuutinen voi kertoa kutakuinkin mistä ja kenestä vain. Sama koskee tietyllä tapaa sen alkuperää. Enemmistö kotimaisten iltapäivälehtien verkkoviihdejulkaisuista on lainamateriaalia. Viihdeuutisen merkittävyyden määrittää lopulta lukija, mutta kaiken tirkistelyn, kopiointien ja sattumanvaraisuuden keskellä sitä on hankala nähdä erityisen arvokkaana oliona. Tärkeintä vaikuttaisi olevan julkaiseminen julkaisemisen vuoksi.

Viihdejournalismo on journalismikentän outolintu, joka liittää omia ilmapolkujaan vapaana painavimmista sääntökahleista. Sillä on hankala nähdä samanlaista vakavaa arvokkuutta kuin perinteisemmällä journalismilla, koska sen perimmäinen tarkoitus on toimia lähinnä jonkinlaisena ajanvietteenä. Viihdejutut herättävätkin usein kysymyksen siitä, voidaanko ylipäänsä puhua journalismista ^[13].

Vaikka viihdejournalismo haluaisikin sulkea omaksi kokonaisuudekseen ja vaikka siihen suhtautuisi harmittomana huvituksena, sitä ei tulisi aliarvioida. Mieliä ohella viihde kiinnostaa yleisöä aina vain enemmän ja enemmän ^[14]. Viihteellistyminen nähdään myös yhtenä alan muutostrendeistä ja sen koetaan syrjäyttävän yhteiskunnallisesti tärkeiden asioiden pohtimisen ^[15]. Journalistien ammattikunnan tulisi älähtää viimeistään siinä vaiheessa, kun viihdejournalismo arveluttavat käytännöt alkavat yleistyä myös niin sanotun vakavamman journalismin puolella.

Lähteet

- [^] ^{ab}Jaakkola, M. 2013. Hyvä journalismi. Käytännön opas kirjoittajalle. Vantaa: Kansanvalistusseura.
- [^] ^{abcdefgh}Korkala, A. 2019. Julkaisuja julkaisemisen vuoksi. Havaintoja viihdeuutisoinnista kotimaisten iltapäivälehtien verkkosivuilla. Oulun ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Oulu. Hakupäivä 24.4.2019.
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201903142952>
- [^]Ignatius, S. 2013. Miten ja mistä viihde viestii? Maria! -talk-show kriittisen diskurssianalyysin tutkimuskohteena. Lapin yliopisto. Opinnäytetyö. Rovaniemi. Hakupäivä 27.11.2018.
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:ula-201303201054>
- [^]Enqvist, N. 2018. Huhumylly herttuattarien tulehtuneista väleistä velloo valtoimenaan: Catherinen mitta tuli täyteen – poistui itkien Meghanin häähumusta. Ilta-Sanomat 28.11. Hakupäivä 21.5.2019.
<https://www.is.fi/kuninkaalliset/art-2000005914195.html>
- [^]Nieminen, H. 2011. Median tulevaisuus demokratian ja markkinoiden välissä? Teoksessa J. Matikainen (toim.) Muuttuvat mediat – haasteelliset sukupolvet. Helsinki: TAT-ryhmä / Infor Oy, 126–141.
- [^]Huovila, T. 2005. Toimittaja – tiedon etsijä ja vaikuttaja. Helsinki: WSOY.
- [^]Suhola, A., Turunen, S. & Varis, M. 2005. Journalistisen kirjoittamisen perusteet. Helsinki: Oy Finn Lectura Ab.
- [^]Enqvist, N. 2018. Seura: Näin Eero Heinäluoman tytär huomasi isällään olevan uusi rakas – kaksi pientä merkkiä paljastivat suhteen: ”Ero aiempaan oli räikeä”. Hakupäivä 21.5.2019. Ilta-Sanomat 29.11.
<https://www.is.fi/viihde/art-2000005915175.html>
- [^] ^{ab}Pietilä, A. 2007. Uutisista viihdettä, viihteestä uutisia. Helsinki: Art House.
- [^]Ramonet, I. 2001. Median tyrannia. J. Kuurne (suom.) Helsinki: WSOY.

11. [^] ^{ab} Vehkoo, J. 2011. Painokoneet seis! Kertomuksia uuden journalismin ajasta. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Teos.
12. [△] Saari, H. 2007. Isku tajuntaan! Eli Suomen iltapäivälehdistön lyhyt historia. Helsinki: Johnny Kniga Kustannus.
13. [△] Kivioja, P. 2008. Iltapäivälehdet mediakentän ja yhteiskunnan muutoksessa. Tampereen yliopisto. Tiedotusopin laitos, julkaisu A106. Tampere. Hakupäivä 24.4.2019.
<http://urn.fi/urn:isbn:978-951-44-7496-5>
14. [△] Pietilä, A. 2018. Uutisissa valheita, valheista uutisia. Helsinki: Art House.
15. [△] Jyrkiäinen, J. 2008. Journalistit muuttuvassa mediassa. Tampereen yliopisto. Tiedotusopin laitos, julkaisu B50. Tampere.

Metatiedot

Nimeke: Iltapäivälehtien viihdemyllyssä pyörii kierrätysmateriaali

Tekijä: Korkala Antti; Palokangas Teemu

Aihe, asiasanat: julkaisuuden henkilöt, iltapäivälehdet, viihdejournalismo

Tiivistelmä: Kotimaisen iltapäivälehdien viihdeuutisen sisältö on todennäköisemmin kierrätettyä kuin omaa. Usein keskiössä on ihminen, joskaan ei välttämättä julkkis. Julkaisu voi olla hieno ja tärkeä henkilöjuttu, mutta yhtä hyvin se voi olla uutisarvoltaan vähäinen puolijulkkiksen somepäivitys. Tarkkaa aihetta viihdeuutiselle ei pysty määrittämään. Se voi kertoa loistokkaasta elämästä, kuolemasta ja kaikesta siltä väliltä.

Julkaisija: Oulun ammattikorkeakoulu, Oamk

Aikamääre: Julkaistu 2019-05-24

Pysyvä osoite: <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2019050914969>

Kieli: suomi

Suhde: <http://urn.fi/URN:ISSN:1798-2022>, ePooki - Oulun ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystyön julkaisut

Oikeudet: CC BY-NC-ND 4.0

Näin viittaat tähän julkaisuun

Korkala, A. & Palokangas, T. 2019. Iltapäivälehtien viihdemyllyssä pyörii kierrätysmateriaali. ePooki. Oulun ammattikorkeakoulun tutkimus- ja kehitystyön julkaisut 31. Hakupäivä xx.xx.xxxx. <http://urn.fi/urn:nbn:fi-fe2019050914969>.