

Opinnäytetyö (AMK)

Diakin viestinnän koulutusohjelma/

Journalismi

2012

Annika Martikainen

INTERNETIN ESTEETTINEN JOURNALISMI

– Interaktiiviset dokumentit ja muoto
objektiivisuuden takeena



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Diakin viestinnän koulutusohjelma | Journalismi

2012 | Sivumäärä 51

Samuel Raunio | Johanna Ailio

Annika Martikainen

INTERNETIN ESTEETTINEN JOURNALISMI – INTERAKTIIVISET DOKUMENTIT JA MUOTO OBJEKTIIVISUUDEN TAKEENA

Opinnäytetyössäni kartoitan dokumentaarisuutta ja esteettistä journalismia internetissä. Onko esteettinen, sisällöllinen tai rakenteellinen muoto objektiivisuuden tae? Kuinka interaktiiviset dokumentit murtavat journalismin vakiintuneita muutosääntöjä? Ovatko ne taidetta vai journalismia? Interaktiiviset dokumentit ovat internetissä julkaistuja, multimediaalisia reportaaseja, jotka yhdistelevät ääntä, kuvaa, videota, animaatiota, grafiikkaa ja tekstiä. Opinnäytetyöni kirjallinen osa linkittyy tuoteosaan, 16-minuuttiseen dokumenttiin *Köyhien kampaamo* (2011).

Interaktiiviset dokumentit ovat jatkumoa mediakulttuurin ja uutisoinnin visualisoitumisesta ja estetisöitymisestä. Tasapainoittelu taiteen ja journalismin välillä on tuttua dokumenttien tutkimuksessa, jossa yritetään määritellä tv-dokumenttien ja dokumenttielokuvien sisällöllisiä ja esteettisiä eroavaisuuksia. Interaktiivisten dokumenttien analysointiin on käytetty esteettisen journalismin käsitettä. Se haluaa haastaa perinteisen institutionalisoituneen journalismin.

Loppujen lopuksi esteettisen ja perinteisen journalismin tavoitteet ovat samat, mutta keinot vaihtelevat. Molemmat pyrkivät tuomaan esille yhteiskunnan epäkohtia sekä herättää julkista keskustelua, mutta esteettinen journalismi haluaa tuoda esiin tahoja, jotka eivät yleensä ole julkisuudessa. Lisäksi se pyrkii kyseenalaistamaan myös perinteistä journalismia ja sen geneerisen muotokielen, josta on tullut objektiivisuuden tae.

ASIASANAT:

interaktiivinen dokumentti, verkkodokumentti, webortaaasi, verkkoreportaasi, esteettinen journalismi, dokumentarismi, dokumenttielokuva, internet

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Journalism

2012 | Total number of pages 51

Instructors Samuel Raunio | Johanna Ailio

Annika Martikainen

ONLINE AESTHETIC JOURNALISM – INTERACTIVE DOCUMENTARIES AND THE FORM AS A GUARANTEE FOR OBJECTIVITY

The aim of this thesis is to present the field of documentary and aesthetic journalism in the internet. Are interactive documentaries art or journalism? Is the form a guarantee for objectivity? Interactive documentaries are online-based multimedia reportages that combine sound, photos, video, animation, graphics and text. The theoretical part of my thesis is closely linked to practical production a 16-minute documentary *The Poors' Hairdresser (Köyhien kampaamo, which is a linear documentary film.*

Side by side with the printed sources online material plays an important role as the basis of the thesis: audiovisual products *per se* as well as articles and studies on new media, documentaries and journalism. Also interviews and seminars held by documentary film makers, producers and researchers give a lookout behind the scenes.

Interactive documentaries can be seen as a continuation of the visualization and aesthetication of media culture and news making. The thin line between art and journalism is familiar from documentary studies: the aesthetic and structural differences of TV-documentaries and documentary films are pondered unceasingly. In my thesis the concept of aesthetic journalism is introduced for analyzing both interactive documentaries and traditional journalism alike.

In the end the difference between aesthetic journalism and traditional journalism is rather in the means than in the aims. When both strive for bringing up the social grievances as well as for arousing public discussion, the field of aesthetic journalism is more marginal. Moreover it aspires to question the traditional journalism and its generic aesthetics which has become a guarantee for objectivity.

KEYWORDS:

interactive documentary, webortage, aesthetic journalism, internet

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 VERKKODOKUMENTAARISUUS	12
2.1 Internet dokumenttien julkaisualustana	12
2.2 Interaktiiviset dokumentit	15
3 ESTEETTINEN JOURNALISMI	21
3.1 Perinteisen journalismin kehityskaari	21
3.2 Mediakulttuurin visualisoituminen ja estetiisoityminen	23
3.3 Journalistista taidetta, taiteellista journalismia	27
3.4 Perinteisen ja esteettisen journalismin neljä tukipilaria	29
3.5 Muoto objektiivisuuden takeena?	35
4 TAITEELLISTA JOURNALISMIA KÄYTÄNNÖSSÄ – TUOTEOSAN REFLEKTOINTI	41
4.1 Dokumentti Köyhien kampaamo	41
4.2 Köyhien kampaamon neljä journalistista tukipilaria	42
4.3 Voiko ja tarvitseeko esteettistä journalismia erottaa perinteisestä journalismista?	47
LÄHTEET	49

KUVAT

Kuva 1: Ajan Henki -dokumentin etusivu.	14
Kuva 2: Matka kivihilikaivoksille alkaa Pekingin juna-asemalta. Kuvakaappaus Voyage au bout du Charbon -verkkodokumentista.	18
Kuva 3: Kuvakaappaus Japani ennen ja jälkeen -kuvareportaasista. http://files.snstatic.fi/hs/2012/3/japaniennenjalkeen/kooste.html	20
Kuva 4: Kuvakaappaus Coal - A Love Story -verkkodokumentin introvideosta	24
Kuva 5: Kuvakaappaus Coal - A Love Story -verkkodokumentin introvideosta.	25
Kuva 6: Kuvakaappaus Storming Juno -verkkodokumentin 360-asteisesta valikosta.	35
Kuva 7: "Kohtaus draamadokumentista Storming Juno". Kuvakaappaus Storming Juno -verkkodokumentin dramatisoiduista siirtymäkuvista.	37
Kuva 8: Kuvakaappaus Storming Juno -verkkodokumentin haastattelusta.	38

Kuva 9: "Faktat ilmestyvät yksi toisensa jälkeen näytölle". Kuvakaappaus Charlie Brookersin TV-uutisparodiasta Youtubessa.

<http://www.youtube.com/watch?v=aHun58mz3vl>

39

TAULUKOT

Taulukko 1. Perinteisen ja esteettisen journalismin eroja Kuneliuksen (2000) nelijalkaisen journalismimäärittelyn pohjalta.

34

1 JOHDANTO

Opinnäytetyössäni kartoitan dokumentaarisuutta ja esteettistä journalismia internetissä. Onko esteettinen, sisällöllinen tai rakenteellinen muoto objektiivisuuden tae? Kuinka interaktiiviset dokumentit murtavat journalismin vakiintuneita muutosääntöjä? Ovatko ne taidetta vai journalismia? Internet on moninaistanut journalistista sisältöä: kuvareportaaseista äänen ja still-kuvien slideshow-esityksiin ja verkossa julkaistuihin dokumentteihin ja lopulta interaktiiviseen, multilineaarisiin verkkodokumentteihin:

Nykyinen kuvallisuus on harvoin pelkkää kuvallisuutta. Se on aistimellista ja esittämisen tavoiltaan monimuotoista, multimodaalista. Elokuvia ei vain katsota. Niitä kuunnellaan ja luetaan. (Seppänen 2001, 39.)

Interaktiiviset dokumentit ovat internetissä julkaistuja multimediaalisia journalistisia reportaaseja, jotka yhdistelevät eri elementtejä: tekstiä, ääntä, kuvaa, videota, grafiikkaa ja animaatiota. Interaktiiviset dokumentit ovat usein epälineaarisia eli katsoja saa itse päättää, missä järjestyksessä eri sisältöjä katselee tai kuuntelee. Dokumentit tai elokuvat ovat puolestaan lineaarisia: ohjaaja on päättänyt, missä järjestyksessä tarina etenee ja katsojan tehtäväksi jää ”Play”-näppäimen painaminen.

Interaktiivisista dokumenteista käytetään monta nimeä: interaktiivinen multimediodokumentti, verkkodokumentti, webdokumentti, webortaasi, verkkoreportaasi. Esimerkiksi Helsingin Sanomien HS.fi käyttää verkkodokumenteistaan nimitystä webortaasi. Selvyiden vuoksi käytän rinnakkain termejä interaktiivinen dokumentti sekä verkkodokumentti multimediaalisista, internetissä julkaistuista dokumenteista. Verkkodokumentit ovat myös interaktiivisia ja epälineaarisia, eli katsoja voi itse vaikuttaa tarinan kulkuun. Luvussa 2 pohditaan myös, ovatko internetissä julkaistut

dokumenttielokuvat verkkodokumentteja.

Esimerkkini internetin dokumentaarisuudesta ovat lähinnä ulkomailta, sillä Suomessa verkkodokumentit ovat vielä marginaalissa. Pelkästään internetissä julkaistun Ajan Henki -dokumenttielokuvan¹ (2011) lisäksi on tehty vain muutamia suomalaisia webdokumenttikokeiluja. Suomenkuvalehti.fi:llä on oma Kuvakertomuksia²-niminen osio, jossa on äänen ja kuvan slideshow-esityksiä. Helsingin Sanomien verkkoliite HS.fi innostui vuosituhaten taitteessa internetin suomista uusista mahdollisuuksista. Se julkaisi 49 webortaasia vuosina 1998-2001, nimellä webortaasi, kunnes internetkupla puhkesi ja into sangen työläiden webortaasien tekoon hiipui. Vuodesta 2006 lähtien HS.fi on julkaissut epäsäännöllisin väliajoin webortaaseja. (Raivio 2008, 18–22) Webdokumenttien edelläkävijämaan Kanadan kansallisella elokuvasäätiöllä NFB:llä³ on nettisivuillaan laaja kokoelma dokumentteja ja interaktiivisia webdokumentteja ilmaiseksi katsottavissa. Suomessa vastaava yleisölle avoin verkkokokoelma on lähinnä Ylen Elävä Arkisto⁴ tai Kolmas ulottuvuus -dokumenttiprojekti⁵, joka Kehitysyhteistyön palvelukeskus Kepan kanssa kerää kehitysyhteistyöaiheisia videodokumentteja eri puolilta maailmaa ja julkaisee niitä ilmaiseksi internetissä.

Internetin dokumentaarisuutta ja varsinkin interaktiivisia dokumentteja on tutkittu melko vähän, ja siksi suurin osa lähteistäni on verkossa julkaistuja, englanninkielisiä tutkimuksia ja artikkeleita. Dokumenttien tutkimus on ollut läheisesti liitoksissa elokuvatutkimukseen, mutta uuden aallon nettidokumentarismien analysointiin käytän myös taiteentutkimuksesta ja erityisesti *esteettisen journalismin* käsitteestä, jotka antavat uusia näkökulmia internetin dokumentaarisuuden avaamiseen.

¹ <http://www.ajanhenki.com/>

² <http://suomenkuvalehti.fi/kuvat/kuvakertomukset/>

³ <http://www.nfb.ca/>

⁴ <http://yle.fi/elavaarkisto/index.html>

⁵ <http://yle.fi/kolmasulottuvuus/>

Visuaalisesti näyttävät interaktiiviset dokumentit ovat jatkumoa 2000-luvun alussa alkaneesta tiedon julkaisemisen esteettisestä kehityksestä, jonka seurausta ovat mm. uutisten viiheellistyminen sekä kulttuurin visualisoituminen (Sicclodi 2009, 13). Esteettinen journalismi ei ole pelkkä kaunis muoto vaan se vaikuttaa myös sisältöön: termin kehittänyt taiteilija Alfredo Cramerotti (2009) toivoo journalismin tutkivien työmetodien (tiedonhaku, haastattelut) palaavan taiteeseen sekä taiteen uudelleen politisoitumista. Esteettisen journalismin tarkoituksena onkin nostaa esille yhteiskunnallisia, historiallisia ja kulttuurisia epäkohtia sekä tarjota vaihtoehtoinen ja täydentävä näkökulma perinteisten mediainstituutioiden uutisvirralle (Cramerotti 2009, 21–24; 39). Taiteentutkimus ja esteettisyyden käsite ovat tuttuja elokuvatutkimuksessa ja dokumenttien analysoinnissa: alan ammattilaiset käyvät läpi loputonta määrittelyä esimerkiksi tv-dokumenttien ja dokumenttielokuvien esteettisistä ja sisällöllistä eroista (mm. Saksala 2008: 13–25, Herkman 2001: 85, 134, Pohtala 2011: 15–29).

Viimeistellyt visuaaliset elementit ja esteettisyys ovat vahvasti esillä interaktiivisissa dokumenteissa. Samalla murretaan journalismin totuttuja, vakiintuneita esteettisiä muotosääntöjä, joista on tullut objektiivisuuden takeita (Cramerotti 2009, 22). Esimerkiksi lehdet pyrkivät erottamaan toimituksellisen sisällön mainoksista vakiintuneella taitolla ja fontilla. TV-uutisten kuvamateriaalille harvoin tehdään värimäärittelyä (ali- ja ylivalottumisen tai valkobilanssin korjaamista lukuun ottamatta) niin kuin fiktiolle usein tehdään. Kyse ei ole vain toimituksen ainaisesta kiireestä vaan myös TV-uutisten vakiintuneesta estetiikasta. Se vaikuttaa muodon lisäksi myös sisältöön ja rakenteeseen: kuka pääsee ääneen ja millä painoarvolla?

Objektiivisuuden ihannointi heijastelee perinteisen journalismin kehityskulkua. Modernissa teollistuvassa ja kaupungistuvassa yhteiskunnassa journalismin tavoitteena oli uutisvetoinen, mielipiteistä vapaa uutisointi. Sitä seurasi

byrokraattisesti rakennettu organisaatioyhteiskunta ja asiantuntijajournalismin aika, jolloin journalismi oli riippuvainen eri instituutioiden ja organisaatioiden antamasta tiedosta. Samalla kuitenkin medialla oli valta päättää, kenelle se ylipäättänsä antoi mahdollisuuden suunvuoroon. ”Tärkeitä” uutisaiheita olivat politiikka, talous ja yhteiskunta, ”ei-tärkeitä” perhe, naiset, lapset ja oma henkilökohtainen kokemusmaailma ylipäättään. Toimittajan oli tärkeää esitellä eri näkökulmat tasapuolisesti sen kummemmin kommentoimatta tai miettimättä niiden totuudellisuutta. Jälkimodernissa yhteiskunnassa hylättiin ajatus objektiivisesta tiedosta. Taustalla oli laajempi yhteiskunnallinen muutos kohti pluralistisempaa ajattelutapaa, jossa yhtenäisen massan sijasta on kirjavien mielipiteiden ja identiteettien joukko. Lähteiden tasapuolisuus ja moniäänisyys oli vieläkin tärkeää journalismissa, mutta samalla kuvaan tuli myös lähdekritiikki sekä tiedon tuottajien intressien tiedostaminen. (Luostarinen 2002.)

Kolmannessa luvussa vertailen perinteistä ja esteettistä journalismia Kuneliuksen (2000) määrittelemien journalismin neljän eri roolin pohjalta: *tiedonvälittäjä, julkisen toiminnan resurssi, julkisen keskustelun ylläpitäjä* sekä *tarinankertoja*. Nämä kaksi journalismin muotoa eivät loppujen lopuksi *tavoitteeltaan* eroa paljonkaan toisistaan, vaan eron tekevät lähinnä *keinot* näiden päämäärien tavoittamiseksi. Molemmat pyrkivät herättämään yhteiskunnallista keskustelua: kärjistetysti perinteinen journalismi korostaa lähdekritiikkiä, kun taas esteettinen journalismi haluaa olla avoimen subjektiivinen ja tuoda esiin taustavaikuttimet. Samalla esteettinen journalismi haluaa tuoda esille tahoja, jotka eivät näy perinteisessä mediassa. (Cramerotti 2009, 21–24; 27; 39.) Tässä mielessä esteettinen journalismi on hyvin lähellä *kansalaisjournalismia*. Kansalaisjournalismissa uutisaiheet kumpuavat kansalaisten kokemuspöydästä vastakohtana ”esityslistajournalismille” tai eliittijournalismille, jota tehdään talouden, politiikan ja hallinnon ammattilaisten ja byrokraattien lähtökohdista. (Bavard & Ruusunoksa 2007, 157–163.) Kritisoidessaan yhteiskuntaa esteettinen journalismi arvostelee myös perinteistä journalismia ja sen geneeristä muotokieltä (emt., 21-22). Kolmannessa luvussa pohditaan myös, onko muoto objektiivisuuden tae.

Opinnäytetyöni kirjallinen osa linkittyy tuoteosaan, 16-minuuttiseen dokumenttiin *Köyhien kampaamo*. Kyseessä on perinteinen dokumenttielokuva, joka etenee lineaarisesti. Tein dokumentin yhdessä opiskelijatoverini Janne Riikosen kanssa. Alun perin tarkoituksenamme oli julkaista dokumentti netissä: joko tarjota dokumenttia julkaistavaksi eri sivustoille (Suomen Kuvalehti, Voima⁶, Photo Raw Magazine⁷) tai julkaista se omatoimisesti rakentamalla dokumentin ympärille nettisivut. Iloinen yllätys kuitenkin oli se, että *Köyhien kampaamo* pääsi Tampereen elokuvajuhlien kotimaiseen kilpailuun alle 30-minuuttisten sarjaan vuonna 2012. Muitakin esityksiä oli tiedossa keväällä 2012: *Köyhien kampaamo* voitti parhaan dokumentin palkinnon Moscars Al-Hurria - elokuvafestivaaleille Egyptissä sekä on mukana Unohdettu elämä -festivaaleilla Turussa. Näin ollen ei ollut järkeä julkaista dokumenttia internetissä ainakaan keväällä 2012, jolloin kirjoitin opinnäytetyöni kirjallista osaa. Aiomme tarjota *Köyhien kampaamo* myös muille festivaaleille sekä Ylelle. On mahdollista, että julkaisemme sen internetissä myöhemmin tulevaisuudessa.

Idea kirjalliseen osaan lähti juuri tuoteosasta. Pidimme työparini Janne Riikosen kanssa melko epävarmana, että dokumentti pääsisi esitykseen televisioon tai festivaaleille. Halusimme kuitenkin, että joku näkisi dokumenttimme, jota varten teimme paljon töitä. Päätimme siis julkaista sen internetissä. Opinnäytetyön tuoteosan ohjaaja, televisiojournalismin lehtori Johanna Ailio kehotti meitä miettimään missä muodossa dokumentti internetissä julkaistaisiin: kannattaisiko nettisivuille laittaa lisämateriaalia ja mahdollisesti jopa julkaista se pienemmissä osissa, sequenseissa? Tätä pohtiessani kiinnostuin interaktiivisista dokumenteista ja erityisesti niiden moninaisesta tavasta selittää ilmiöitä ja tapahtumia.

Neljännessä luvussa pohditaan Kuneliuksen (2000) määrittelemää neljää

⁶ <http://fifi.voima.fi/>

⁷ <http://www.photoraw.org/?q=fi>

journalismin roolia käytännössä: Kuinka *Köyhien kampaamossa* toteutuvat tiedonvälittäminen, julkisen toiminnan resurssina oleminen, julkisen keskustelun ylläpitäminen sekä tarinankerronta? Köyhien kampaamossa on vaikutteita sekä esteettisestä että perinteisestä journalismista – loppujen lopuksi nämä kaksi journalismin ulottuvuutta eivät ole toisiaan poissulkevia vaan ennemminkin täydentäviä elementtejä.

2 VERKKODOKUMENTAARISUUS

2.1 Internet dokumenttien julkaisualustana

Dokumentaarisuus ja dokumenttielokuvat on perinteisesti nähty journalismin lisäksi olennaisena osana elokuva- ja televisioalaa. Perinteisesti dokumenttielokuvien pääasiallinen rahoitus- ja levityskanava on Suomessa ollut televisio (Hongisto 2004). Ilona Hongisto (2004) väittääkin, että näin tulee olemaan tulevaisuudessakin. Television merkittävä rooli on suomalaisen dokumenttielokuvan rahoituksen erityispiirre: monissa muissa maissa tärkeämmässä osassa on festivaali- ja elokuvateatterilevitys (emt.).

Toisaalta suomalaisista TV-dokumenteista kattavan teoksen tehnyt Elina Saksala (2008, 24) muistuttaa, että Suomen pieni kieli- ja kulttuurialue rajoittaa TV-dokumenttien resursseja. Sen vuoksi kansainvälinen vertailu on hankalaa. Oikeastaan ainoat kotimaisia dokumentteja julkaisevat TV-kanavat ovat julkisen palvelun yleisradiotoiminnasta vastaavan Ylen kanavia. Kaupallisilla kanavilla ei kotimaisia dokumenttielokuvia juuri näytetä. (Saksala 2008, 25–29.) Ylen rooli suomalaisen dokumenttituotannon tukijana ei kuitenkaan ole itsestään selvä: vuonna 2011 Yle leikkasi 40 prosenttia dokumenttien tukirahoista. Samaan aikaan Suomen elokuväsäätiö on lisännyt tukirahoitusta dokumenttien yleistyessä myös elokuvateattereissa. Ylen vähentäessä dokumenttituotantojen rahoitusta tekijät ovat aktiivisemmin etsineet rahoitusta ulkomailta. (Pernu 2012, 17.)

Mobile-TV:stä eli televisiolähetysten katsomista pieneltä mobiiliruudulta povattiin lyhytelokuvien ja -dokumenttien uutta nostattajaa, mutta se kaatui teknisiin ongelmiin sekä käyttäjän tarpeeseen saada on-demand-sisältöä eikä lähetysvirtaa (Tuovinen, henkilökohtainen tiedonanto 8.3.2012). Niin kuin moni muukin journalistinen tuote, myös dokumentit ovat löytäneet internetistä oman muotonsa. Internet ei ole vain tulevaisuuden, vaan jo tämän päivän väline.

”Internet on haastanut sanomalehdistön ja muut perinteiset uutismediat monella tapaa, niin taloudellisesti, journalismin sisältöjen kuin yleisösuhteenkin kannalta. Taloudellisesti internetin ilmaistarjonta uhkaa murtaa journalismin perinteisen rahoituspohjan. Sisällöllisesti internet on kiristänyt medioiden välistä kilpailua ja muuttanut journalismin online-uutistuotannoksi. (...) Internet on monella tapaa ylivertainen julkaisupaikka. Julkaisemisen ja levittämisen kustannukset ovat murto-osa vaikkapa sanomalehteen tai televisioon verrattuna, julkaiseminen on nopeaa ja internetissä julkaistu aineisto on saatavilla maailmanlaajuisesti.” (Väliveronen 2009, 21.)

Uusien kerrontamuotojen lisäksi internet tarjoaa yleisösuhteen kannalta uusia mahdollisuuksia vuorovaikutukseen ja alhaaltapäin nousevaan kansalaisjournalismiin (Väliveronen 2009, 21). Internet mahdollistaa omaehtoisen, isoista mediayhtiöistä riippumattoman, julkaisun. Tästä hyvänä esimerkkinä on talkoovoi-
min tehty ja vuonna 2011 julkaistu Ajan Henki -elokuva⁸, joka on velkapohjaista talousjärjestelmää kritisoivan Zeitgeist-liikkeen kanssa yhteistyössä toteutettu voittoa tavoittelematon kokopitkä dokumenttielokuva (ks. Kuva 1). Kun blogit ja videopalvelut ovat täynnä vapaata tietoa, ongelmana ei ole sisällön saatavuus, vaan se kuinka yleisö löytää sisällön. Ajan Henki -dokumentilla on kuitenkin tukenaan maailmanlaajuinen Zeitgeist-liike, jonka luontaista toimintakenttää on internet.

Ajan Hengen markkinoinnissa käytettiin Facebook-tapahtumakutsua, johon pyydettiin kutsumaan kaikki Facebook-kaverit. Vuorokaudessa kutsu oli lähetetty jo 30 000 ihmiselle. Lopputulos oli melkoinen: Tuotantotiimin vetäjän Mauri Orvelin (henkilökohtainen tiedonanto 10.2.2012) mukaan Ajan Henki -dokumenttia on katsottu Vimeossa 210 000 kertaa helmikuuhun 2012 mennessä. Vimeon lisäksi dokumenttielokuva on ollut katsottavissa Youtubessa sekä ladattavissa torrent-verkossa. Tulosta voi pitää onnistuneena, ottaen huomioon, että dokumentti on tehty seitsemän hengen tuotantotiimillä, jolla ei ollut takanaan ammattimaista ja vakiintunutta mediainstituutiota ja markkinointikoneistoa. Orveli ei usko, että Ajan Henki -dokumenttia olisi koskaan saatu televisiojulkai-

⁸ <http://www.ajanhenki.com/>

suun ”ilman ylimalkaista näennäisintellektuellia jargonia, jolloin koko elokuvan tekemisessä ei olisi ollut mitään järkeä.” (Orveli, henkilökohtainen tiedonanto 10.2.2012 ja 21.2.2012.)



Kuva 1: Ajan Henki -dokumentin etusivu.

Internetissä julkaisu on helppoa, mutta kannattaako se? Lyhytelokuvajulkaisija Simon Young (henkilökohtainen tiedonanto 8.3.2012) ei pidä järkevänä laittaa sisältöä ilmaiseksi internetiin, koska se vie kaupallisen potentiaalin eli myyntiarvon. Toisaalta lyhytelokuviiin erikoistuneen TV-kanavan edustajana Youngilla on oma lehmä ojassa: jos lyhytelokuva tai -dokumentti on ilmaiseksi internetissä, miksi kukaan maksaisi sen katsomisesta kaapeli-TV:stä. Youngin (emt.) mukaan kyse on ennemminkin siitä, mikä on produktion tavoite. Monet haluavat vain, että heidän produktionensa tulee nähdä, jolloin internet on hyvä keino huomion saamiseksi. Tällä logiikalla toimii Ajan Hengen lisäksi myös *Kony 2012* -kampanja, jonka tarkoituksena on tehdä lapsisotilaita värväävä ugandalainen sissipäällikkö Joseph Kony mahdollisimman tunnetuksi maailmanlaajuisesti, jotta kansainvälinen yhteisö toimisi hänen pysäyttämisekseen. Kymmenessä

päivässä Kony 2012 -dokumenttia⁹ oli katsottu YouTubessa yli 77 miljoonaa kertaa. Maaliskuun lopulla, alle kuukausi puolituntisen dokumentin julkaisun jälkeen Afrikan unioni ilmoitti lähettävänsä 5 000 sotilasta Konyn perään (HS 25.3.2012). Kun tarkoituksena on, että mahdollisimman moni näkee sisällön, on YouTube tai joku muu vastaava ilmainen katselutapa tehokas vaihtoehto. Young (henkilökohtainen tiedonanto, 8.3.2012) haluaakin, että tehtäisiin selkeämmin ero täysin ilmaisen sekä muun sisällön välillä, sillä ilmainen sisältö syö maksullisen sisällön kysyntää.

2.2 Interaktiiviset dokumentit

Uusmedian avaamista mahdollisuuksista huolimatta mediatutkijat Ian Bogost, Simon Ferrari ja Bobby Schweizer (2010, 5-6) kritisoivat, että vaikka internet on tulevaisuuden väline, internetiin tuotetaan sisältöä samoilla vanhoilla metodeilla kuin printtiin, radioon ja televisioonkin. Näin heidän mukaansa jätetään hyödyntämättä internetin parhaimmat ominaisuudet, kuten helppo lähestyttävyyys. Verkkodokumentaarisuus, ja varsinkin interaktiivisten multilineaaristen dokumenttien genre, on lähtenyt ennakkoluulottomasti käyttämään hyväksi internetin lainalaisuuksia verkkosisällön tuottamisessa.

”Kutsumme 360degrees.org-sivustoa interaktiiviseksi dokumentiksi. Kuullessaan tämän monet haluavat tietää, kuinka pitkä se on. Tietysti sen pituus riippuu siitä, kuinka kauan käyttäjä matkaa sivuston läpi. Johtavan graafisen suunnittelun, tarinankerronnan, interaktiivisuuden ja juttuaiheiden luonteen yhdistelmä sijoittaa 360degrees.org-sivuston jonnekin taiteen, dokumenttien ja aktivismin väli- maastoon. Sivusto on ollut esillä dokumenttielokuvafestivaaleilla, gallerioissa ja uusmediamesseilla. Se on myös ollut ehdolla journalismikilpailuissa.”¹⁰ (Johnson 2001, käännös Annika Martikainen)

⁹ <http://www.youtube.com/watch?v=Y4MnpzG5Sqc>

¹⁰ We refer to 360degrees.org as an interactive documentary. When people hear this, they want to know how long it is. Of course, its length is determined by how the user travels through the site. The combination of high-end graphic design, storytelling, interactivity and the nature of the subject matter positions 360degrees.org somewhere between art, documentary and activism. The site has been featured at documentary film festivals, galleries and at new media trade shows. It has also been nominated for journalism awards. (Johnson 2001)

Dokumenttien siirtyminen nettiin vaikuttaa myös dokumenttien muotoon ja sisältöön (Aaltonen 2011, 33). Internet mahdollistaa *verkkodokumentit*, joissa yhdistellään journalismin perinteisiä kerrontamuotojen äänen, kuvan, grafiikan, tekstin ja videon lisäksi myös animaatiota. Verkkodokumenteista käytetään useita nimityksiä: webdokumentti, webortaasi, verkkoreportaasi, interaktiivinen dokumentti sekä interaktiivinen multimediodokumentti (ks. Gifreu 2011). Selvyyden vuoksi käytän rinnakkain termejä interaktiivinen dokumentti sekä verkkodokumentti multimediaalisista, internetissä julkaistuista dokumenteista.

Verkkodokumentit ovat kerronnaltaan epälineaarisia. Käyttäjä voi siis itse päättää missä järjestyksessä tarina etenee, toisin kuin perinteisissä dokumenteissa, joissa ohjaaja on valinnoillaan päättänyt järjestyksen, jossa asiat kerrotaan (lineaarinen kerronta). Saksalainen verkkodokumenttiyhteisö Webdoku.de (2012) vertaa dokumenttielokuvaa yksinkertaiseen puunrunkoon ja verkkodokumenttia puuhun, jossa on monia erilaisia oksia. Yleisö voi itse päättää, lähteekö seuraamaan sivuhaaraa vai pysyykö tarinan päätiellä. Samoilla linjoilla on myös espanjalainen audiovisuaalisen viestinnän tutkija ja tuottaja Arnau Gifreu (2011), joka näkee lineaarisen ja interaktiivisen dokumentin erona tuotantoprosessin: lineaarisen dokumentin prosessi loppuu samalla kun editointi on valmis. Interaktiivisen dokumentin taas voi nähdä ”elävänä systeeminä”, joka jatkaa muuttumistaan yleisön ottaessa siihen osaa kommentoimalla.

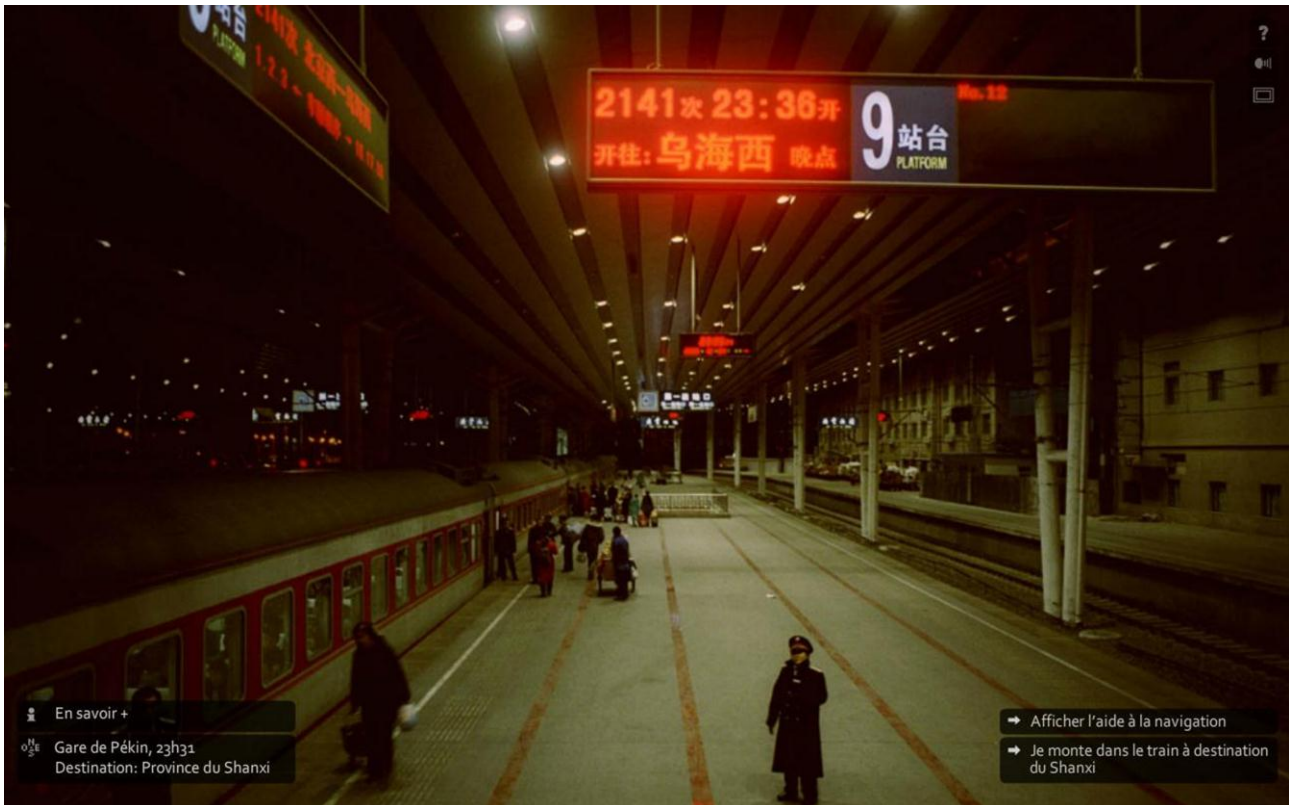
Melihat Hosseini ja Ron Wakkary (2004) kuvaavat perinteisen dokumenttielokuvan yleisöä katsojiksi, jolle näytetään kuvia toistensa jälkeen. Verkkodokumentit ovat muodoltaan lähempänä näyttelyä, aikakauslehteä¹¹ tai karttaa, sillä ”yleisö kutsutaan matkaamaan läpi tämän tietomäärän ja tutustumaan dokumentointeihin”. He kutsuvatkin verkkodokumentteja ”informaatiokimpuiksi” ja korostavat sitä, kuinka verkkodokumenteista saadaan tietoa *osallistumisen* kautta (ks. myös Bogost ym. 2010, 1-5).

¹¹Eräs verkkodokumentaarisuuden muoto verkkoaikakauslehti Flyp, joka muistuttaa idealtaan ja rakenteeltaan interaktiivisia dokumentteja. Suurimpana erona on Flypin lehtimäisyys: jutut rakentuvat tekstin ympärille, mutta mukana on myös kuvia, videota sekä ääniklippejä. <http://www.flypmedia.com/>

Verkkodokumentin voi nähdä myös pelinä. Mitchell Whitelaw (2002) vertaa *Halfeti: Only Fish Shall Visit* -dokumentin (2002) ”kokeellista navigaatiotyöä” tietokonepelien maailmaan ja varsinkin ensimmäisen persoonan (*first-person*) seikkailupeleihin. Samalla Whitelaw muistuttaa, että verkkodokumenttien viittaus peligenreen luo mielenkiintoisen vuorovaikutuksen kahden vastakkaisen muodon kanssa, fiktion (pelit) ja todellisuuden (dokumentti).

Webdokumentit ja interaktiiviset dokumentit olivat vielä 2000-luvun alussa melko outo formaatti. Ensimmäiset kokeilut tehtiin Kanadassa, ja kunnolla niiden tekeminen lähti Euroopassa käyntiin vuonna 2008. Samana vuonna julkaistiin ranskalainen *Voyage au bout du charbon*¹² (ks. Kuva 2), joka oli ensimmäinen isompi verkkodokumenttituotanto. *Voyage au bout du charbon* kertoo kiinalaisista kivihiilikaivoksista, maailman vaarallisimmista kaivoksista. Matka alkaa Pekingin juna-asemalta, jossa katsoja hyppää yöjunaan ja matkaa kivihiilen perässä Datongin kaupunkiin Shanxin maakunnassa, jota kutsutaan myös ”kivihiilen valtamereksi”. Katsoja päätyy Jinhuagongin kaivoskaupunkiin, jossa asuu 30 000 asukasta. Still-kuvien, videoiden ja tekstien kautta katsoja pääsee tutustumaan kaivoksen työntekijöiden raskaaseen arkeen.

¹² http://www.lemonde.fr/asia-pacifique/visuel/2008/11/17/voyage-au-bout-du-charbon_1118477_3216.html



Kuva 2: Matka kivihiihikaivoksille alkaa Pekingin juna-asemalta. Kuvakaappaus Voyage au bout du Charbon -verkkodokumentista.

Ranskalaisen webdokumentin saama suosio sai journalistit ja elokuvantekijät innostumaan uudesta kerronnan muodosta sekä internetin antamista mahdollisuuksista. Samalla suuret ranskalaiset televisioyhtiöt Arte, France 5 ja France 24 sekä Le Monde -sanomalehden nettiportaali lemonde.fr alkoivat rahoittaa ja julkaista interaktiivisia dokumentteja. Nykyisin erilaisia verkkodokumentteja, niin pienen budjetin kokeiluja kuin isojen julkaisijoiden dokumentteja, julkaistaan viikoittain. (Webdoku.de 2012)

Suomessa verkkodokumenteista innostui ensimmäisenä Helsingin Sanomat, joka julkaisi verkkodokumentin kerran kuukaudessa nettihuuman ollessa kuumimmillaan vuonna 2001. Helsingin Sanomat käytti verkkodokumenteistaan nimitystä *webortaasi*. (Raivio 2008, 1-2.) Ensimmäiset webortaasit ovat nykypäivän näkökulmasta aika alkeellisia: CD-rom-pelejä muistuttavia reportaaseja, joissa käytetään videon sijasta huonolaatuisia still-kuvia.

Raivion (2008, 1-2) mukaan nettikuplan puhjettua laimeni myös Helsingin Sanomien into verkkodokumenttien tekemiseen, ja internetin hypetys journalismin muuttajana palasi vasta 2010-luvun lähestyessä. ”Huomio oli nyt kääntynyt muualle: nopeaan ja näppärään ja mieluiten vielä käyttäjiensä itsensä luomaan sisältöön, esimerkiksi blogeihin, videoihin ja kuviin.” (emt., 2.) HS.fi:n uutispäällikön Maija Aallon (henkilökohtainen tiedonanto, 13.3.2012 ja 14.3.2012) mukaan HS.fi on sittemmin keskittynyt audioslideshow-esitysten ja kuvakertomusten tekemiseen. Helsingin Sanomissa audioslideshow'lla tarkoitetaan still-kuvien slideshow'ta, joissa on usein mukana myös ääntä ja jotain interaktiivisuutta. Kuvakertomukset ovat still-kuvia ilman mitään toiminnallisuuksia.

(M)eillä tehdään edelleen webortaasin tyyppisiä juttuja, mutta ei enää yleensä käytetä niistä sanaa webortaasi. Ja on vähän hankala sanoa missä kohtaa sana on kokonaan jäänyt pois käytöstä. (...) Itse ajattelen, että sana viittaa ennen kaikkea ennen vuotta 2001 tehtyihin webortaaseihin. Sana on ehkä vähän vaikea ymmärtää lukijan kannalta. (Aalto 2012, henkilökohtainen tiedonanto.)

Alkuvuonna 2012 julkaistu Japani vuosi katastrofin jälkeen -kuvakooste on hyvä esimerkki HS.fi:n uudesta verkkodokumentaarisuudesta (Kuva 3). Koosteessa on siistejä japanilaisia kaupunkimaisemia. Liikuttamalla hiirtä paljastuu kuvan alta täystuho: tuhoutuneita taloja, romuttuneiden autojen kasoja, sillalla lepäävä huvijahti, viranomaiset pelastustehtävissä. Molemmat kuvat on otettu samasta paikasta: alimmainen 2011 vuoden maanjäristyksen ja tsunamin jälkeen sekä päällimmäinen vuosi katastrofin jälkeen. Aallon (2012) mukaan Japani-koostetta olisi vielä kymmenen vuotta sitten kutsuttu webortaasiksi, vaikka se eroaa teknisesti ennen vuotta 2001 julkaistuista webortaaseista eikä siinä ole ääntä.



Ofunato 15.1.2012 ja 14.3.2011.

TORU YAMANAKA JA TOSHIFUMI KITAMURA / AFP

Liikuta palkkia kuvan päällä.

Kuva 3: Kuvakaappaus HS.fi:n Japani ennen ja jälkeen -kuvareportaasista. <http://files.snstatic.fi/hs/2012/3/japaniennenjalkeen/kooste.html>

Espanjalainen audiovisuaalisen viestinnän tutkija, tuottaja ja TV-ammattilainen Arnau Gifreu (2011) näkee teoksensa *The interactive multimedia documentary as a discourse on interactive non-fiction* luvussa *Perspective and Conclusions* myös interaktiivisten dokumenttien tuotannon ja levityksen polkevan paikallaan. Hänen mukaansa internetissä julkaiseminen rajoittaa elokuvantekijöiden teki- jyyttä ja kontrollia omasta produktiostaan ja vähentää sen vaikuttavuutta ”pie- nen ruudun kustannuksella”. Näin ollen Gifreu uskoo elokuvantekijöillä olevan varsin vähän innostusta muokata materiaaliinsa interaktiivisiin projekteihin. Yh- täältä epälineaarinen kerronta, jossa tekijä menettää tarinankulun hallinnan, nähdään ongelmana perinteisten dokumenttien maailmassa. (emt., 2011.) Toi- mittajat ja uutissivustot näyttävätkin olevan innostuneempia interaktiivisista do- kumenteista kuin elokuvantekijät ja dokumentaristit.

3 ESTEETTINEN JOURNALISMI

3.1 Perinteisen journalismin kehityskaari

Ymmärtääkseen esteettistä journalismia on katsottava taaksepäin perinteisen journalismin kehityskulkuun. Luostarinen (2002, 22–29) pohtii artikkelissaan *Moneksi muuttuva journalismi* kuinka eri aikakaudet ja yhteiskunnalliset muutokset ovat muokanneet journalismia ja kuinka ne osaltaan ovat jättäneet jälkensä myös nykypäivän journalismiin. Modernissa teollistuneessa ja kaupungistuneessa yhteiskunnassa journalismin esikuvaksi kasvoi tosiasiapohjainen uutissisältö. Sen tarkoituksena oli olla niin neutraalia, että sen voi myydä mahdollisimman monelle kuluttajalle. Ketään ei haluttu ärsyttää. Kannanotot kuuluivat mielipidesivuille, mutta uutisissa pyrittiin objektiivisuuteen. Tällainen kehitys tapahtui journalismin edelläkävijämaissa Yhdysvalloissa ja Iso-Britanniassa 1800-luvun puolivälissä, muualla myöhemmin.

Sittemmin organisaatioiden yhteiskunta määritteli journalismin toimintatavat, ”jolloin tärkeimmiksi lähteiksi muodostuivat hallinto, edustukselliset elimet, puolueet, etujärjestöt, yritykset, kansalaisjärjestöt jne. ja maailmaa jäsenettäessä rakenne asettui yksittäisten ilmiöiden yläpuolelle”. Hierarkkisissa organisaatioissa tieto tulee ylhäältäpäin, asiantuntijaeliitiltä (tutkijat, poliitikot, byrokraatit, lääkärit). (emt., 23.) Journalismilla oli yhtäältä valta julkisesta tiedosta, toisaalta se oli riippuvainen asiantuntija- ja viranomaiskoneistojen tiedottamisesta. Vaikka organisaatiot ja asiantuntijat eivät edustaisikaan kattavasti kansaa, niiden saama julkisuus on tärkeää, koska se vaikuttaa kansan elämään. (Kunelius 2000, 6.) Esimerkiksi nykypäivänäkin tiedotteet ovat puhtaimmillaan osa instituution ulospäin suuntautuvaa viestintää: tieto on valmiiksi prosessoitua ja jäseneltyä, kompaktiin muotoon tuotettuja tietokimppuja.

Journalismissa ei aina riittänyt edes faktapohjaisuus ja objektiivisuus vaan vaadittiin myös, että tiedon pitäisi olla olennaista (Kunelius 2000, 7). Organisaatioyhteiskunnan aikana kehittyikin käsitys ”tärkeistä” (politiikka, talous, kansainväliset suhteet) ja ”ei-tärkeistä” (henkilökohtaiset kokemukset ja tunteet, perhe, naiset, lapset) aiheista. Esimerkiksi uskonto kuului yksityisyyden alueelle, joka ei kuulunut journalismiin. Uskottiin myös, että persoonattomalla ja objektiivisella havainnoinnilla voidaan tuottaa varmaa tietoa todellisuudesta. Toimittajan rooli oli olla neutraali havainnoitsija, eikä hänen ollut soveliasta tuoda omaa persoonaansa esille. (Luostarinen 2002, 23–24.) Kieli on tässä tärkeässä osassa: se on ”neutraali todellisuuden välittämisen apuneuvo, jonka on pyrittävä siihen, että tulkintamahdollisuuksia ei jää yhtään enempää” (emt., 24).

Muun muassa ensimmäisen maailmansodan paljastama propaganda horjutti uskoa objektiiviseen journalismiin, jossa ”todellisuus itse luo uutiset” (Luostarinen 2002, 25). 1900-luvun aikana kypsyi ajatus journalismista julkisuustilana, johon eri poliittiset, taloudelliset ja ideologiset tahot pyrkivät saadakseen äänensä kuuluville. Utistutuotannosta tuli lähdekeskeistä:

Toimittaja alettiin mieltää yhä useammin todellisuuden raportoijan sijasta eräänlaisena julkisuuden portsarina, joka valikoi tilaan päästettävät lähteet ja valvoi näiden sivistynyttä käytöstä journalismin tilassa käytävissä julkisuustaisteluissa. Erityisesti yhdysvaltalaisessa journalismissa tuli ihanteeksi moninäkökulmainen ”*sitaattijournalismi*”. Suhde objektiivisuuteen muuttui siten, että keskeiseksi journalistisen ammattitaidon mittariksi tuli eri osapuolien kuuleminen ja näiden antamien lausumien mahdollisimman tarkka kirjaaminen. (Luostarinen 2002, 25-26.)

Jälkimodernissa yhteiskunnassa kasvavan keskiluokan sisään kasvoi laajempi diversiteetti erilaisia identiteettejä ja elämäntyylyjä, jonka seurauksena myös tärkeänä pidettyjen asioiden joukko laajeni. Samalla hylättiin ajatus yhdestä ainoasta totuudesta ja alettiin ennemmin puhua tiedon kulttuurisidonnaisuudesta ja tiedon tuottajien omista intresseistä. Tämä ajattelutapa tuli myös journalismiin ja uutistuotantoon: uutiset nähtiin toimittajien

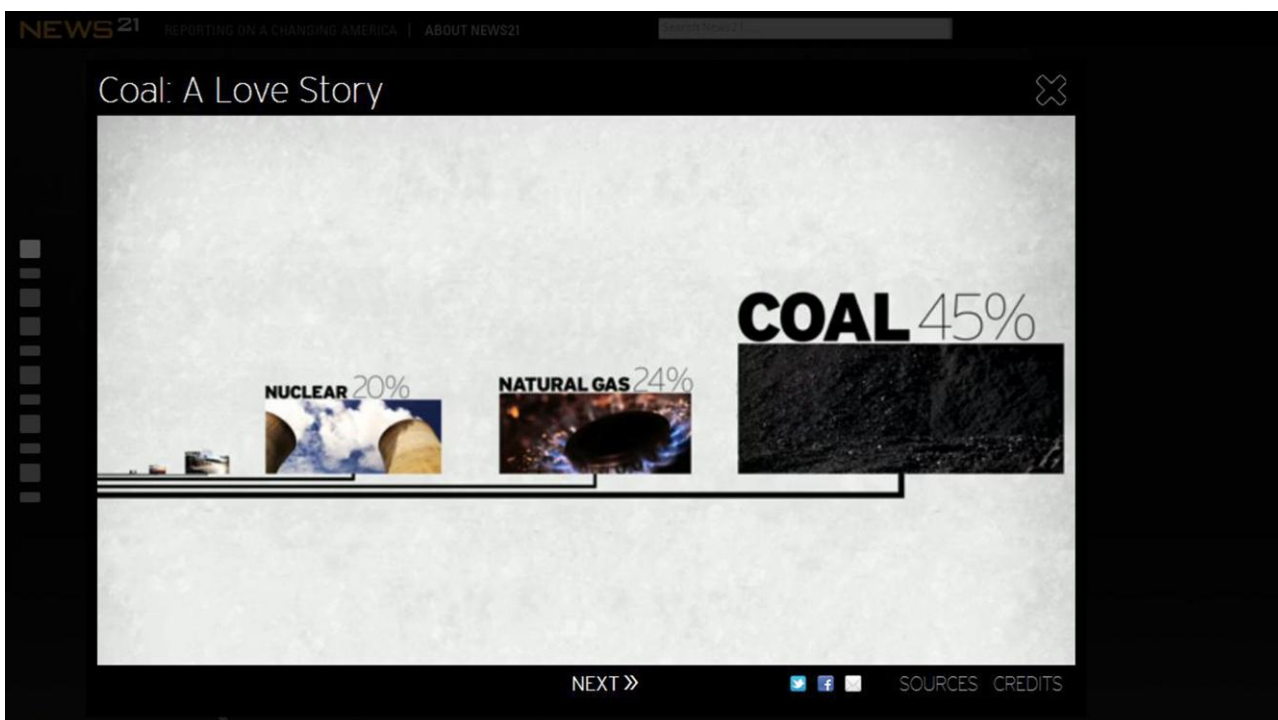
valitsemina ja muokkaamina näkemyksinä todellisuudesta. Toimittajat pyrkivät objektiivisuuteen samalla tiedostaen tekevänsä subjektiivisia valintoja, jotka vaikuttavat uutiseen. Samalla korostui toimittajan rooli kertojana, joka juonellistamalla ja kerronnan eri keinoilla selitti maailman tapahtumia lukijoille. Journalismin kerronnallistuminen ja kaupallistuminen herättivät epäluuloa, sillä pelättiin, että journalismi menettää yhteytensä todellisuuteen. (Luostarinen 2002, 27-28.)

Itse korostaisin sitä, että parhaimmillaan kyse on todellisuuden kuvaamisen ja tulkinnan taidosta, ei taidosta vailla pyrkimystä kohti todellisuutta. Kyse on edelleen ajankohtaisten, tosiasiapohjaisten ja yhteisöllisesti merkityksellisten asioiden välittämisestä tietyssä julkisuudessa. Mutta journalismin liikkumatila laajenee perinteisen uutisjournalismin säännöistä vaikkapa seuraavalla tavalla: Ajankohtaisuus ei merkitse vain "päivän uutistapahtumia", vaan ihmisten elämässä kunakin hetkenä merkityksellisiä asioita. (Luostarinen 2002, 28.)

3.2 Mediakulttuurin visualisoituminen ja estetisöityminen

Ruudulle piirtyy virtakytkimestä lähtevä sukkuloiva animoitu viiva, joka muistuttaa matopelin matoa. Kohta viivoista muodostuu verkosto. Mato ohittaa sanoja, jotka muodostavat lauseen ”We love the way we live”, me rakastamme elämäntapaamme. Taustalla on tietokoneohjelmistojen tuttuja ääniä luomassa tämän rakastamamme länsimaisen elämäntavan äänimaailmaa. Lopulta mato kuitenkin päättyy töpseliin ja katsoja ymmärtää madon tai viivan olleen sähköjohto. Kyseessä on *Coal – A Love Story*¹³ (2011), interaktiivisen dokumentin animoitu intro. Se kertoo globaalista energiantuotannosta sekä ennen kaikkea kivihilen suuresta merkityksestä päivittäisessä energiankulutuksessa. Tätä havainnollistaa myös intron seuraava osa, sähköjohdon toinen pää: lyhyillä, alle 2 sekunnin mittaisilla videokuvilla ja niiden yläpuolella olevilla prosenttimäärillä havainnollistetaan eri energialähteiden osuuksista maailman energiantuotannosta (ks. Kuva 4).

¹³ <http://www.poweringnation.org/coal/>

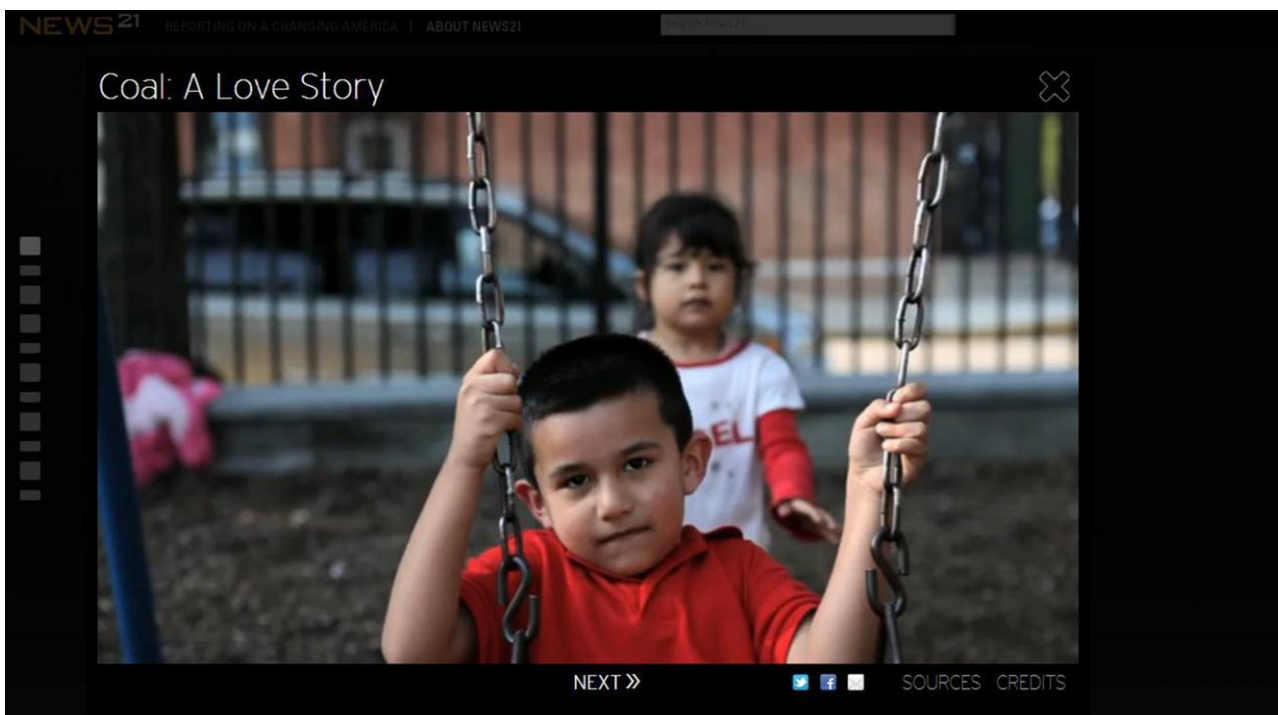


Kuva 4: Kuvakaappaus Coal - A Love Story -verkkodokumentin introvideosta

Grafiikasta selviää, että suurin osa maailman energiasta tuotetaan kivihieillä. Tätä seuraavat videoklipit kivihieiltä kuljettavista junavaunuista ja ydinvoimaloista, mutta pian näytetään jotain ihan muuta kuin energiantuotantoon liittyvää kuvastoa (ks. Kuva 5): itkevä lapsi sairaanhoitajan luona, iltahämärässä papatteja räjäytteleviä poikia, kyyneleitä pyyhkivä räväkästi meikattu nainen, tyttö työntämässä vauhtia keinuissa istuvalle pojalle, lintuja taivaalla. Taustalla miesääni sanoo: "There's always tension. Tension makes us stronger" eli aina on jännitettä, jännite tekee meistä vahvempia.

Coal-verkkodokumentissa kivihieili rinnastetaan rakkauteen: välillä se satuttaa ja tekisi mieli erota, mutta ilman sitä on hankala elää. Kivihieili työllistää monia ja lämmittää vielä useampia, mutta samalla saastuttaa ja on uhka terveydelle. Verkkodokumentti kertoo, että keskiverto amerikkalaisperhe polttaa yli 2800 kiloa kivihieiltä vuodessa. Nämä edellä mainitut lyhyet videoklipit arkielämästä kuvaavatkin osuvasti kivihieilen tärkeyttä maissa, joissa se on pääenergianlähde, ja näin välttämätön osa modernia elämää. Samalla ne kuvaavat ongelmallista

rakkaussuhdetta kivihiileen, jossa ei voi välttyä sydänsuruilta.



Kuva 5: Kuvakaappaus Coal - A Love Story -verkkodokumentin introvideosta.

Coal-verkkodokumentti pelaa vahvoilla visuaalisilla elementeillä, jotka havainnollistavat kivihiilen tärkeyttä arkielämässä. Yleisemmällä tasolla kulttuurin *visualisoituminen* on seurausta kehityksestä, jonka myötä kuvien tuottaminen on helpompaa ja halvempaa kuin vuosikymmeniä sitten. Sama koskee myös mediakulttuuria: Kuvien määrä on räjähdysmäisesti kasvanut television ja internetin ansiosta mutta samalla vallannut alaa myös aikakaus- ja sanomalehdissä. (mm. Naukkarinen 2000, 34; Seppänen 2001, 38–39)

Vaikka nykyisin tietokantapohjaista informaatiota on kaikkien ulottuvilla, välillä on erittäin hankalaa löytää helposti ymmärrettävä tapa lähestyä monimutkaisia ajankohtaisia teemoja. Minun tehtävänäni [AP- uutistoimiston visuaalisesta ja interaktiivisesta sisällöstä vastaavana johtajana, *toim. huom.*] on selittää käyttäjälle monimutkaisia asiayhteyksiä visualisoinnin kautta. Käytämme siihen kuvia, videoi-

ta ja graafisia elementtejä, kuten karttoja ja taulukkoja. [...] Tämän tekniikan suosio journalismissa kasvaa.¹⁴ (Nessa 2011, käänös Annika Martikainen)

Kuvallisuudesta on näin tullut erottamaton osa mediaa ja interaktiiviset dokumentit voidaan nähdä tämän kehityskaaren uusimpina muotoina. Seppänen (2001) tosin muistuttaa, että ”kaikki kuvallisuus on visuaalista, mutta kaikki visuaalisuus ei ole kuvallista”. Kuvallisella hän tarkoittaa kuvallisia esityksiä, kuten valokuvia, piirroksia tai maalauksia, kun visuaalisuus on kaikki minkä näemme. (emt., 37) Naukkarisen (2000, 35) mukaan on kuitenkin ”naiivia ja provokatiivista” luulla, että kuvat olisivat vähitellen syrjäyttämässä verbaalin kielen:

Utopioissa [...] hellitään ajatusta, että kuvat ovat niin voimakas ja tehokas ilmaissumuoto, että sanoja ei tarvita niin paljon kuin ennen, nyt kun kuvia vähitellen opitaan käyttämään paremmin ja paremmin kommunikoinnin välineinä. Kuvallistumisessa olisi kyse siitä, että pääsemme vihdoin irti sanan ylivallasta, lähemmäs helpompaa ja tehokkaampaa, kaikkia puhuttelevaa viestintää, jonkinlaista visuaalista esperantoa. (emt. 2000, 35.)

Kuvallistuminen pitäisi siis nähdä ennemminkin kuvan aseman vahvistumisena muissa viestintämuodoissa, eikä niinkään kuvallistumisena erillisenä ilmiönä (Naukkarinen 2000, 35). Joukkoviestinten representaatiot ovatkin tärkeä osa kuvallisuuden kenttää, sillä joukkoviestimet tuovat kuvat suuren yleisön nähtäväksi. Samaan aikaan mediakulttuurin kuvallistumisen myötä tiedon julkaisu ja jakelu on *estetisöitynyt*. Siclodin (2009, 13) mukaan globaali markkinatalous ja kaupallinen painostus ajaa mediaa paketoimaan uutiset viihdyttävään muotoon. Näin estetisöitymisessä ei ole kyse vain muodon kuvallistumisesta, vaan myös sisällön viihteellistymisestä. Luostarinen (2002) kuvailee jälkimodernin yhteiskunnan muuttunutta suhdetta visuaalisuuteen:

¹⁴ Heutzutage sind datenbasierte Informationen überall greifbar, aber darin einen verständlichen Zugang zu komplexen aktuellen Themen zu finden, ist manchmal richtig schwer. Meine Arbeit konzentriert sich darauf, dem User den oft tief vergrabenen Kontext durch Visualisierungen zu erklären. Wir verwenden dafür Fotos, Videos und grafische Tools, beispielweise Karten und Diagramme. Diese Technik wird im Journalismus immer populärer. (Nessa 2011)

Usko kuvan totuudellisuuteen lienee yhä vankka yleisön silmissä, mutta toimittajat alkoivat nähdä sen yhä useammin tiettyä tulkintana todellisuudesta. Silloin oleellista ei ole aina kuvan realistisuus, vaan syntyvän tulkinnan kiinnostavuus ja tuoreus. Kuva ja muut visuaaliset elementit ja sana alettiin nähdä yhä vankemmin tekijän ohjaamana kerrontana, jossa syntyvien merkitysten ketjuja on rakennettava yli verbaalisen ja visuaalisen ilmaisun rajojen.” (emt., 27)

3.3 Journalistista taidetta, taiteellista journalismia

Samaan aikaan kun journalismi on estetisoitunut, on taiteentekemisessä kiinnostuttu journalismin tutkivista työtavoista. Taustalla on taiteen uudelleen politisoituminen toisen maailmansodan jälkeen, erityisesti 1960-luvulla. Siclodin mukaan tämä on seurausta pidemmästä kehityksestä, jossa taide on ylipäättänsä levittäytynyt sen perinteisten rajojensa ulkopuolelle arkisiin asioihin. (Siclodi 2009, 13-14.) Jos taide ja journalismi käyttävät samoja elementtejä todellisuuden esittämiseen, voisiko niillä olla jotain annettavaa toisilleen? Cramerotti (2009, 21) esittelee *esteettisen journalismin* käsitteen, joka tarkoittaa ”yhteiskunnallisten, kulttuuristen tai poliittisten olosuhteiden tutkimista taiteellisten käytäntöjen avulla”. Cramerotin lähestyminen sisällöntuotantoon on ennen kaikkea taiteen näkökulmasta: Nykypäivän taiteilijat eivät enää ole käsityöläisiä, vaan poliittisesti ja yhteiskunnallisesti kriittisiä toimijoita, jotka käyttävät taidetta ajatuksiensa ilmaisuun ja todellisuuden analysointiin. Taide ei ole tuotteiden tekemistä vaan pääosassa on informaatio ja tiedonvälitys (emt., 83). Näin taiteilijan rooli on hyvin lähellä toimittajan roolia.

Esteettisessä journalismissa ei ole kyse vain muodosta (kuvallisuus ja visuaalinen näyttävyyys), vaan myös sisällöstä. Näitä kahta elementtiä onkin mahdotonta erottaa toisistaan (Lassila-Merisalo 2009, 12–13). Cramerotti näkeekin taiteen tärkeimpänä tehtävänä kysymysten esittämisen ja taiteilijoiden velvollisuutena vallitsevan yhteiskunnan kritisoimisen ja kyseenalaistamisen. Näin taiteen, ja sitä kautta esteettisen journalismin, tulisi Cramerotin mukaan olla lähtökohtaisesti poliittista. (emt., 39.) Esikuvana Cramerotti pitää poliittis-

taiteellisia, marxilaistaustaisia situationalisteja, jotka erilaisilla tempauksilla kritisoivat kulutusyhteiskuntaa ja globaalia kapitalismia (emt., 56–57).

Cramerotin mukaan yksi esteettisen journalismin ominaisuuksista on se, että se tyypillisimmin julkaistaan muualla kuin perinteisissä mediakanavissa (2009, 21): gallerioissa, elokuvafestivaaleilla, museoissa, biennaaleissa tai internetissä. Cramerotti ihmettelee, ovatko taideinstituutiot ainoita paikkoja, joissa esitetään vaihtoehtoja ja perinteisen journalismin antamaa näkökulmaa täydentävää kuvaa maailmasta (2009, 39). Esteettisen journalismin tuotteet ovat tyypillisimmillään multimediaalisia esityksiä ja installaatioita, valokuvanäyttelyitä, videotaidetta ja dokumentteja.

Toisaalta Cramerotin (2009, 22;33) mukaan poliittisten ja yhteiskunnallisten taiteilijoiden pitäisi myös nähdä erilaiset ilmaisu- tai julkaisumuodot, kuten perinteiset joukkoviestimet, potentiaalisena tapana saada asiansa kuuluviin. Näin esteettinen journalismi ei jäisi vain taiteeseen suuntautuneen yleisön nähtäväksi gallerioihin ja muihin taideinstituutioihin. Vaarana on, että taiteellinen tieto kulutetaan ”vain” esteettisenä tuotteena taidemaailmassa. Cramerotti ei erikseen mainitse interaktiivisia dokumentteja esteettisen journalismin tuotteena, mutta ne voidaan nähdä jatkumona esteettisen journalismin traditiolle: ne ovat multimediaesityksiä, joita varten on tehty tutkivaa journalistista taustatyötä. Osa interaktiivisista dokumenteista on tosin julkaistu perinteisten joukkoviestinten kautta, esimerkiksi uutissivustolla, ja on näin ollen käynyt Cramerotin purnaaman perinteisen journalismin suodattimen läpi (2009, 22). Osa projekteista on journalismia opettavien oppilaitoksen kokeiluja, kuten aiemmin tässä luvussa esitelty *Coal – A Love Story* (2011).

Tavanomaisesti interaktiiviset dokumentit julkaistaan omilla nettisivuillaan, ja pääsy dokumenttiin upotetaan erikseen joukkoviestimen nettisivuille. Internetin hyvänä puolena Cramerotti näkee sen antaman mahdollisuuden interaktiivisuuteen, independent-julkaisuun sekä autoritaarisen tiedonjulkaisun

kyseenalaistamiseen. Kun ammattilaisten ja amatöörien julkaisema sisältö on rinta rinnan internetissä, ovat blogit ja kansalaisjournalismi osaltaan kaivaneet kuoppaa myös mediainstituutioiden julkaiseman tiedon alta. Internetin suunnaton tietomäärä on muuttanut väistämättä myös toimittajan roolia kohti useamman näkökulman esiintuojaa. (Cramerotti 2009, 43–44.)

3.4 Perinteisen ja esteettisen journalismin neljä tukipilaria

Kunelius (2000) kuvailee 2000-luvun perinteistä journalismia *nelijalkaisena otuksena*. Nämä neljä jalkaa kuvastavat journalismin funktioita *tiedonvälittäjänä, julkisen toiminnan resurssina, julkisen keskustelun ylläpitäjänä* sekä *tarinankertojana*. Perinteinen journalismi perustelee usein erityisasemaansa juuri *tiedonvälityksen* kautta (Kunelius 2000, 6). Tässä piileekin eräs näitä journalismin muotoja perustavanlaatuisesti erottava seikka: Esteettisen journalismin tarkoituksena ei niinkään ole välittää tietoa vaan ennemminkin kyseenalaistaa sitä. Perinteisen journalismin yrittäessä vastata kysymyksiin esteettinen journalismi pyrkii nostamaan esille kysymyksiä. (Cramerotti 2009, 29–30.)

Samalla kun journalismi tarjoaa tietoa yleisölle, on se myös riippuvuussuhteessa ”muihin yhteiskunnallisiin laitoksiin, joilta halutaan tietoja ja joita haastetaan tiedoilla” (Kunelius 2000, 6). Tähän organisaatio- ja asiantuntijavetoiseen journalismiin kytkeytyy tiiviisti myös ajatus journalismista *julkisen toiminnan resurssina*: julkisen keskustelun areenana ja eri tahojen temmellyskenttänä.

Kannattaa panna merkille, että 1900-luku oli paitsi ammatillistuvan journalismin, myös professionalisoituvan PR-toiminnan vuosisata. Mitä pidemmälle uutisjournalismin aikaa on eletty, sitä paremmin nämä laitokset ovat oppineet käyttämään journalismia oman julkisuustyönsä kaikupohjana. (Kunelius 2000, 18)

Jos uutinen edustaa aina jotain tahoa, haluaa esteettinen journalismi tuoda

esille sellaisia tahoja, jotka eivät yleensä pääse ääneen. Sen tarkoituksena rikastuttaa julkista keskustelua ja tuoda eri tahot mukaan keskustelemaan yhteisistä asioista. Tämä on perinteisesti nähty myös perinteisen uutisjournalismin tehtävänä. Tosin esteettiset journalistit kritisoivat, että perinteinen journalismi ei siihen kaupallisen taustansa vuoksi pysty.

Esteettinen journalismi haluaa olla avoimen subjektiivinen, tehdä selväksi mistä lähtökohdasta esteettisen journalismin tuote on tehty. (Cramerotti 2009, 29–31.) Tässä mielessä esteettinen journalismi on hyvin lähellä *kansalaisjournalismia*. Kansalaisjournalismin käsite on kaksijakoinen: alun perin se tarkoittaa Yhdysvalloissa 1990-luvun lopussa syntynyttä uutta journalismin muotoa, jossa uutisaiheet kumpuavat kansalaisten kokemuspöydästä (Bavard & Ruusunoksa 2007, 157–163). Näin kerrotaan kansalaisia lähellä olevista asioista ja ideaalitapauksessa he pääsevät osallistumaan oman alueensa julkiseen keskusteluun (Filpus 2012). Vastakohtana voidaan nähdä ”esityslistajournalismi” tai eliittijournalismi, jota tehdään talouden, politiikan ja hallinnon ammattilaisten ja byrokraattien lähtökohdista. Tällainen kansalaisjournalismi on ammattitoimittajien tekemää ja ammattimediassa julkaistua. Nykyään kansalaisjournalismin toisena ulottuvuutena on nähty kansalaisten itsensä tuottama ja julkaisema sisältö, kuten blogit tai valokuvasarjat.¹⁵ (Bavard & Ruusunoksa 2007, 157–163.)

Esteettisen journalismin pyrkimys avoimeen subjektiivisuuteen kritisoi perinteisen journalismin näennäisesti neutraalia tapaa uutisoida. Esteettisen journalismin tarkoituksena on antaa erilaisia näkökulmia, joille ei ole tilaa perinteisessä mediassa. Samalla se kyseenalaistaa perinteisen journalismin nyky muodon, lähdepainotteisen sitaattijournalismin. (Cramerotti 2009, 29-31) Sitaattijournalismissa yritetään ottaa tasapuolisesti kaikki tahot huomioon ja

¹⁵Ruusunoksa (Bavard & Ruusunoksa 2007, 160-161) kritisoi kansalaisjournalismin laajempaa tulkintamuotoa. Hän ei pidä kansalaisten itsensä tuottamaa sisältöä, kuten blogeja, automaattisesti journalismina: ”Ei kai mikä tahansa verkossa julkaistu materiaali yhtäkkiä ole journalismia?” Kansalaisten kokonaan tai osittain itse tuottamasta journalistisesta sisällöstä käytetään myös nimitystä *osallistuva journalismi* erona ammattijournalistin tekemään kansalaisjournalismiin.

antaa heille suunvuoro (Luostarinen 2002, 26). Tällä metodilla toimittaja yrittää välttää tietyn tahon suosimista toisen kustannuksella sekä tehdä selväksi kenen suusta mikäkin tieto tulee. Cramerotin (2009, 31) mukaan sisällöntuottaja voisi ottaa rohkeammin kertojan roolin ja kantaa vastuun faktojen paikkansapitävyydestä. Sitaattijournalismin taustalla on journalismin jalo pyrkimys siihen, ”että julkisuuden pitäisi säilyä mahdollisimman vapaana erilaisten intressien vaikutuksesta, että sen sisältöjen pitäisi olla joko totta tai tasapuolisia ja reiluja” (Kunelius 2000, 18).

Kolmas Kuneliuksen (2000, 12–13) journalismille antamista tehtävistä on *julkisen keskustelun herättäminen* ja ylläpito. Tämän taustalla on ajatus länsimaisesta demokratiasta, jossa yleisö tekee yhteiskunnallisia päätöksiä mediasta saamiensa tietojen pohjalta.

Yhtäältä ”mielipiteiden” erottaminen tiedosta korostaa ideaa yksilöllisestä vapaudesta (kukin saa olla asioista sitä mieltä kuin haluaa) ja esimerkiksi yleisönosastolla sanomalehdessä on osin tällainen symbolinen rooli (se kuvaa ja kuvastaa vapaita yksilöllisiä mielipiteitä, todistaa niiden olemassaolon). Toisaalta tiedon ja mielipiteiden erottamiseen liittyy myös arvojärjestys: mielipide on selvästi alisteista tosiasioille - mielipiteet ”johtuvat” tiedoista. [...] Siinä, missä tarinankerronta täydentää journalismin todellisuuskuvaa tuomalla mukaan inhimilliseen kokemuksen ulottuvuuden, keskustelun raportoiminen tuo tosiasioiden keitokseen yksilöllisten mielipiteiden mausteen. Mutta journalismin omakuvaan liittyvän näkemysmukan *tiedonvälitys tuottaa keskustelua*, uutiset herättävät puheenaiheita. (Kunelius 2000, 12–13)

Siclodi (2009, 14) kritisoi tapaa, jolla ero tiedon ja mielipiteen välillä on hämärtynyt perinteisessä mediassa. Hän pohtiikin, voisiko taiteesta tulla tapa antaa yhteiskunnallista kritiikkiä, koska perinteiset joukkoviestimet eivät siihen pysty. Parhaimmillaan esteettinen journalismi voi antaa toisen näkökulman uutisvirran tai historian tapahtumiin, mikä on perinteisesti ollut myös reportaasien tehtävänä. Näin ollen esteettinen journalismi on lähellä tutkivan journalismin¹⁶ käsitettä, sillä molemmat käyttävät tutkivia työmetodeja

¹⁶Ks. esim. Kuutti, Heikki 2001. Tutkittu juttu. Johdatus tutkivaan journalismiin. Saarijärvi: Atena Kustannus Oy.

taustoittaakseen ajankohtaisia uutistapahtumia. (Cramerotti 2009, 23–24.)

Siclodin ajattelutapa haiskahtaa vanhanaikaiselta, sillä journalismissa ja ylipäättänsä tutkimuksessa on hylätty ajatus puhtaan objektiivisesta tiedosta jo 1900-luvun puolivälin tienoilla. Tärkeämpää on tiedostaa tietolähteet uutisten takana sekä heidän intressinsä (Luostarinen 2002, 25–26; Kunelius 2000, 5).

Toimituksissa tunnutaan ymmärtävän pääsääntöisesti niin, että journalismi erottaa toisistaan tiedot ja mielipiteet, siis "objektiiviset" näkemykset ja "subjektiiviset" näkemykset. Journalistit nostavat tai päästävät jutuissaan julkisuuteen koko joukon myös jälkimmäisiä, mutta useimmiten tietyn ehdoin. Ääritapauksissa tien julkisuuteen avaa se, että joko "mielipiteet" ovat edustavia ja painavia, jolloin niitä kertominen sopii luontevasti "tiedon" välittämiseen (vrt. edustavat ja tietävät laitokset edellä) - tai sitten mielipiteet ovat sen verran poikkeavia ja luonteeltaan kuriositeettisia, että niiden poikkeuksellisuus itse asiassa kelpaa kuvaamaan normaalia enemmistöä. (Kunelius 2000, 12.)

Siclodin kritiikki ei kuitenkaan ole aivan perusteetonta: Tiedon portinvartijoillakin, joukkoviestintävälineillä, on omat kaupalliset, poliittiset tai ideologiset intressinsä (esim. puoluelehdet, keskittyneen mediaomistuksen vaikutus sisältöön). Perinteisen journalismin ideaalisten roolien lisäksi se kuitenkin "epäilemättä tavoittelee taloudellisia voittoja, rakentaa stereotyyppioita erilaisten valtasuhteiden palvelukseen, valistaa, vieraannuttaa ja viihdyttää yleisöään ja niin edelleen" (Kunelius 2000, 5).

Melko yleinen esimerkki mielipiteestä journalismissa ovat gallupit, joissa kysytään kadunkulkijoiden mielipiteitä johonkin heitä koskettavaan aiheeseen. Gallupin ihanteena on tuoda tavallisen ihmisen ääni päättäjien kuuluville. Toinen esimerkki on "taviksen", tavallisen ihmisen, käyttäminen uutis- tai ajankohtaisjutussa. Esimerkkitapauksen (case) kautta päästään puhumaan yleisen tason asioista. Yksityisestä siirrytään yleiseen. Näin tarinallistetaan faktoja, annetaan aiheelle kasvot. Ihmiset ovat tottuneet hahmottamaan maailmaa tarinoiden kautta (Saksala 2008, 94). Myös Kunelius (2000, 9-12)

näkee tarinankerronnan tärkeänä, joskin pitkään vähäteltynä journalismin tehtävänä tai funktiona. Taustalla on 1900-luvun uutisjournalismin pyrkimys objektiiviseen tietoon, johon tarinallistaminen ei sopinut (Luostarinen 2002, 22–23).

Viimeistään 1980-luvulla narratiivisen käänteen myötä *tarinankerronnasta* ja kerronnallisuudesta on tullut hyväksytty osa niin perinteisen journalismin kuin tutkimuksenkin arkipäivää (mm. Lassila-Merisalo 2009, 19-20; Luostarinen 2002, 27-28; Hyvärinen 2005): ”Myös journalismin tutkimus on varsinkin viime vuosikymmeninä ottanut vakavasti ajatuksen, että journalismi onkin kenties ennen muuta tarinoiden kerrontaa – silloinkin, kun se itse erinäisistä syistä antaa ymmärtää olevansa jotain muuta” (Kunelius 2000, 10). Termiä on monia: kaunokirjallinen journalismi (Lassila-Merisalo 2009), narratiivinen journalismi, uusjournalismi (*new journalism*).

Tarinankerronnan keinoilla esteettinen journalismi tuo esille perinteisen journalismin geneerisen muotokielen ja houkuttelee kuluttajan kyseenalaistamaan näitä tutuiksi ja turvallisiksi koettuja kerronnan keinoja (Cramerotti 2009, 22). Samalla kerronnallisuus antaa mahdollisuuden avoimesti subjektiivisen tiedon välittämiseen, tuoden julki tahot, jotka esteettisen journalismin tuotteen takana ovat.

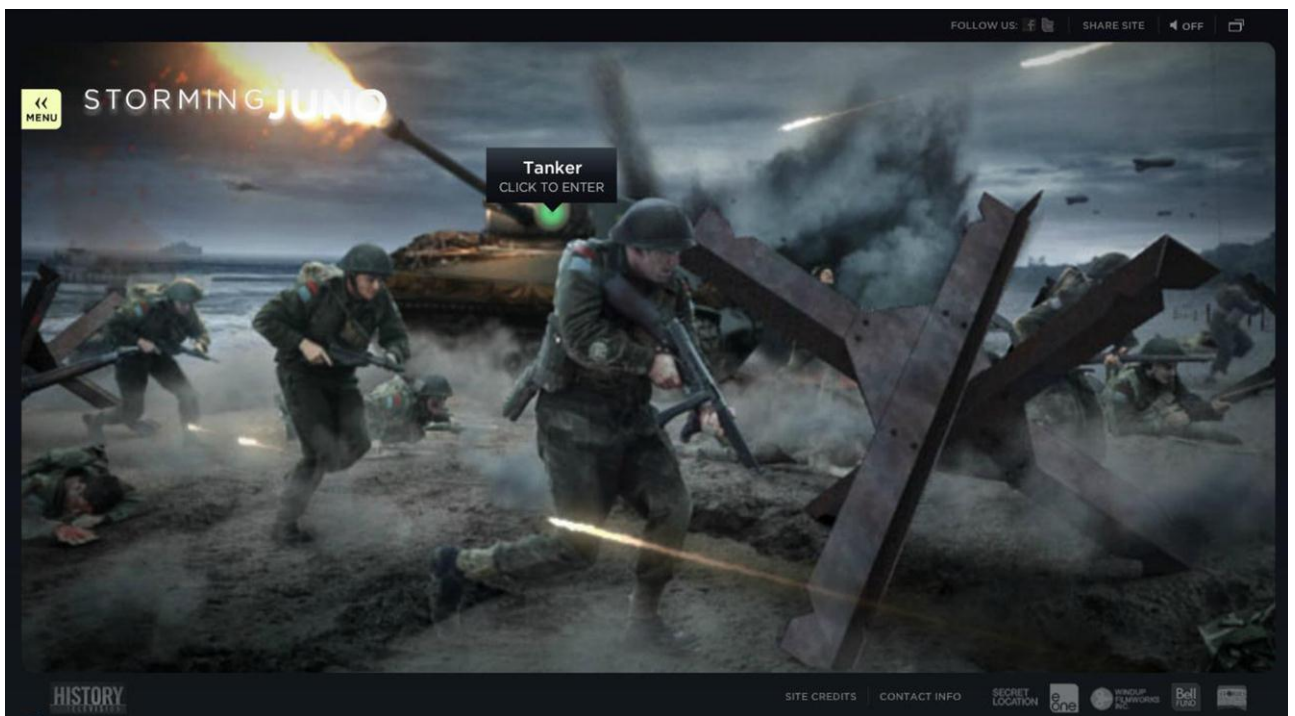
	Perinteinen journalismi	Esteettinen journalismi
Tiedonvälittäjä	<ul style="list-style-type: none"> • Välittää tietoa • Vastaa kysymyksiin 	<ul style="list-style-type: none"> • Kyseenalaistaa tietoa • Nostaa esille kysymyksiä
Julkisen toiminnan resurssi	<ul style="list-style-type: none"> • Asiantuntijavetoinen organisaatiojournalismi • Sitaattijournalismi 	<ul style="list-style-type: none"> • Edustaa tahoja, jotka eivät yleensä pääse ääneen • Avoimen subjektiivinen
Julkisen keskustelun ylläpitäjä	<ul style="list-style-type: none"> • Tiedonvälitys tuottaa keskustelua • Mielipiteet vs. tieto • Lähdekritiikki 	<ul style="list-style-type: none"> • Taiteesta yhteiskunnallisen kritiikin muoto • Perinteisen journalismin kyseenalaistaminen
Tarinankertoja	<ul style="list-style-type: none"> • Faktojen tarinallistaminen • ”Tavisten” käyttö 	<ul style="list-style-type: none"> • Perinteisen journalismin geneerisen muotokielen paljastaminen

Taulukko 1. Perinteisen ja esteettisen journalismin eroja Kuneliuksen (2000) nelijalkaisen journalismimäärittelyn pohjalta.

Ovatko perinteinen ja esteettinen journalismi loppujen lopuksi kovinkaan erilaisia? Molemmissa on pohjimmiltaan tavoitteena yhteiskunnallinen kritiikki ja keskustelun herättäminen, ehkä vain keinot ovat erilaiset (ks. Taulukko 1). Cramerotti (2009, 29) painottaakin, että esteettisen journalismin tarkoituksena ei ole syrjäyttää perinteistä journalismia, vaan antaa erilaisia näkökulmia, jotka eivät pääse ääneen perinteisessä mediassa. Samalla kun esteettinen journalismi kritisoi yhteiskuntaa, haluaa se myös kyseenalaistaa perinteistä mediaa ja sen konventioita (emt., 21–22).

3.5 Muoto objektiivisuuden takeena?

Katsoja näkee edessään rannan. Ensimmäisenä katse osuu tulta sylkevään panssarivaunuun ja vesirajassa oleviin aluksiin. Yläilmoista näkee ranskalaisen Bernièresin kylän, jonne olisi tarkoitus päästä. On 6. kesäkuuta vuonna 1944 ja Normandian maihinnousu täydessä käynnissä. Mukana on myös joukko kanadalaisia sotilaita, jotka tulivat mukaan liittoutuneiden joukkoihin taistellakseen kansallissosialismia ja natsveja vastaan. Verkkodokumentti *Storming Juno*¹⁷ (2010) seuraa näiden kanadalaisten kohtaloita Junon hyökkäyksessä. Katsoja voi hiiren avulla navigoida 360-asteen animoidulla taistelutantereella, jossa sotilaat juoksevat silmittömästi, zeppelinit lentävät taivaalla, luodit viuhahtavat ohi ja panssarivaunut lähestyvät uhkaavasti (ks. Kuva 6).



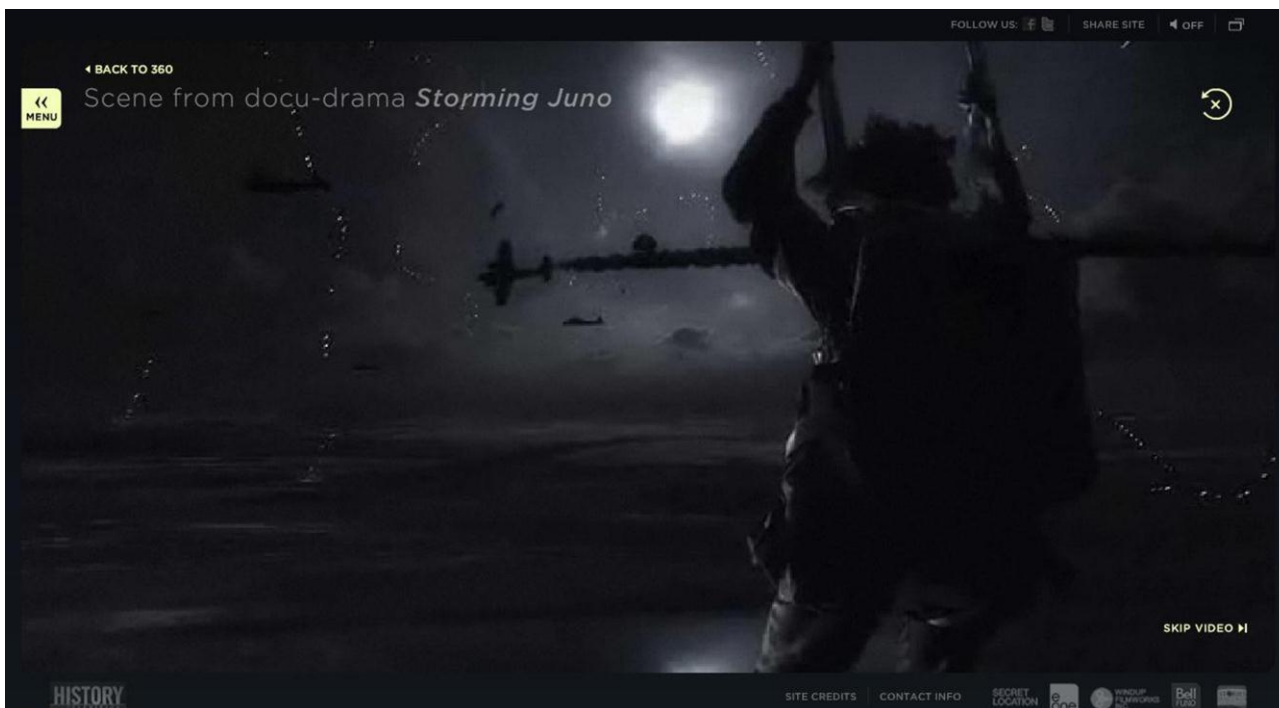
Kuva 6: Kuvakaappaus Storming Juno -verkkodokumentin 360-asteisestä valikosta.

Erikoista *Storming Juno* -verkkodokumentissa on se, että se pohjautuu samanimiseen draamadokumenttiin (*engl. docudrama*). Draamadokumentilla tai do-

¹⁷ <http://stormingjuno.com/>

kudraamalla tarkoitetaan elokuvaa, jossa on näyttelemällä dramatisoitu tositahtumia (Saksala 2008, 141–148). *Storming Juno*-draamadokumentissa seurataan Normandian maihinnousua ja Junon taistelua kolmen kanadalaisen sotilaan silmin. Oheistuotteena olevaan verkkodokumenttiin on kerätty runsaasti lisämateriaalia aiheesta: kanadalaisten sotilaiden ja ranskalaisten siviilien haastatteluja, arkistomateriaalia sekä selostusta Junon taistelun taustoista.

Saksalan mukaan (2008, 142) ”monet draamadokumentit ovat niin kaukana dokumentaarisesta kerronnasta, että voisi pikemminkin puhua tosiasioihin perustuvasta draamasta”. Kuvamateriaalin saatavuus määrää usein mistä aiheesta juttuja ylipäättään tehdään (Cramerotti 2009, 42). Uutistoimituksessa joudutaan miettimään, onko aihe visuaalinen, soveltuuko se televisioon vai sittenkin johonkin muuhun välineeseen. Saksalan (2008, 142; 144–145) mukaan dramatisoinnilla voidaan käyttää silloin, kun aiheesta ei ole autenttista kuvamateriaalia. Draamadokumentin teossa on tärkeää tehdä katsojalle selväksi, milloin on kyse faktasta ja milloin fiktiosta. *Storming Juno* -verkkodokumentin tapauksessa ero on tehty haastattelumateriaalin ja dramatisoitujen kohtausten vuorottelulla. Draamadokumentin dramatisoituja kohtauksia käytetään myös verkkodokumentissa lyhyinä siirtymäkuvina 360-valikosta lisämateriaaleihin. Niiden päälle on kuitenkin laitettu selventävä teksti, joka kertoo sen olevan draamadokumentista (ks. Kuva 7). Tällä halutaan varmasti mainostaa draamadokumenttia, mutta samalla se myös tekee selväksi, ettei kyseessä ole autenttisesta kuvamateriaalista.



Kuva 7: "Kohtaus draamadokumentista Storming Juno". Kuvakaappaus Storming Juno - verkkodokumentin dramatisoiduista siirtymäkuvista.

Haastattelukuvan estetiikka on hyvä esimerkki Cramerotin (2009, 22) mainitsemasta perinteisen median vakiintuneesta muotokielestä. Kun henkilö puhuu puolilähikuvassa kultaisessa leikkauksessa, tiedämme heti, että kyseessä on haastattelu (ks. Kuva 8). Oletamme, että haastateltava puhuu spontaanisti ilman käsikirjoitusta. Oletamme, että hän on itse kokenut ne asiat, joista hän kertoo. *Storming Junossa* asia on selvennetty haastattelukuvan päällä olevalla tekstillä REAL STORIES, oikeita tarinoita.

Perinteinen haastattelukuva on itsessään objektiivisuuden merkki. Vaikka haastateltava ottaa tietyn roolin puhuessaan kameralle, oletamme että se ei ole näytettyä fiktiivisyyttä. Poikkeuksiakin tietysti löytyy: poliitikkojen haastatteluja katsoessa pakostikin jää miettimään, kuinka käsikirjoitettua puhe on. Cramerotin (2009, 22) mukaan journalismin vakiintuneesta muotokielestä on tullut samalla objektiivisuuden tae. Vakiintunut muotokieli on niin läsnä kaikkialla, ettemme kuluttajina edes huomaa enää kritisoida sitä.



Kuva 8: Kuvakaappaus Storming Juno -verkkodokumentin haastattelusta.

Brittiläinen toimittaja Charlie Brooker tuo satiirisessa ajankohtaisohjelmassaan Newswipe¹⁸ ansiokkaasti esille (brittiläisten) TV-uutisten muotokieltä, ”vakiintunutta visuaalista kieltä, joka on helposti kenen tahansa tunnistettavissa”. Youtubessa löytyvässä parodiavideossa hän ruotii TV-uutisjutun geneeristä rakennetta: Ensinnäytetään yleiskuvaa jostain tunnetusta paikasta, mikä kertoo katsojalle, missä ollaan. Sitä seuraa toimittajan ständi (toimittaja spiikkaa kameran edessä), epämääräisiä kuvituskuvia, faktagrafiikkaa (ks. Kuva 9), katugallup ja human interest -osuus tavallisen ihmisen näkökulmasta. Lopuksi toimittaja tekee ständin, jossa hän kiteyttää jutun tärkeimmät asiat ja esittää oman arvionsa seurauksista.

¹⁸ <http://www.youtube.com/watch?v=aHun58mz3vI>



Kuva 9: "Faktat ilmestyvät yksi toisensa jälkeen näytölle". Kuvakaappaus Charlie Brookersin TV-uutisparodiasta Youtubessa. <http://www.youtube.com/watch?v=aHun58mz3vI>

Vaikka Brookersin uutisjutussa on kyse parodiasta, on se kuin oppikirjan esimerkki siitä, kuinka TV-uutinen rakennetaan. Cramerotti kritisoi vahvasti journalismin rutinoitunutta tapaa uutisoida maailman tapahtumista ja varsinkin kuluttajien kyvyttömyyttä kyseenalaistaa sitä. Esteettinen journalismi ei saisi olla kopio perinteisestä journalismista, matkien TV-journalismin ja valokuvareportaasin tyyliä. Esteettisen journalismin mahdollisuutena onkin yhdistellä erilaisia kerronnan keinoja ja elementtejä vapaammin kuin perinteinen journalismi, sillä sen ei tarvitse noudattaa perinteisen journalismin vakiintunutta muotokieltä. Sitä vastoin esteettinen journalismi ottaa käyttöön omia, rajoittamattomia muotokieliä ja näin tekee perinteisen journalismin vakiintuneen muotokielen näkyväksi. (Cramerotti 2009, 22;40.) Brookers tuo onnistuneesti huumorin avulla esille TV-uutisten visuaalisen ja rakenteellisen kielen käyttäen TV-uutisten omaa muotokieltä.

Olisi aliarviointia väittää, etteikö myös päivittäinen uutistyö vaatisi kekseliäisyyttä ja luovuutta toimituksen keksiessä päivittäin uusia näkökulmia toistuviin aiheisiin. Päivittäisessä uutisvirrassa tarkoituksena on kuitenkin esittää maailman monimutkaiset tapahtumat tehokkaassa ja kompaktissa muodossa, mikä ei anna paljonkaan tilaa luovuudelle. Toisin sanoen juttuaiheiden keksimisessä ja kehittelyssä luovuus on välttämätöntä, mutta juttujen toteutuksessa ja formaatissa määräävät alan vakiintuneet säännöt, mm. kanavan linja ja tyyli (viihteellinen, vakava, poliittinen) sekä juttupaikka ja formaatti (jotain kevyttä mutta informatiivista radion iltapäivälähetykseen, enimmäispituus 3 minuuttia; 2500 merkin pakina jne.). Uutisjournalismissa päteekin oma vakiintunut muotokieleensä, joka on niin universaali, ettemme edes huomaa sitä (Cramerotti 2009, 22). Luostarinen (2002, 24) siteeraa osuvasti Antero Okkosen (1986, 207) *Toimittajan työ* -kirjaa, joka oli ilmestymisvuodestaan 1961 lähtien tärkeä alan oppikirja Suomessa. Okkonen antaa jutulle kaksi kriteeriä: "Jutun ensimmäinen tasokriteeri on sen valmiiksi ehtiminen, toinen sen sopivuus tiettyyn, mahdollisesti ennalta varattuun tilaan" (emt., 207).

Uutisten vallitsevassa muotokielessä ei ole kyse vain muodosta, vaan myös sisällöstä ja rakenteesta: kuka pääsee ääneen ja millä painoarvolla. Seuraavassa luvussa pohditaan käytännön esimerkin, *Köyhien kampaamo* -dokumentin, kautta perinteisen journalismin sisällöllisiä ja rakenteellisia muotokieliä. Samalla pohditaan, onko dokumentti perinteistä journalismia, esteettistä journalismia vai molempia.

4 TAITEELLISTA JOURNALISMIA KÄYTÄNNÖSSÄ – TUOTEOSAN REFLEKTOINTI

4.1 Dokumentti Köyhien kampaamo

Opinnäytetyön tuoteosana on 16-minuuttinen lyhytdokumentti *Köyhien kampaamo* (2011). Se kertoo 23-vuotiaasta Demistä, joka on mukana varattomien ilmaisessa kampaamopalvelussa. Kerran kuussa, oman palkkatyönsä lisäksi, hän leikkaa ilmaiseksi vähävaraisten hiuksia Veikko ja Lahja Hurstin ruuanjakelun yhteydessä Helsingin Kalliossa. Hänen työpaikkansa on lahjoittanut kalusteita ruuanjakelupisteen kampaamoon, tukkuliikkeiltä on saatu hiusvärejä. Demin työn kautta dokumentissa pohditaan köyhyyden, syrjäytyneisyyden sekä ulkonäön välistä yhteyttä: alitajuisesti luokittelemme ja arvotamme toisiamme ulkonäön perusteella. Ääneen pääsevät kampaamon asiakkaat, vähävaraiset naiset ja miehet.

Kampaamon tuoleissa istuvat naiset ja miehet ovat Hurstin leipäjonon vakioasiakkaita. Jaana on entinen merkonomi, joka on työkyvytön oikean käden hermoaurion takia ja asuu nykyään tukiasuntolassa. Hän kiteyttää kauneushanteensa perusasioihin: ”On kiva olla siistin näköinen, ettei ihmiset jää tuijottamaan kadulla”. Sairaseläkkeellä olevalle Maipille oli kova pala mennä ensimmäistä kertaa ruokajonoon, mutta enää hän ei häpeä. ”Jos ei rahat riitä, niin ei riitä”. Ilmaisessa hiustenleikkuussa ja värjäyksessä kehdataan käydä vain kerran vuodessa, jotta muillekin jää aikoja.

Köyhien kampaamo on perinteinen lineaarisesti etenevä dokumenttielokuva, jonka tein opiskelijatoverini Janne Riikosen kanssa. Riikonen kuvasi, editoi ja teki musiikin, minä käsikirjoitin, ohjasin, hoidin käytännönjärjestelyjä ja editoin. Lisäksi työryhmässämme oli äänimies Matias Hakala, joka hoiti kenttä-

äänityksen sekä äänen jälkikäsitteilyyn. Pidimme aika epävarmana, että saisimme dokumenttiamme esitettäväksi kotimaista lyhytelokuvaa ja -dokumenttia esittävään Ylen Uuteen Kinoon tai vastaavasti elokuvafestivaaleille. Halusimme kuitenkin, että joku näkisi dokumentin, jonka vuoksi olemme tehneet paljon töitä. Suunnitelmana oli ensiksi tarjota dokumenttia eri journalistisille nettisivustoille julkaistavaksi, kuten suomenkuvalehti.fi:n Kuvakertomuksia-osioon¹⁹, dokumentaariseen valokuvaan erikoistuneen Photo Raw Magazinen sivuille²⁰ tai Voiman Fifi.fi-sivustolle²¹. Toisena vaihtoehtona oli rakentaa dokumentin ympärille nettisivu, jossa olisi lisämateriaalia (kuvia, tekstiä, taustatietoa) – eräänlainen verkkodokumentti siis.

Meille tuli kuitenkin iloisena yllätyksenä tieto, että *Köyhien kampaamo* pääsi Tampereen elokuvajuhlien kotimaiseen kilpailuun alle 30-minuuttisten sarjaan vuonna 2012. Muitakin esityksiä oli tiedossa keväällä 2012: *Köyhien kampaamo* voitti parhaan dokumentin palkinnon Moscars Al-Hurria -elokuvafestivaaleille Egyptissä sekä on mukana Unohdettu elämä -festivaaleilla Turussa. Näin ollen ei ollut järkeä julkaista dokumenttia internetissä ainakaan keväällä 2012, jolloin kirjoitin opinnäytetyöni kirjallista osaa. Aiomme tarjota *Köyhien kampaamo* myös muille festivaaleille. On mahdollista, että julkaisemme sen internetissä myöhemmin tulevaisuudessa.

4.2 Köyhien kampaamon neljä journalistista tukipilaria

Tasapainottelu taiteen ja journalismin välillä on tuttua dokumenttielokuvien genressä (ks. mm. Saksala 2008, Pohtala 2011). Esimerkiksi elokuvadokumentteja on perinteisesti pidetty taiteellisempina kuin tv-dokumentteja, jotka ovat sisältölähtöisiä. Kärjistäen dokumenttielokuva on kuvakeskeinen, tekijälähtöinen ja persoonallinen, kun taas ”journalistinen asiadokumentti lähtee tarpeesta tulkita ulkoista maailmaa ja sen ilmiöitä”.

¹⁹ <http://suomenkuvalehti.fi/kuvat/kuvakertomukset/>

²⁰ <http://photoraw.org/>

²¹ <http://fifi.voima.fi/>

(Saksala 2008, 18.) Pohtalan haastattelema Saksala toteaa resurssien aiheuttavan suurimmat erot: tv-dokumentteja tehdään pienemmällä budjetilla kuin dokumenttielokuvia. Myös aikataulu on kiireisempi kuin dokumenttielokuvissa. (Pohtala 2011, 28.) Interaktiivisia dokumentteja on hankala jaotella näillä kriteereillä, sillä ne ovat informatiivisia mutta samaan aikaan visuaalisesti näyttäviä ja kuvallisuuteen nojaavia. Tutkivan journalismin tuotteet, kuten dokumentit ja interaktiiviset dokumentit, vaativat laajan taustatyön ja siksi ne voidaan nähdä vahvasti sisältölähtöisinä journalistisina tuotteina. Cramerotti painottaa myös, että esteettisessä journalismissa konteksti ja poliittisuus pitää olla tiedossa jo teosta tai tuotetta tehdessä (haastateltaessa, valokuvatessa, videoidessa, äänittäessä), eikä niin päin, että jälkikäteen keksitään, mitä kuva tai videoklippit todistaa. Poliitiikkaa ei siis saa liimata päälle jälkikäteen, vaan sisällön pitää olla lähtökohta. (Cramerotti 2009, 33.)

Jos dokumenttaarisuus on sekoitus taidetta ja journalismia, visuaalisuutta ja faktaa, missä kulkee raja näiden välillä? Voidaanko näitä kahta edes erottaa? Kolmannessa luvussa on eritelty perinteisen ja esteettisen journalismin eroja Kuneliuksen (2000) nelijalkaisen journalismimäärittelyn pohjalta (Taulukko 1). Siinä journalismin tehtäviksi määritellään *julkisen toiminnan resurssina oleminen, julkisen keskustelun ylläpitäminen, tiedonvälitys ja tarinankerronta*. Seuraavassa pohdin *Köyhien kampaamon* asettumista perinteisen ja esteettisen journalismin välimaastoon näiden neljän journalismin funktion kautta.

Julkisen toiminnan resurssi

Sain idean dokumenttiin lukiessani lehtijutun eräästä Hurstin ilmaisen kampaamon kampaajista, Djemile ”Demi” Ramadanista. ”Jokaisella on oikeus olla kaunis”, lehtijuttu julisti. Ensireaktioni oli ihmetys: Luulisi, että varattomilla olisi suurempia huolia kuin ulkonäkö. Lukiessani eteenpäin ymmärsin tyhmyyteni. Monille asiakkaista ilmainen kampauspalvelu on erittäin

voimauttava kokemus ja sysäys eteenpäin elämässä. Demi kertoo 20 vuotta työttömänä olleesta naisesta, joka uskalsi mennä työhaastatteluun kun sai siistittyä itsensä Hurstin kampaamolla. Eihän uusi hiusväri elämän ongelmia ratko, mutta jos se antaa puhtia elämästä selviämiseen, on ilmaisella kampaamopalvelulla tarvetta.

Lähtökohtaisesti halusin siis tehdä jutun, joka kertoo jotain yhteiskunnastamme ruohonjuuritasolla. Dokumentin teossa ilmeinen pyrkimys dokumentin teossa on näyttää suomalaista köyhyyttä ja päästää ääneen vähävaraiset kampaamon asiakkaat, mutta samalla dokumentti kertoo myös vapaaehtoistyöstä ja auttamisesta. Se kehottaa meitä jokaista löytämään oman auttamisen muodon taitojemme, osaamisemme ja kiinnostuksiemme mukaan.

Köyhien kampaamo koostuu ilmaisen kampaamon asiakkaiden sekä kampaaja Demin haastatteluista. Oli tietoinen päätös jättää pois perinteisestä journalismista tuttu asiantuntijanäkökulma ja keskittyä ”tavisten”, tavallisten ihmisten, omakohtaisiin kokemuksiin köyhyydestä ja ulkonäöstä. Toisaalta voidaan ajatella, että tavikset ovat oman elämänsä ammattilaisia ja sen vuoksi auktorisoituja saamaan äänensä kuuluville (Bavard & Ruusunoksa 2007, 160). Dokumentti edustaa esteettisen journalismin periaatteiden mukaisesti tahoja, jotka eivät yleensä pääse ääneen. Myös perinteisessä journalismissa käytetään taviksen ääntä, mutta sen rinnalla on yleensä asiantuntija kertomassa yleisen näkökulman asiaan. Näin ollen perinteinen journalismi on usein asiantuntijavetoista (Kunelius 2000, 18–21).

Julkisen keskustelun ylläpitäjä

Journalismin rooli julkisen keskustelun ylläpitäjänä on lähellä edellä esiteltyä julkisen toiminnan resurssina olemista. Keskiössä on se, kuka pääsee ääneen ja millä painoarvolla. Perinteinen journalismi haluaa tehdä selvän eron

objektiivisten ja subjektiivisten näkemysten välillä, erottaa mielipiteen tiedosta. (Kunelius 2000, 12–13.) Esteettinen journalisti Siclodi (2009, 14) kuitenkin kritisoi, että perinteinen journalismi on vain näennäisesti objektiivista ja lähdekriittistä. Objektiivisella ja subjektiivisella on myös oma arvojärjestyksensä: mielipiteiden nähdään olevan seurausta tiedosta (Kunelius 2000, 12–13). Ikään kuin asiantuntijoiden kommentit olisivat tietoa ja tavisten mielipiteitä.

Köyhyydestä uutisoidaan usein tilastollisena ja hallinnollisena ilmiönä (Raivio 2008a & 2008b). Mediassa esitellään usein tilapäisköyhiä ja erikoistapauksia: opiskelijoita tai laman vuoksi pitkäaikaistyöttömäksi jääneitä. Samalla unohdetaan tavalliset köyhät, kuten omaishoitajat, työkyvyttömät, pienipalkkaiset perheet tai apurahojen ulkopuolella elävät taiteilijat. (Palonen 2008.) *Köyhien kampaamon* haastateltavat ovat eläkkeellä tai työkyvyttömyyseläkkeellä olevia pääkaupunkiseutulaisia (kampaaja Demiä lukuun ottamatta). He kritisoivat sitä, kuinka Suomen kaltaisessa hyvinvointivaltiossa voi olla ruokajonoja. Raivio (2008a & 2008b) ja Palonen (2008) arvostelevatkin sitä, että Suomessa köyhyyssaiheisia juttuja tehdään usein asiantuntijavetoisesti ilman köyhien tai syrjäytyneiden omakohtaista näkökulmaa. Arvostelun kohteena ei ole vain köyhyyssuutisointi vaan ylipäättänsä köyhyyden näkyminen mediassa: päivittäistä uutisvirtaa hallitsee talous, politiikka ja elinkeinoelämä.

Tiedonvälittäjä

Journalismin rooli tiedonvälittäjänä on kaksitahoinen: yhtäältä se on rakentanut suhdettaan *yleisöön*, toisaalta *yhteiskunnallisiin laitoksiin* ja *asiantuntijoihin*. Yleisölle annetaan tietoa ja vastaavasti yhteiskunnallisilta laitoksilta saadaan tietoa sekä niitä haastetaan tiedolla. Asiantuntija- ja viranomaiskoneisto syöttää uutisjournalismille kätevästi pakattuja tietokimppuja (esim. tiedote) uutisten tekemiseen. (Kunelius 2000, 6-9.) Myös perinteisen journalismin tutkimuksessa on kritisoitu asiantuntijakoneiston valtaa ja itsestäänselvyttä uutisoinnissa.

Ratkaisuksi on tarjottu syvällisempää taustatutkimusta ja tutkivaa journalismia. (Kunelius 2000, 7.)

Siinä missä perinteisen journalismin perustehtävänä on siis välittää tietoa ja vastata kysymyksiin, pyrkii esteettinen journalismi kyseenalaistamaan tietoa ja nostamaan esille kysymyksiä. Samalla esteettinen journalismi pyrkii myös arvostelemaan perinteistä mediaa ja nostamaan esille perinteisen median lainalaisuuksia ja maneeereja. *Köyhien kampaamo* ei edes pyri olemaan objektiivinen näkemys suomalaisesta köyhyydestä. Enemminkin sen tarkoitus on esittää neljän ihmisten omakohtaisia kokemuksia ruokajonoista, sairaseläkkeellä pärjäämisestä ja tukiasuntolassa asumisesta. Samalla kun se välittää tietoa, se toivottavasti myös nostaa esille kysymyksiä.

Tarinankertoja

Kunelius (2000, 9) painottaa perinteisen journalismin tarinankerronnan kaksoisroolia: jutun pitää olla sekä sisällöltään merkittävä että hyvin tehty (kirjoitettu, kuvattu, rakennettu) juttu. Dokumenttia suunnitellessani pidin tärkeänä, että siitä tulisi visuaalisesti näyttävä ja tunteita herättävä, mutta silti faktapohjainen: Enemminkin dokumenttielokuva kuin tv-dokumentti.

Halusimme tietoisesti rikkoa journalistisen dokumentin geneeristä muotokieltä tuomalla dokumenttiin elokuvamaisuutta. Esimerkiksi haastattelukuvaan haettiin vaihtelua perinteisestä haastattelukuvan maneerista, jossa haastateltava on kultaisessa leikkauksessa, kasvot kohti kameraa, katse hieman ohi kameran (ks. Kuva 8 luvussa 3). Haastattelukuvista haluttiin toiminnallisia ja siksi ne ovatkin tehty samalla, kun haastateltavilta leikataan hiuksia. Osa haastatteluista on kuvattu peilin kautta. Toimittajan roolia on häivytetty leikkaamalla kysymykset pois. Näin jää mielikuva, että haastateltava jutustelee kampaajalle, ei toimittajalle tai ohjaajalle. Dokumentista jätettiin kuitenkin pois tv-dokumentille

tyypilliset *tegut* eli tekstiblanssit, joissa lukee haastateltavan nimi. Dokumentissa esiintyvien ihmisten nimet ovat lopputeksteissä.

4.3 Voiko ja tarvitseeko esteettistä journalismia erottaa perinteisestä journalismista?

Loppujen lopuksi on mahdotonta määritellä tarkasti, onko *Köyhien kampaamo* enemmän esteettistä journalismia vai perinteistä journalismia. Kyse ei olekaan tarkoista rajanvedoista, sillä dokumentissa on aineksia molemmista journalismin suuntauksista. Yhtäältä se on melko perinteinen, lineaarisesti etenevä reportaasi. Toisaalta se kallistuu esteettiseen journalismiin jättäessään asiantuntijat pois ja keskittyessään tavisten omakohtaisiin kokemuksiin. Perinteisen uutisjournalismin näkökulmasta se on taas yksipuolista raportointia, josta puuttuu yleinen taso. Kyse on ennemminkin tasapuolisuudesta kuin objektiivisuuden tavoittelusta: voiko yksilön kokemus kuvata koko vallitsevaa tilannetta?

Lisäksi on melko kärjistettyä väittää, etteikö perinteinen journalismi ylipäättään huomioi taviksia. Tavisten käyttö on yleinen tarinnallistamisen tapa journalismissa: yksilön kokemus toimii esimerkkinä jostain yleisemmästä ilmiöstä. Asiantuntijan tehtävänä on vuorostaan kertoa aiheesta yleisemmällä tasolla. Molemmat elementit ovat tärkeitä jutun rakentamisessa. Siitä huolimatta asiantuntija- ja virkakoneiston auktoriteettia tiedonjakelijana ja -tuottajana voidaan ja pitääkin kritisoida. Tähän esteettinen journalismi pyrkiikin: kyseenalaistamaan perinteisen journalismin käytäntöjä. Esimerkiksi julkisen keskustelun herättäminen ja erilaisten mielipiteiden esittäminen on sekä esteettisen että perinteisen journalismin päämääränä. Esteettisen näkökulman mukaan uutisjournalismi ei kuitenkaan täysin täytä päämääräänsä kaupallisen taustansa takia. Esteettisen journalismin tavoitteena ei olekaan syrjäyttää perinteistä journalismia vaan tarjota vaihtoehtoinen näkökulma päivittäiseen uutisvirtaan. Molempia tarvitaan, sekä avoimen subjektiivista esteettistä

journalismia että institutionalisoitunutta ja asiantuntijavetoista uutisjournalismia.

LÄHTEET

Kirjallisuus:

- Aaltonen, J. 2011. Seikkailu todellisuuteen. Dokumenttielokuvan tekijän opas. Keuruu: Like.
- Bavard, C. & Ruusunoksa, L. 2007. Sinun, minun ja oikea kansalaisjournalismi. Teoksessa: Seppä, S. (toim.) Journalismikritiikin vuosikirja 2007. Tampere: Tammer-Paino Oy.
- Bogost, I.; Ferrari, S. & Schweizer, B. 2010. Newsgames. Journalism at Play. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Cramerotti, A. 2009. Aesthetic Journalism : How to Inform Without Informing. Bristol: Intellect Ltd.
- Fiske, J. 1996. Merkkien kieli. Johdatus viestinnän tutkimiseen. Jyväskylä: Vastapaino.
- Hellman, H. & Jaakkola, M. 2009. Kulttuuritoimitus uutisopissa. Kulttuurijournalismin muutos Helsingin Sanomissa 1978-2008. Media & Viestintä 32(2009):4-5, 24-42.
- Herkman, J. 2001. Audiovisuaalinen mediakulttuuri. Tampere: Vastapaino.
- HS 25.03.2012. 5000 sotilasta jahtaamaan Joseph Konya. Helsingin Sanomat 25.3.2012.
- Kunelius, R. 2000. Journalismi nelijalkaisena otuksena: tutkimuksen näkökulmia, ongelmia ja haasteita. Tiedotustutkimus 23(2000):3, s. 4-27. Saatavissa: <https://www12.uta.fi/kirjasto/nelli/verkkoaineistot/yht/Kunelius.pdf> Viitattu 15.3.2012.
- Lassila-Merisalo, M. 2009. Faktan ja fiktion rajamailla. Kaunokirjallisen journalismin poetiikkaa suomalaisissa aikakauslehdissä. Väitöstutkimus. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Saatavissa: <https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/19891/9789513935399.pdf?sequence=1> Viitattu 22.3.2012.
- Luostarinen, H. 2002. Moneksi muuttuva journalismi. Teoksessa: Perko, Touko & Salokangas, Raimo & Luostarinen, Heikki (toim.) Median varjossa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, Mediainstituutti. Saatavissa: <https://www12.uta.fi/kirjasto/nelli/verkkoaineistot/yht/luostarinen.pdf> Viitattu 15.3.2012.
- Naukkarinen, O. 2000. Kuvallistuminen, visualisoituminen ja mediafuusio. Synteesi 3/2000, 34-42.
- Okkonen, A. 1986. Toimittajan työ I. Hämeenlinna: Karisto.
- Pernu, I. 2012. Kameramies. Journalisti 5/2012, 16-17.
- Pohtala, J. 2011. Sisälle tekijän psyykeeseen – miten henkilökohtaiset tv-dokumentit ja henkilökohtaiset dokumenttielokuvat eroavat toisistaan?. Opinnäytetyö. Viestinnän koulutusohjelma. Turku: Diakonia-ammattikorkeakoulu. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2011112815786> Viitattu 19.4.2012.
- Raivio, J. 2008. Rajoitettu riemu: Interaktiivisuus Helsingin Sanomien verkkoreportaaseissa 1998-2007. Pro-gradu. Tiedotusopin laitos. Tampereen yliopisto. Saatavissa: <http://tutkielmat.uta.fi/pdf/gradu03306.pdf> Viitattu 19.4.2012.
- Raivio, K. 2008a. Köyhät eivät kiinnosta kaupallista mediaa. Tesso 4/2008, 45. Saatavissa: <http://dialogi.stakes.fi/FI/dialogin+arkisto/2008/4/sivu/45.htm>

Raivio, J. 2008b. Miksi köyhyys ei kiinnosta? Ydin 2/2008, 38. Saatavissa: <http://www.lehtiluukku.fi/pub?id=1059> tai <http://www.epaper.fi/reader/?issue=12056;8aaf0d7f763caedfbc6a1c556d6d92b>

Saksala, E. 2008. Asiaa ruudussa. TV-dokumentin anatomia. Keuruu: Like.

Seppänen, J. 2001. Katseen voima. Tampere: Vastapaino.

Sicodi, A. 2009. Introduction. Art and Journalism: A Perspective Shift of Meaning. Teoksessa Aesthetic Journalism: How to Inform Without Informing. Bristol: Intellect Ltd.

Väliverronen, E. 2009. Journalismi kriisissä? Teoksessa: Väliverronen E. (toim.) Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus.

Verkkolähteet:

Charlie Brooker's How to Report the News. Newswipe. BBC Four. <http://www.youtube.com/watch?v=aHun58mz3vI> Viitattu 24.2.2012.

Filpus, Leena 2012. Kunnallisen demokratian muutospainetta – Osallistuva journalismi uskoo kuntalaisten osaamiseen. Kunnallisalan kehittämissäätö. Kaks.fi. <http://www.kaks.fi/node/100?docid=904> Viitattu 20.4.2012

Gaudenzi, S. 2011. Interactive Documentary: towards an aesthetic of the multiple. Interactive Documentary Blog. <http://www.interactivedocumentary.net/about/me/> Viitattu 23.11.2011.

Gifreu, A. 2011. The interactive multimedia documentary as a discourse on interactive non-fiction: for a proposal of the definition and categorisation of the emerging genre. Hipertext.net 9/2011 <http://www.upf.edu/hipertextnet/en/numero-9/interactive-multimedia.html> Viitattu 23.11.2011.

Hongisto, I. 2004. Liikettä kotimaisen dokumenttielokuvan kentällä. WiderScreen.fi 2/2004. <http://www.widerscreen.fi/2004-2/liiketta-kotimaisen-dokumenttielokuvan-kentalla/> Viitattu 20.1.2012.

Hosseini, M. & Wakkary, R. 2004. Influences of Concepts and Structure of Documentary Cinema on Documentary Practices in the Internet. Museums and the Web. <http://www.archimuse.com/mw2004/papers/hosseini/hosseini.html> Viitattu 24.10.2011.

Hyvärinen 2005. Kertomuksen tuolla puolen? http://www.hyvarinen.info/material/Hyvarinen-Kertomuksen_tuolla_puolen.pdf Viitattu 21.3.2012.

Johnson, S. 2001. Using the Web for an Interactive Documentary Project. Nieman Reports. The Nieman Foundation for Journalism at Harvard.

<http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/101583/Using-the-Web-for-an-Interactive-Documentary-Project.aspx> Viitattu 23.11.2011.

Nessa, S. 2011. Der Großteil des Journalismus wird datengetrieben sein. derStandard.at. <http://derstandard.at/1315006427149/New-Storytelling-Der-Grossteil-des-Journalismus-wird-datengetrieben-sein> Viitattu 16.2.2012.

Myrthu, B. 2011. Building Interactive Stories. Storyplanet.com. <http://www.storyplanet.com/blog/> Viitattu 22.11.2011 <http://www.slideshare.net/bjarkemyrthu/building-interactive-stories-miniworkshop> Viitattu 22.11.2011.

Palonen, E. 2008, Toimittajat eläintarhassa? Köyhyyden läsnä- ja poissaolosta. http://www.koyhyyskirjoitukset.org/alustuksia/palonen-toimittajat_elaintarhassa.pdf Viitattu 24.4.2012

Webdoku.de, Definition Webdoku. <http://webdoku.de/uber-webdokus/> Viitattu 8.2.2012, Geschichte der Webdoku. <http://webdoku.de/hintergrund/geschichte-der-webdoku/> Viitattu 9.2.2012.

Whitelaw, M. 2002. Playing Games with Reality: Only Fish Shall Visit and Interactive. Documentary. <http://creative.canberra.edu.au/mitchell/papers/PlayingGames.pdf> Viitattu 9.2.2012.

Julkaisemattomat lähteet:

Aalto, Maija, henkilökohtainen tiedonanto. Sähköpostihaastattelu 13.3.2012. ja 14.3.2012.

Orveli, Mauri, henkilökohtainen tiedonanto. Sähköpostihaastattelu 10.2.2012 ja 21.2.2012.

Tuovinen, Timoteus. New delivery platforms -keskustelupaneeli, Encounters-seminaari, Tampere International Short Film Festival, Tampere 8.3.2012.

Young, Simon. New delivery platforms -keskustelupaneeli, Encounters-seminaari, Tampere International Short Film Festival, Tampere 8.3.2012.

Muut lähteet:

Halfeti: Only Fish Shall Visit. PICA Perth Institute of Contemporary Arts. 25.1.-24.2.2002.

