

Tabloidisaatio – uutisjournalismin tuho?

Tabloidisaation vaikutukset Yle Kymenlaakson netissä, Kaakkois-Suomen
Uutisissa ja Kouvolan Sanomissa

Ilona Koivisto

Kulttuurialan opinnäytetyö
Viestinnän koulutusohjelma
Medianomi (AMK)

TORNIO 2012

TIIVISTELMÄ

KEMI-TORNION AMMATTIKORKEAKOULU

Tekijä:	Ilona Koivisto
Opinnäytetyön nimi:	Tabloidisaatio – uutisjournalismin tuho? – Tabloidisaatio Yle Kymenlaakson netissä, Kaakkois-Suomen Uutisissa ja Kouvolan Sanomissa
Sivuja (joista liitteitä):	62 (6)
<p>Tutkin opinnäytetyössäni tabloidisaatiota kolmessa eri uutisvälineessä, Yle Kymenlaakson nettisivuilla, Kaakkois-Suomen televisiuutisissa ja Kouvolan Sanomissa. Tarkoitukseni on paitsi taustoittaa sitä, mitä tabloidisaatio oikein tarkoittaa, ja millaisia vaikutuksia sillä on journalismiin ja uutistoimintaan laajemmin, myös selvittää näkykö ilmiö paikallisella tasolla, valitsemieni tiedotusvälineiden uutisoinnissa. Lopuksi hahmottelen myös uutistoiminnan tulevaisuudennäkymiä tabloidisaation kannalta valitsemisani välineissä.</p> <p>Opinnäytetyöni teoreettinen viitekehys koostuu pääasiassa alan kirjallisuudesta, mutta sen lisäksi olen hyödyntänyt työssäni kahta pro gradu -tutkielmaa, yhtä lehtiartikkelia ja muutamia nettilähteitä. Kiinnostus tutkimusaiheeseen on syntynyt omien havaintojeni pohjalta, kun olen seurannut uutisointia viime vuosien aikana. Kun sain uutisten viihteellistymiselle, sensationalisoitumiselle ja niiden aiheuttamalle sisältöjen köyhtymiselle nimen, tabloidisaation, halusin tutkia asiaa tarkemmin.</p> <p>Toteutin opinnäytetyötäni varten myös seitsemän puolistrukturoitua teemahaastattelua, joissa haastattelin Kouvolan Sanomien, Yle Kymenlaakson netin ja Kaakkois-Suomen Uutisten toimittajia sekä päälliköitä. Lisäksi seurasin kolmen tutkimukseen valitsemani tiedotusvälineen uutisointia kahden viikon ajan ja arkistoin materiaalit talteen analyysia varten.</p> <p>Tärkein havaintoni kolmessa tutkimassani uutisvälineessä oli se, että tabloidisaatio näkyy selkeimmin uutiskriteereiden muutoksina. Vanhojen kriteereiden rinnalle, tai jopa niiden ohi, on noussut uusia uutisia määrittäviä tekijöitä. Näistä tärkeimpinä näen henkilöitävyyden, tarinallisuuden, tunteellistumisen ja kiinnostavuuden. Koko tabloidisaatioilmiön kannalta olennaisimmaksi asiaksi nousi asiajournalismin käsite eli se, onko oikeaa ja puhdasoppista journalismia todella edes olemassa. Varsinaista selkeää vastausta tähän on hankala löytää, mutta selvää on, että journalismin tuhosta ei ole kysymys. Yleisön tarpeet on otettava huomioon ja monet haastateltavanikin korostivat lukijalähtöisyyden merkitystä. Kansa vaatii laatua, ja uskon että laatua se saa viihteellisempien sisältöjen ohella jatkossakin.</p>	
Asiasanat: tabloidisaatio, uutinen, journalismi, viihteellistyminen, sensaatio	

ABSTRACT

KEMI-TORNIO UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Writer:	Ilona Koivisto
Name of Thesis:	Tabloidization – Damage of News Journalism? - Influences of Tabloidization in Yle Kymenlaakso websites, South Eastern Finland Television News and Kouvolan Sanomat
Pages (Appendices):	62 (6)
<p>In my Bachelors Thesis I study the influences of tabloidization in three different media, Yle Kymenlaakso websites, South Eastern Finland Television News and Kouvolan Sanomat. My purpose is not only to clarify what tabloidization really means, and how it influences journalism and the whole news process, but also find out if the phenomenon is materialized in the local news in Yle Kymenlaakso, South Eastern Finland Television News and Kouvolan Sanomat. Lastly, I also try to see some prospects concerning how tabloidization will be seen in the three local news media, which I have been studying.</p> <p>The research material for this thesis consists mainly of professional literature. However, I also used two Master's theses, one newspaper article and some web sources. I became interested in the topic of my thesis, because I have been watching news very critically during the past few years. When I realized that there is a concept, tabloidization, for news becoming increasingly popular, sensationalized and thinner in content, I wanted to investigate the phenomenon closer.</p> <p>For my Thesis, I also did seven semi-structured theme interviews, in which I interviewed journalists and managers of Kouvolan Sanomat, Yle Kymenlaakso and South Eastern Finland Television News. In addition, I also followed and observed the three media's news for two weeks and filed my materials for analysis.</p> <p>My main findings from following and observing the three news media are that tabloidization appears mostly in changes in news criteria. Besides the old criteria, there are now new criteria, some of which are even more important than some of the old criteria. The most important new criteria in my opinion are personification, narrative nature, increased emotionalism and attractiveness. In view of the whole phenomenon, tabloidization, the most essential issue seems to be the concept of factual journalism, or the question if there really is right or orthodox journalism. It is hard to find an answer to that question, but it is clear that journalism is not going to be destroyed. The needs of public have to be taken into consideration and also many of my interviewees emphasized the meaning of reader orientation. The public demands quality and I believe it will also get it, along with more popular and entertaining content.</p>	
Key Words: Tabloidization, news, journalism, popularization, sensationality	

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1 JOHDANTO	5
2 TABLOIDISAATIO ILMIÖNÄ	8
2.1 Tutkimuksen toteuttaminen ja tutkimusmenetelmät	10
2.2 Kouvolan Sanomat, Yle Kymenlaakso, Kaakkois-Suomen Uutiset	13
3 TABLOIDISAATIO UUTISESSA	15
3.1 Uutisjournalismin laatu ja uskottavuus	17
3.2 Tabloidisaatio uutiskuvissa.....	20
3.3 Asiajournalismi	22
4 TABLOIDISAATION HYVÄT JA HUONOT PUOLET	27
4.1 Uutisten viihteellistyminen.....	29
4.2 Uutiskilpailu ja sen vaikutukset	31
5 YLEISÖN TARPEET	34
6 EETTISIÄ NÄKÖKULMIA – TABLOIDISAATIO VS. MORAALI	36
7 TEEMAHAASTATTELUIEN JA TAPAUSTUTKIMUKSEN TULOKSET	42
8 YHTEENVETO JA POHDINTA.....	51
LÄHTEET	54
LIITELUETTELO.....	56

1 JOHDANTO

”-- Jotenkin mä aattelen niin, että ei ole olemassa mitään oikeeta, viatonta, kaunista asiajournalismia, jonka joku tämmönen tabloidisaatio voisi pilata. Että kaikki se mitä tehdään ja joka ei ole tabloidisaatiota, niin se on jotenkin hyvää. Ei välttämättä ole, se voi olla ihan roskaa.” (H2)

Tutkimuksellinen opinnäytetyöni käsittelee tabloidisaatiota, jota tutkin kolmessa eri uutisvälineessä. Tabloidisaatiota voi määritellä monin tavoin, mutta yksinkertaisimmillaan sen voi sanoa olevan vakavaksi ja luotettavaksi koetun journalismin viihteellistymistä, jonka kautta median sisällöt köyhtyvät ja pinnallistuvat. Tabloidisaatiota on kutsuttu myös iltapäivälehtimäistymiseksi. Monet tutkijat ovat tehneet havaintoja siitä, että iltapäivälehtien raju ja sensaatiohakuinen tyyli uutisoida asioista on levinnyt niin sanottuihin asiallisiinkin tiedotusvälineisiin, kuten Yleisradioon.

Rajatakseni tutkimustyöni järkevästi, päätin tutkia tabloidisaation ilmenemistä kolmessa uutisvälineessä, Kouvolan Sanomissa, Yle Kymenlaakson netissä ja Kaakkois-Suomen televisiuutisissa. Kaakkois-Suomen televisiuutiset ovat osa Yle Kymenlaakson toimintaa. Päädyin paikallistason välineisiin, koska valtakunnallisissa, suurissa tiedotusvälineissä tabloidisaatio näkyy selkeämmin. Tuntui haastavammalta ja kiinnostavammalta lähestyä ilmiötä nimenomaan jonkun tietyn alueen, tällä kertaa Kymenlaakson maakuntaan kuuluvien uutisvälineiden kautta. Olen kotoisin Kouvola, joten Kymenlaakson alueelle kohdistettu tutkimus tuntui luontevalta valinnalta. Monipuolisuutta ja erilaisia näkökulmia tutkimukseeni tuo se, että valitsin kolme eri formaatissa toimivaa tiedotusvälinettä: mukana ovat siis niin lehti, netti kuin televisiokin.

Tarkoitukseni on opinnäytetyössäni selvittää paitsi se, millä tavalla tabloidisaatio näkyy valitsemien uutisvälineiden uutisointityylissä, myös se, mitä tabloidisaatio ilmiönä laajemmin pitää sisällään, millaisia vaikutuksia sillä on medioiden sisältöihin ja miltä tulevaisuus näyttää, jos tabloidisoitumiskehitys alalla jatkuu. Keskityn kuitenkin koko ajan tabloidisaation analysoimiseen uutistoiminnan näkökulmasta.

Työni teoreettinen viitekehys muodostuu enimmäkseen alan kirjallisuudesta, pro gradu - töistä ja muutamista nettilähteistä. Olenaisena aineistona ja analyysin välineenä käytin luonnollisesti myös valitsemieni tiedotusvälineiden uutisoinnin tarkkaa seuraamista. Seurasin kaikkien välineiden uutisointia kahden viikon ajan ja arkistoin kaiken materiaalin talteen analyysia varten. Analysointivaiheessa tarkastelin kolmesta eri välineestä tekemiäni havaintoja ristiin, ja etsin pääteesejä, joiden varaan rakensin valmiit päätelmäni. Tämä vertaileva tapaustutkimus oli tutkimukseni kannalta oleellista ja tärkeää.

Vertailevan tapaustutkimuksen lisäksi toteutin seitsemän puolistrukturoitua teemahaastattelua kolmen välineen toimittajista ja päälliköistä. Tarkoitukseni oli haastattelujen avulla syventää käsitystäni siitä, millä tavalla tabloidisaatio näkyy eri välineissä ja mitä mieltä itse tekijät ovat ilmiöstä.

Työni toinen luku avaa tabloidisaatiota ilmiönä – minkälaista aiempaa tutkimusta aiheesta on tehty, millä tavalla muut tutkijat ovat määritelleet tabloidisaation käsitettä ja miksi itse päädyin valitsemaan oman tutkimusnäkökulmani. Sen jälkeen kerron tarkemmin tutkimusmetodeistani ja valotan hieman tutkimieni uutisvälineiden taustoja.

Kolmannessa luvussa tutkin, miten tabloidisaatio ilmenee juuri uutisessa. Käyn läpi uutiskriteereitä ja niiden muutoksia ja valotan asioita tarkemmin esimerkkitapausten avulla. Alaluvuissa pohdin uutisjournalismin laatua ja uskottavuutta, sitä millä tavalla ne voivat kärsiä tabloidisaation seurauksena. Lisäksi käsittelen lyhyesti sitä, miten tabloidisaatio ilmenee uutiskuvissa ja pohdin asiajournalismin olemusta ja olemassaoloa.

Neljännessä luvussa käsittelen tabloidisaation hyviä ja huonoja puolia ja argumentoin lähteiden avulla ikään kuin tabloidisaation puolesta ja sitä vastaan. Havainnollistan ilmiön hyviä ja huonoja puolia myös laatimallani taulukolla. Lisäksi tuon esille kaksi tabloidisaation olennaisinta lieveilmiötä, uutisten viihteellistymisen ja uutiskilpailun vaikutukset sisältöihin ja toimintamalleihin.

Viidennessä luvussa käsittelen tabloidisaatiota ja uutismaailmaa yleensäkin, yleisön näkökulmasta. Sisältöjähän, tässä tapauksessa uutisia, tuotetaan nimenomaan lukijoille,

kuulijoille tai katsojille, ”ei mihinkään tyhjiöön”, niin kuin eräs haastatteleman toimittaja osuvasti totesi. On siis tärkeää ottaa esille myös yleisön näkökulma.

Kuudennessa luvussa keskityn pohtimaan tabloidisaatiota eettisestä näkökulmasta – millä tavalla moraalitulee vastaan tabloidisaatiota ja sen aiheuttamia muutoksia. Otan esille myös toimittajien näkökulman asiaan, sen millä tavalla valitsemieni kolmen välineen toimittajat ja päälliköt kokevat eettisyyden tärkeyden muuttuvassa mediaympäristössä.

Seitsemännessä luvussa esittelen kolmessa uutisvälineessä toteuttamani vertailevan tapaustutkimuksen ja seitsemän puolistrukturoidun teemahaastattelun tulokset. Analysoin tapaustutkimuksen ja teemahaastattelujen antia ikään kuin ristiin ja listaan havaintoja, jotka näkyvät kaikissa välineissä, mutta kokoon myös välinekohtaisia huomioita. Laatimani taulukko selkeyttää analyysini tuloksia. Annan myös esimerkkejä tabloidisaation ilmenemisestä jokaisessa välineessä.

Viimeisessä, eli yhteenveto ja pohdinta -luvussa käyn vielä läpi tärkeimmät tutkimustulokseni ja pohdin koko tutkimuksen sisältöä, miettien myös jatkotutkimuksen mahdollisuuksia. Maalailen myös tulevaisuudennäkymiä – mitä tapahtuu jos tabloidisoitumiskehitys ei pysähdy?

2 TABLOIDISAATIO ILMIÖNÄ

Tabloidisaatiota on ehditty tutkia jo parinkymmenen vuoden ajan, niin Suomessa kuin ulkomaillakin. Tabloidisaation käsite ei ole tutkimuspiireissä kovinkaan tuore, vaan siitä on ensimmäisen kerran puhuttu jo 1990-luvulla. Myöskään käsitteen määrittelemine ei tunnu tiedepiireissä tuottavan juurikaan ristiriitoja. Esimerkiksi Minna Aslama kuvailee artikkelissaan ”Tietoisku, tarina vai nähtävyys – suomalaisen televisiojournalismin moodeista” tabloidisaatiota seuraavin sanoin: ”Useimmiten sillä tarkoitetaan televisiojournalismin muuttumista tabloidilehtien kaltaisiksi, jolloin esimerkiksi uutiset lyhenevät, lööpit yleistyvät, tyyli värityy ja kärjistyy, ulkomaan- ja varsinkin politiikanuutisointi vähenee sekä human interest –jutut saavat lisää tilaa.” (Tiedotustutkimus 4-5/2005, 56).

Huolimatta siitä, että Aslama artikkelissaan puhuu tabloidisaation käsitteestä lähinnä televisiojournalismin näkökulmasta, on sama periaate ja ajatus myös lehti-, netti- ja radiopuolella. Iltapäivälehtien, niin sanotun keltaisen lehdistön, roisi ja raju tyyli on erityisesti viime vuosina levinnyt myös laatujournalismiin. A.-P. Pietiläkin puhuu samasta ilmiöstä. Hänen mukaansa niin sanotun vakavan uutisjournalismin tekijöinä pidetyt tiedotusvälineet ovat saaneet vaikutteita keltaiselta lehdistöltä (Pietilä 2007, 72).

Keltaisen lehdistön, iltapäivälehtien ja juorulehtien tyylin leviäminen asialliseen mediaan on yksinkertaisin tapa määritellä tabloidisaatio. Ilmiö on näin ollen melko kielteisesti väritynyt – keltaista lehdistöä kun helposti pidetään roskajournalismin tuottajana. Se minkä takia itse kiinnostuin tutkimaan tabloidisaatiota, lähti nimenomaan tästä kielteisestä ajattelusta: nuorena journalistina poden huolta siitä, mihin suuntaan median sisällöt ovat tällä hetkellä kehittymässä. Pinnallistuminen, sisältöjen viihteellistyminen ja köyhtyminen ovat todellisia ilmiöitä, ja niiden tutkiminen alkoi kiinnostaa minua toden teolla.

Tabloidisaatiota on siis tutkittu paljon, mutta omien havaintojeni mukaan tutkimukset ovat keskittyneet enimmäkseen suuriin tiedotusvälineisiin. Halusin tutkia tabloidisaation ilmentymistä nimenomaan pienemmän alueen medioissa. Valitsin

tutkimuskohteikseni kotipaikkakuntani Kouvolan alueen tiedotusvälineitä, Kouvolan Sanomat, Yle Kymenlaakson nettisivut ja Kaakkois-Suomen televisiuutiset. Valtakunnallisissa, suurissa tiedotusvälineissä tabloidisaatio on selkeämmin havaittavissa. Haastetta hakeakseni ja uudenlaisia tutkimustuloksia saadakseni, päädyin siis juuri näihin kolmeen Kouvolan alueella vaikuttavaan tiedotusvälineeseen.

Voimakkaita tunteita, sensaatioita, lööppejä. Muun muassa niistä on tabloidisaatio tehty. Uutiskilpailullakin on tässä oma ja itse asiassa aika suuri osansa. Kun uutiskilpailu kiihtyy ja uutiset leviävät verkon kautta yhä nopeammin – jokaisen välineen on pysyttävä perässä ja siten myös luovuttava osin omista periaatteistaan. Juuri tämän ilmiön takia halusin liittää tutkimukseeni myös nettiuutisoinnin tarkastelun – otin siis yhdeksi tutkimuskohteekseni Yle Kymenlaakson nettisivujen uutisoinnin.

A.-P. Pietilä toteaaakin, että myös asialliseksi koetun ja luotettavan kivijalan, Yleisradionkin, on pakko huomioida uutisteollisuuden uudet säännöt, jotta se säilyttää asiakaskuntansa kiihtyvässä kilpailussa (Pietilä 2007, 192). Yleisradio toimii hyvänä esimerkkinä niin sanottua laatujournalismia tuottavasta mediakonsernista. Sama kilpailu koskee kuitenkin kaikkia suomalaisen mediakentän uutistuottajia: kilpajuoksua ei ole varaa hävitä.

John Langer puhuu teoksessaan *Tabloid Television* ”toisista uutisista”, joilla viittaa nimenomaan tabloidisaation vaikutuksiin uutisten sisällöissä (Langer 1997, 28). Langerin mukaan nykyään medioissa etsitään tietoisesti aiheita, jotka vievät yleisön huomion pois oikeasti tärkeistä aiheista. Hän mainitsee esimerkkeinä tulipalot, onnettomuudet, kauneuskilpailut, harrastukset. (Langer 1997, 32.) Mutta kuka loppuen lopuksi määrittelee, mikä on tärkeää?

Tämän tyylistä kysymyksenasettelua haluan nostaa esille työssäni, kohdistuen sen paitsi yleisellä tasolla tabloidisaatioon ilmiönä, myös suunnaten sen valitsemaani kolmeen, Kouvolan alueella sijaitsevaan tiedotusvälineeseen.

Minua kiinnostaa ottaa selville, miten tabloidisaatio näyttäytyy paikallisuutisoinnin tasolla ja koska Kouvolan alue on minulle ennestään tuttu, tuntui luontevalta suunnata tutkimus juuri sinne. Minua kiehtoi paitsi tutkia itse kolmen eri välineen uutisointia ja

vertailla niitä tapaustutkimuksen tarjoamin välinein, myös selvittää mitä itse tekijät eli toimittajat ajattelevat tabloidisaatiosta. Ajattelevatko pienen alueen toimittajat, että tabloidisaatio ei kosketa heitä ollenkaan, vai kokevatko he että ilmiö on niin laaja, ettei mikään tiedotusväline voi välttyä sen vaikutuksilta. Siksi toteutin seitsemän puolistrukturoitua teemahaastattelua, joiden avulla sain tutkimukselleni lisää arvoa – kentältä saatu tieto on ehkä jopa syvintä tietoa, mitä tutkijana koen saaneeni työn edetessä.

Vertailevan tapaustutkimuksen, teemahaastattelujen ja kirjallisten lähteiden muodostaman teoreettisen viitekehyksen avulla pääsen työssäni tutkimaan tabloidisaatiota erilaisista näkökulmista. Tärkeimpänä, päädyn lopussa tutkimustuloksiini, joiden avulla valottuu näkemykseni tabloidisaatiosta yleisellä tasolla ja ennenkaikkea siitä, miten se näkyy kolmessa valitsemani tiedotusvälineessä.

2.1 Tutkimuksen toteuttaminen ja tutkimusmenetelmät

Tutkin opinnäytetyössäni tabloidisaatiota yleisellä tasolla, sitä miten se vaikuttaa koko journalismin kenttään hyödyntäen näitä havaintoja varsinaiseen näkökulmaani: millä tavalla ilmiö näkyy kolmen valitsemani tiedotusvälineen uutisoinnissa? Tutkin siis kolmen eri tiedotusvälineen tapaa uutisoida asioista ja sitä, näkyykö uutisointitavassa tabloidisoituneita piirteitä.

Päädyn valitsemaan tutkimuskohteikseni kolme välinettä Kymenlaakson alueelta – tällä tavoin sain järkevästi rajattua tutkimusalueeni. Tutkin siis uutisointia Kouvolan Sanomissa, Yle Kymenlaakson nettisivuilla ja Kaakkois-Suomen televisiuutisissa. Keskityin seuraamaan pääasiassa alueuutisointia. Kaakkois-Suomen televisiuutiset ovat osa Yle Kymenlaakson monimediaista toimintaa: Yle Kymenlaakso koostuu sen nettisivuista, Kymenlaakson radiosta sekä televisiuutisista. Rajasin kuitenkin radiouutisoinnin pois tutkimuksestani.

Lähdeaineistonani käytän runsaasti alan kirjallisuutta ja nettijulkaisuja sekä opinnäytteitä. Erityisen tärkeänä lähteenä pidän A.-P. Pietilän teosta Uutisista viihdettä, viiheestä uutisia – median muodonmuutos (2007). Hyvin olennaisena aineistona pidän

myös Anna Solovjewin pro gradu -tutkielmaa ”Informaatiosta tunteisiin? Tv- uutisten tunteellistuminen vuodesta 1987 vuoteen 2007.” (2007)

Lukuisten kirjallisten, opinnäytteiden, nettilähteiden ja artikkeleiden ohella olennainen osa tutkimusprosessiani oli toteuttamani vertaileva tapaustutkimus, jossa seurasin kahden viikon ajan valitsemieni kolmen tiedotusvälineen uutisointia ja arkistoin kaiken materiaalin talteen tutkimustani varten. Kirjasin ylös havaintoja yksittäisistä uutisjutuista ja arkistoin talteen hyviä esimerkkejä myöhempää kokonaisvaltaisempaa analyysia varten.

Vertailevan tapaustutkimuksen päätyttyä kokosin saamani tutkimusaineiston yhdeksi nipuksi ja analysoin koko aineiston tehden havaintoja uutisten sisällöistä, sanavalinnoista, kuvien käytöstä, äänenpainoista – koko kokonaisuudesta. Tein tarkkoja muistiinpanoja jokaisesta eri välineestä ja eri osa-alueista ja kokosin lopuksi yhdelle paperille yhteisiä ja eriäviä havaintoja kaikista kolmesta välineestä.

Seurantajakson ohella toinen tärkeä tutkimusmetodini oli seitsemän puolistrukturoidun teemahaastattelun tekeminen. Laadin tarkat kysymykset haastatteluja varten. Kysymykset koskivat pääasiassa sitä, miten toimittajat ymmärtävät tabloidisaation käsitteen, millaisena ilmiönä he tabloidisaatiota pitävät ja miten tabloidisoituneet piirteet tai käytännöt näkyvät heidän omassa työssään (liite 6). Haastattelin sekä päälliköitä ja tuottajia, että rivitoimittajia jokaisesta välineestä saadakseni mahdollisimman monipuolisen otannan. Kysyin samat kysymykset kaikilta haastatteluun osallistujilta, mutta haastattelin kaikki silti erikseen. Haastattelujen avulla halusin ottaa selvää siitä, mitä mieltä toimitusten väki on median tabloidisoitumisesta ja siitä, näkyykö se heidän omassa työssään. Tärkeänä asiana otin esille eettisen puolen, sen miten toimittajan tulee toimia työssään ollakseen korrekti kaikkia osapuolia kohtaan.

Jokaisella seitsemällä haastateltavallani on tutkimuksessani anonymiteetti ja olenkin antanut heille satunnaisessa järjestyksessä viitekoodit H1 - H7. Viittaa siis tekemiini puolistrukturoituihin teemahaastatteluihin tekstissä edellä mainituilla koodeilla.

Kouvolan Sanomien toimituksesta haastattelin uutispäällikköä, sunnuntaisivujen tuottajaa sekä uutistoimittajaa. Ylen toimituksesta valitsin haastateltavakseni nettituottajan, kaksi uutistoimittajaa ja yhden uutispäällikön. Halusin saada sekä päällikköjen että toimittajien näkökulmaa tutkimukseeni, jotta siitä tulisi mahdollisimman uskottava ja monipuolinen. Päälliköt kun vastaavat toimituksissa suurista linjoista, ja niin sanotut rivitoimittajat toteuttavat näitä linjauksia omassa työssään. Tällä tavoin sain tutkimukseeni mukaan molemmat tulokulmat.

Kun olin toteuttanut sekä vertailevan tapaustutkimuksen, että tehnyt valitsemieni tiedotusvälineiden työntekijöistä seitsemän puolistrukturoitua teemahaastattelua, aloin purkaa saamaani tietoa loogisessa järjestyksessä. Tapaustutkimuksen aikana tehdyt havainnot, jotka olin kirjannut tarkasti ylös, kokosin yhdeksi nipuksi. Lajittelin sitten kaikista välineistä tekemäni havainnot omiksi kokonaisuuksiksi ja aloin vertailla niitä ristiin. Kokosin sitten materiaalistani yhteisiä ja eroavia havaintoja välineiden välillä. Tällä tavoin sain kirjattua selkeät loppupäätelmät siitä, millä tavalla tabloidisaatio omien empiiristen havaintojeni mukaan näkyy kussakin välineessä.

Teemahaastattelut purin nauhalta paperille sanasta sanaan litteroiden ja vasta sen jälkeen luin ne kaikki tarkasti läpi tehden muistiinpanoja. Samaan tyyliin kuin purin vertailevan tapaustutkimuksenkin tulokset, laajittelin yhteiset ja eroavat havainnot haastateltavien vastauksien välillä. Lopuksi kirjasin kokoavat päätelmät siitä, millä tavalla haastattelemani henkilöt kokivat tabloidisaation omissa tiedotusvälineissään.

Tämän vaiheen jälkeen vertailin omia tapaustutkimuksessa tekemiäni havaintoja teemahaastatteluissa ilmenneisiin asioihin ja päätelmiin. Sovelsin myös kirjalähteiden antia empiiriisiin havaintoihini, eli tapaustutkimukseen ja teemahaastatteluihin. Kirjalähteet toimivat tärkeänä taustatukena ja argumentteina sille, mitä tabloidisaatio ylipäätään tarkoittaa ja millä eri tavoilla ilmiötä voi lähestyä ja analysoida – näin ollen sain omaan tapaustutkimukseeni ja teemahaastattelujen analysointiin tärkeitä työkaluja myös niiden kautta.

2.2 Kouvolan Sanomat, Yle Kymenlaakso, Kaakkois-Suomen Uutiset

Tutkimuksen ja seurannan alle valitsemillani tiedotusvälineillä on luonnollisesti kullakin oma historiansa. Maakuntalehti Kouvolan Sanomien historia ulottuu aina 1900-luvun alkuvuosille asti. Kouvolan Sanomat perustettiin vuoden 1909 lopulla. Tuolloin uutis- ja ilmoituslehdiksi määritellyn tiedotusvälineen perustivat kaupanhoitaja Joonas Tirkkonen ja kansanravintola Alku II:sen pitäjä Sulo Hytönen. (Sanoma Lehtimedia Oy 2009, 12.) Kouvolan Sanomien ensimmäinen virallinen numero ilmestyi kuitenkin vasta 5.1.1910 (Sanoma Lehtimedia Oy 2009, 14).

Kouvolan Sanomien ensimmäinen toimitalo puolestaan valmistui syksyllä 1921 (Sanoma Lehtimedia Oy 2009, 30). Vuosikymmenien saatossa Kouvolan Sanomat eli lehtenä läpi monenlaisia vaiheita, kasvu- ja laskukausia. Seitsemipäiväiseksi päivälehdiksi Kouvolan Sanomat muuttui vasta vuonna 1958. Tällöin parannettiin myös toimituksen teknistä varustelua, muun muassa hankittiin valokuvauslaboratorio. (Sanoma Lehtimedia Oy 2009, 70-71.)

Monien vaiheiden jälkeen, vuonna 1988 Kouvolan Sanomat siirtyi Jouni Kaikon, Eteenpäin Osakeyhtiön, Kymmene Oy:n sekä Sanomaosakeyhtiön yhteisesti omistamalle Kymen Viestintä Oy:lle (Sanoma Lehtimedia Oy 2009, 98).

Nykyään Kouvolan Sanomat on osa suurta Sanoma-oyj -konsernia, joka on Suomen suurin viestintäyhtymä. Lisäksi Kouvolan Sanomilla on niin sanottu yhteistoimitus Kotkassa toimivan Kymen Sanomien ja Lappeenrannassa toimivan Etelä-Saimaan Sanomien kanssa. Lehdet tuottavat siis osittain myös yhteistä sisältöä ja tekevät muutenkin paljon yhteistyötä.

Yle Kymenlaakson nettisivut ja Kaakkois-Suomen televisiouutiset ovat osa Ylen maakuntatoimitusta, Kymenlaakson radiota. Yle Kymenlaakson radion maakuntatoimituksen lähetyksiä tehdään Kouvolassa, Kotkassa ja Lappeenrannassa. Kouvola on enemmän niin sanottu reportteripaikkakunta, mutta Kouvolankin toimipisteessä tehdään osa radiolähetyksistä. Kotkassa tehdään kuitenkin suurin osa radiolähetyksistä ja Lappeenrannassa on puolestaan tv-studio. Yleisradion

maakuntatoimituksia on Suomessa yhteensä 20, Kymenlaakson radio televisio- ja nettiuutisineen on yksi niistä. Kouvolassa alueellista radiotoimintaa on ollut jo 1970-luvulta alkaen ja Kotkassa on ollut Yleisradion toimipiste jo 1940-luvulla. Nykymuodossaan maakuntatoimitukset, kuten Kymenlaakson radiokin, kuitenkin aloittivat toimintansa vasta 1990-luvulla. Nettiuutisointi aloitettiin vasta 1990-luvun lopulla ja Kaakkois-Suomen televisiouutiset alkoivat vuonna 2003. (Vesa Grekula 2011.)

3 TABLOIDISAATIO UUTISESSA

Journalismissa uutisen on tarkoitus kertoa mahdollisimman objektiivisesti totuus jostakin yleisesti merkittäväksi koetusta asiasta, ilmiöstä tai tapahtumasta. Risto Kunelius on listannut Galtungin ja Rugen uutiskriteerit (Kunelius 2003, 190-191), joita lukiessaan voi tehdä yllättäviä havaintoja tabloidisaation kannalta. Kriteereiksi listassa mainitaan toistuvuus, voimakkuus, kulttuurinen merkittävyys, odotettavuus, yllätyksellisyys, jatkuvuus, päivän valikoima, kohteen kuuluminen eliittiin, henkilöitävyys ja negatiivisuus. Uutiskriteerilista ei tietenkään ole niin kuin Raamatun kymmenen käskyä – niitä ei täysin orjallisesti missään noudateta. Tämä lista kuitenkin luo yleiset peruspilarit siitä, millä perusteella jokin asia nostetaan julkisuuteen.

Kun Galtungin ja Rugen vuonna 1965 luomaa kriteerilistaa lukee, voi huomata että kriteeristö tuntuu olevan melko tabloidisesti väritynyt. Negatiivisuus, yllättävyys, voimakkuus. Toisaalta mukana on myös jatkuvuus ja kohteen kuuluminen eliittiin, joten mitään radikaaleja tulkintoja on mahdotonta lähteä tekemään.

Tutkimuksen alle valitsemisani medioissa, Kouvolan Sanomissa, Yle Kymenlaakson nettisivuilla ja Kaakkois-Suomen uutisissa uutiskriteeristö on tietysti paikallislähtöinen. Alueelliset uutiset, alueen ihmisiä koskettavat asiat ovat kriteerilistan kärkipäässä. Silti tutkimushaastatteluja tehdessäni selvisi, että viimeisen viiden, kymmenen vuoden haitarilla kriteereissä on tapahtunut muutoksia. Melkein kaikki haastatteleman toimittajat, tuottajat ja uutispäälliköt mainitsivat painottuvana kriteerinä tunteellisuuden, henkilöitävyyden ja tarinallisuuden.

Erittäin tärkeänä kriteerinä jokainen haastateltava nosti esille myös kiinnostavuuden. Kiinnostavuus ja tunteellistuminen liittyvät paljolti toisiinsa – ihmisiä kiinnostavat luultavimmin eniten ne asiat ja tarinat, jotka koskettavat jotenkin omaa arkea tai ne joihin on helppo samaistua. Yksi toimittajista kiteytti hyvin sen, millä mentaliteetilla uutisia nykyään pitkälti rakennetaan:

”Vaikka se haastateltava olis joku yrityspomo tai joku kunnallisharmaa ukkeli, niin siitä huolimatta me koitetaan lähestyä sitä ikään kuin kaikilla

aisteilla. Et me ei pitäydytä siihen mitä sen suusta tulee tai johonkin tiettyyn faktaan jota on haettu jostain ympäriltä. Vaan niinku ehkä enemmän saatetaan kuvailla vaikka sen työhuonetta, jos se antaa jotain lisäarvoa sille jutulle.” (H4)

Myös tehdessäni vertailevaa tapaustutkimusta kolmen välineen välillä, havaitsin tämän ilmiön – esimerkiksi Kaakkois-Suomen uutisissa kerrottiin seurannan aikana vanhuksille suunnatuista robottiruokakoneista. Koneiden idea on se, että se täytetään säännöllisin väliajoin valmiilla ruoka-annoksilla, joita vanhus voi ääniohjeiden mukaan syödä päivittäin. Uutisjuttuun oli haettu esimerkkihenkilö, vanha nainen joka käyttää robottikonetta ja kertoo kokemuksistaan sen käyttämisessä. Kymmenen vuotta sitten sama uutisjuttu olisi saatettu tehdä niin, että esimerkiksi terveyden- tai vanhustenhoidon asiantuntija kommentoi ja esittelee laitetta. Nyt juttu henkilöitiin ja näin ollen, ainakin yleisesti ajatellaan, se kiinnostaa ihmisiä enemmän ja tulee ikään kuin lähemmäs katsojaa ja kuulijaa.

Uutiseen ja uutisointiin on aina liittynyt ihmisen uteliaisuus toisia ihmisiä kohtaan. Erkki Karvonen referoi nerokkaasti Veijo Hietalan näkemyksiä aiheesta. Karvonen kertoo, kuinka Hietalan mukaan elämme tällä hetkellä ”uusromantiikan” aikaa. Hietalan mielestä nykyisen kulttuurin on luonut tunne-media, joihin hän lukee television ja elokuvan. Hietalan mukaan ihmisen uteliaisuus on luonnollista ja niin sanottu tirkistely täysin ymmärrettävää ja sallittua. (Tiedotustutkimus 5/2008, 39.)

Hietalan näkemykset ovat eittämättä enemmän idealistisia kuin varsinaista journalismia ja sen moodeja syväluotaavia mietteitä. Silti hänen puheissaan on perää. Se, miksi uutisia on alettu alun perin tuottaa ja kuluttaa, juontaa toki juurensa ihmisten uteliaisuudesta. Jokainen tietää kyllä sen tunteen, kun saa käteensä Seiskan tai Iltalehden ja lukee jännittäviä murhauutisia tai kiehtovia julkisjuoruja. Sen tason uteliaisuutta voi olla vaikeaa myöntää, mutta tokihan se jokaisessa meissä asuu. Juontaako uutisten tabloidisaatio siis lopulta juurensa ihmisen perusluonteesta? Ja tekeekö se ilmiöstä näin ollen jopa hyväksyttävämpää?

Oli miten oli, tabloidisaatio näkyy uutismaailmassa hyvin selkeästi. Kuten sanottu, lööppikulttuurin vahvistuminen on yksi näkyvimmistä ilmiöistä. Lööppejä ei enää nähdä ainoastaan iltapäivälehtien kansissa ja mainoksissa kioskien pihilla, vaan myös maakuntalehtien etusivuilla ja tv-uutislähetyksissä. Yhtä lailla shokeeraavia lööppejä viljellään myös nettiuutisoinnissa. Skuupeista on tullut itsetarkoitus.

Ei enää riitä se, että joskus saadaan käsiin joku uutinen, josta muilla medioilla ei vielä ole tietoa, vaan monissa paikoissa skuupinhausta ja jopa skuupin väkisintekemisestä on tullut arkipäivää. Itse huomasin tämän kulttuurin yleistymisen työskennellessäni Pohjolan Sanomilla, joka on vastikään myös siirtynyt tabloidkokoon. Uutistoimituksessa tuntui usein siltä, että jos ei ole skuuppia tai tarpeeksi iskevää sisältöä iskevää otsikkoa varten, niin sitten sellainen kehitetään. Vähän liioitellaan, hieman väritetään – muttei kuitenkaan niin paljoa että joku huomaa. Sen verran kuitenkin, että etusivu on myyvä ja huomiota herättävä. ”Puhutaan mitä puhutaan, pääasia että puhutaan”, sanoi Tabe Sliior, jota Hannu Vanhanen kirjassaan siteeraa (Vanhanen 2010, 49).

3.1 Uutisjournalismin laatu ja uskottavuus

Tabloidisaatiota tutkiessa ja käsitettä avatessa tulee monissa lähdeoteoksissani esille monia tärkeitä käsitteitä, joiden varassa voin tutkijana lähestyä ilmiötä. Niistä yksi tärkeimpiä on sekä Minna Aslaman artikkelissa että Erkki Karvosen samaa aihetta sivuavassa tekstissä (Tiedotustutkimus 5/2008, 45) esille tuleva englanninkielinen sanapari ”dumbing down”. Sanapari on kummankin kirjoittajan tekstissä suomennettu tyhmentämiseksi. Media nostaa esille yhä enenevässä määrin kevyitä ja helposti sulatettavia aiheita, jolloin se ikään kuin pitää katsojaa, kuuntelijaa tai lukijaa – eli yleisöään tyhmänä.

Tähän voisi toisaalta ottaa myös toisen näkökulman, jota A.P. Pietilä kirjassaan käsittelee. Pietilän mukaan julkisuus on personoitunut ja viihteellistynyt ja niin sanotut tavikset voivat nykyään vaikuttaa yhä enemmän median sisältöihin. Viihteen suosio on Pietilän mukaan selvässä kasvussa. (Pietilä 2007, 38). On ihan totta, että mikään kehitys

tai muutos harvoin on täysin yksisuuntaista. Jos viihteelliset sisällöt ja uutiset myyvät, eikö silloin juuri anneta yleisölle sitä mitä se haluaa?

Toisaalta medialla on tässä suuri valta: yhtä hyvin voitaisiin tuottaa laadukkaampaa sisältöä ja vähentää provosoivaa skandalisointia – ehkä silloin ei osattaisi odottaakaan mitään muuta. Keksittäisiinkö sitten nimitys tälle ilmiölle, ja sitä pidettäisiin yhtä kielteisenä suuntana kuin tabloidisaatiota? Puhuttaisiinko silloin elitismin kulttuurista?

Tätä ajatusta artikkelissaan pyörittelevä Erkki Karvonen referoi tekstissään Dahlgrenin ja Sparksin näkemyksiä, joiden mukaan niin sanottu laatujournalismi nähdään eliitille suunnattuna ja populaarimpi, keltaisemmin väritynyt lehdistö taas kansan äänitorvena (Tiedotustutkimus 5/2008, 44). Mielestäni on huolestuttavaa, jos media on saanut kansan ikään kuin jakaantumaan kahtia. Myös niin sanotun laatujournalismin kentällä tuotettujen uutisten täytyisi löytää tiensä objektiivisesti kenen tahansa luokse. Medialla on tässä kohtaa suuri vastuu: ei kai kosiskeleminen skandaaleilla ja suurilla spektaakkeleilla ole puhdasta journalismia, vaikka se helposti ainakin tiettyyn osaan kansasta uppoaakin. Vai onko puhdasta journalismia edes olemassa?

Onko tabloidisoitunut uutinen puhdasta ja uskottavaa journalismia? Tätä on helppo lähteä pohtimaan Anna Solovjewin pro gradu -tutkielmassaan esille nostaman emotionaalisuuden kautta – emotio tulee uutisiin. Solovjew pohtii tutkimuksessaan Calabresen näkemyksiä tv-uutisten tunteellistumisesta. Calabresen mukaan tv-uutisten on tarkoituskin houkutella yleisöä. Hänen mukaansa, jotta tv-uutiset pysyisivät kilpailussa mukana, on niiden pakko painottaa elävää, tunteisiin vetoavaa kuvakerrontaa ja jopa ”tähtireporttereita tai kauniita naisuutistenlukijoita”. (Solovjew 2007, 28.)

Tunteellistuminen on vain yksi monista tabloidisaation lieveilmiöistä, mutta herättää tärkeän kysymyksen: kuuluuko tunne uutisiin? Samaa kysyy A.P Pietilä: ”Pitääkö median tuottaa elämyksiä vai tietoa?” (Pietilä 2007, 108).

Kouvolan Sanomista löytynyt (KoSa 7.12.) esimerkki toimii hyvänä havainnollistajana tässä kohtaa. Itsenäisyyspäivän jälkeiseen lehteen oli tehty kaksi erilaista juttua Suomen merkkipäivästä, samalle aukeamalle (liite 3 ja 4). Toinen juttu kertoi Helsingin Hakaniemen torilla (liite 4) vietetystä vähävaraisten linnanjuhlasta. Jutun kuvassa ihmiset jonottavat soppaa torilla. Aukeaman toisella sivulla oli sitten se toinen ääripää –

kuvakooste linnanjuhlien puvuista lyhyine, pinnallisine kommentteineen (liite 3). Tässä haettiin siis tarkoituksella ristiriitaa kahden jutun välille. Tarvitaanko molempia tyylilajeja? Syväluotaavampaa yhteiskunnallisia epäkohtia ruotivaa journalistista sisältöä ja sen rinnalle muutaman minuutin vilkaisulla omaksuttavaa ”hömppää”.

Edellisessä luvussa pohdin uutisen olemusta, sitä mikä uutinen pohjimmiltaan on. Sosiaalisen median aktiivinen sekakäyttäjä, entinen tv- ja radiotoimittaja Outi Vainionkulma-Immonen pohtii blogissaan (Vainionkulma-Immonen, 2010) uutisen olemusta vähän erilaisesta näkökulmasta. Hän toteaa edellisessä luvussa esittelemäni Galtungin ja Rugen uutiskriteerit jo vanhentuneiksi – eikä ihme, ne on toki määritelty jo vuonna 1965. Vainionkulma-Immonen mukaan toimittajilla ei nykyään tunnu olevan kunnollista käsitystä siitä, mikä on olennaista ja mikä on epäolennaista. Hänen mielestään esimerkiksi human interest, politiikka ja onnettomuudet sotketaan ”suloiseksi sekamelskaksi”. Vainionkulma Immonen toteaaakin: ”En vaadi, ettei julkisjuttuja ja ihmislähtöisiä human interest -juttuja pitäisi tehdä. Niille on varmasti lukijansa ja katsojansa ja ne ovat omalla tavallaan tarpeellisia. Mutta pitääkö niitä kutsua uutisiksi?” (Vainionkulma-Immonen, 2010.)

Tässä päästään mielestäni ongelman ytimeen. Ovatko julkisjuorut ja yksilöiden tarinat uutisia? Onko jonkun ihmisen henkilökohtainen tragedia tai Matti Vanhasen seksielämään liittyvä seikka uutinen? Vai voidaanko uutista loppuun asti edes määritellä? Onko se vain asia, joka kiinnostaa suurta yleisöä?

Ei ehkä ihan niinkään, koska uutisen filosofiaan on aina kuulunut tärkeänä osana yhteiskunnallinen merkittävyys. Johan maalaisjärkikin sanoo, ettei kohu-uutisointi ole sitä. Mutta entä se Matti Vanhasen seksielämä? Erkki Karvonen pohtii artikkelissaan toimittajien oikeutta kirjoittaa korkeassa asemassa olevien poliitikoiden yksityisasiasta. Journalismissa tätä kantaa voidaan perustella vallan vahtikoiran tehtävällä – onko poliitikko pätevä ja luotettava työssään, jos hän ei ole sitä yksityiselämässään? (Tiedotustutkimus 5/2008, 31.) On totta että korkeassa asemassa olevilla poliitikoilla yksityisyydensuoja on muita ihmisiä pienempi. Mutta olisiko siltikin tärkeämpää keskittyä siihen, mitä poliitikko politiikassa lupaa ja pitääkö hän lupauksensa työssään? Voisiko sättiminen ja yksityiselämän penkominen jäädä kuitenkin toissijaiseksi?

Veikkaisin, että tällä tavoin yksityinen henkilökin saisi paljon todempaa tietoa siitä mikä poliitikko on miehiään – tai naisiaan.

Poliitikkojen yksityiselämästä uutisoiminen tuli esille monessa tutkimushaastattelussani toimittajien kanssa. Eräs toimittaja totesi seuraavasti:

”Ja sitten jos esimerkiksi rikkoo lakia. Sehän on poliitikkojen kohdalla ihan selkeesti uutisoitava asia, vaikka se tapahtuis yksityiselämän puolella, niin kyllähän se on ihan selkee, uutisoitava asia. Siinäkin sitten vaikuttaa tietysti se asema. Se on aina tapaus kerrallaan harkittava.” (H1)

Tapaus kerrallaan harkittava, niinpä niin. Kuinka ”korkeassa” tai merkittävässä asemassa poliitikon täytyy olla, jotta hänen yksityiselämästään voi uutisoida? Onko vähemmän hyväksyttyä, jos pääministeri ajaa humalassa kolarin, kuin että kunnanvaltuutettu tekee niin?

Puhdas, uskottava journalismi. On vaikeaa määritellä tai tietää, mikä on oikein tapa kertoa asioista ja mistä asioista ylipäättään kuuluisi kertoa. John Lager toteaa, että mikäli on erilaisia tapoja ymmärtää mikä uutinen on, on yleisesti tärkeää myös ymmärtää mikä yleisössä herättää kiinnostusta (Langer 1997, 5). On siis tärkeää ottaa huomioon myös yleisön tarpeet ja kiinnostukset – heillehän uutisia tuotetaan. Ongelman ydin on silti edelleen, se, kuuluvatko tunteet, skandaalit ja yksilöiden näkökulmasta tehdyt human interest -jutut uutisten joukkoon – tai siis täyttävätkö ne edes uutiskriteerejä.

3.2 Tabloidisaatio uutiskuvissa

Tabloidisaation vaikutukset näkyvät ehkä kaikkein selvimmin kuvajournalismissa. Janne Seppänen kirjoittaa hyvin valokuvan voimallisuudesta: ”Kamera siis kietoutuu monin tavoin valtaan ja tietoon, näkyvyyteen ja näkymättömyyteen.” (Seppänen 2006, 166) Seppänen jatkaa: ”- - kamera on aitoa sosiaalista voimaa. Sen läsnäolo sähköistää tilanteen kuin tilanteen” (Seppänen 2006, 166).

Näinhän se on, toimittajankin työssä. Kun kamera on esillä, ja salamavallo räpsyy, on jännite tilassa tai tilanteessa aivan toisenlainen. Hannu Vanhanen kirjoittaa kuvan

tabloidisoitumisesta, siitä kuinka kuvien käyttö on lisääntynyt – erityisesti dramaattiset uutiskuvat, paparazzikuvat ja henkilökuvat, jotka hän mainitseekin osaksi tabloidisoitumiskehitystä (Vanhanen 2010, 74).

Hyvänä esimerkkinä, ja tabloidisoituneen kuvajournalismin alkulähteenä, hän pitää eritoten 1970-luvun sensaatiolehtiä, kuten Hymyä. Pikkuhiljaa iltapäivälehdet astuivat samaan kelkkaan. (Vanhanen, 2010, 76.) Vanhasen mukaan kuvajournalismin tabloidisoituminen näkyy kaikista selvimmin henkilökuvien lisääntymisenä sanoma- ja aikakauslehdissä. Vanhanen toteaa, että henkilökuvat ovat syrjäyttäneet perinteiset kuvareportaasit. Vanhasen mukaan myös yhteiskunnan ilmiöitä koskevissa kuvareportaaseissa asiaa tarkastellaan nykyään henkilöiden kautta. (Vanhanen, 2010, 79.)

Sama kehityshän on tabloidisaatiossa muutenkin. Vanhasen kuvailema human interest – näkökulma toteutuu yhtä lailla tv- ja nettiuutisoinnissakin. Vaikea asia on helpompi ymmärtää ja käsitellä yksittäisen ihmisen tarinan kautta – mutta tuleeko asiasta silloin esille kaikki tärkeä, vai jääkö uutinen ja sen kuvitus raakileeksi? Ja täytyykö kaiken aina olla helppoa ja mukavaa?

Myös eräs tutkimustani varten haastattelemani toimittaja painotti henkilöinnin tärkeyttä ja perusteli sitä niin, että ei ole syytä tyytyä pelkästään virkamiehen tai poliitikon lausumaan, vaan ottaa joku yksityinen henkilö tai henkilöitä juttuun lisäksi, ikään kuin tuomaan lisäarvoa. Tällöin jutusta tulee kiinnostavampi tavalliselle lukijalle. Seurantajaksoni aikana havaitsin myös kuvituspuolella tämän seikan – esimerkiksi Kouvolan Sanomien kolmossivun pääkuvassa oli usein joko yksittäinen ihminen tai kokonainen perhe, johon joku suurempi uutisoitava ilmiö vaikuttaa.

Seurantajaksoni aikana tabloidisaatio näyttäytyi kuvajournalismin puolella selkeiden Kouvolan Sanomissa. Yle Kymenlaakson nettisivuilla kuvia ei aina edes ollut, ja kun oli, ne tuntuivat enemmänkin täytetaravalta, pakolliselta pahalta, kuin varsinaista sisällöllistä lisäarvoa tuovilta elementeilä. Kaakkois-Suomen televisiouutisissa kuvakerronta on taas eri tavalla määrittyvää: onhan kyse liikkuvasta kuvasta. Kuvakerronnassa oli toki havaittavissa myös tabloidisaatioon liittyviä piirteitä, mutta ei niin selkeästi kuin lehdessä. Lehtikuvalla on jollain tapaa paljon staattisempi, mutta

toisaalta tätäkin kautta myös paljon dynaamisempi tehtävä. Kuvaa todella pysähtyy katsomaan ja sen merkityksestä kertoo jo sen yhteyteen sijoitettu kuvatekstikin – television uutisissa liikkuva kuva on koko kerronnan väline, ja sitä kautta tuntuisi tässä yhteydessä teennäiseltä rinnastaa tämä kuvakerronta lehtikuvaan. Lehtikuva tuo tässä yhteydessä parhaiten esille tabloidisaation ilmiönä.

Kouvolan Sanomista löytyi yksi hyvä esimerkki tähän kohtaan. Lehden kolmossivulta (Kouvolan Sanomat 9.11.2011, 3) löytyi uutisjuttu Ummeljoen kyläkirkon kohtaloon liittyen. Kolmossivun juttu on siis eräänlainen johdatus sisäsivulta löytyneeseen varsinaiseen uutisjuttuun. Kolmossivulle on kuitenkin laitettu aiheeseen liittyen iso kuva, joka toimii koko sivun pääkuvana, sekä lyhyehkö ingressi kuvan alle – ikään kuin kuvatekstiksi. (Liite 4.) Kuvassa on yksittäinen henkilö, Marjatta Raskinen, jonka taustalla näkyy kyläkirkko. Kuvatekstistä selviää, että Raskinen toimii luottamushenkilönä Anjalankosken seurakunnassa ja Kouvolan seurakuntayhtymässä, mutta siitä huolimatta enemmän korostetaan kirkon tärkeyttä juuri tälle ihmiselle: ”Täällä hän kävi rippikoulun ja täällä lapset ovat käyneet kerhossa”. Luottamushenkilön ominaisuudessa Raskisella ei myöskään liene juuri vaikutusmahdollisuuksia kirkon säilymiseen, tuollaiset päätöksethan tulevat aina kaupungin ylemmältä taholta. Näin ollen Raskinen ottaa ikään kuin henkilökohtaisen, yksittäisen ihmisen roolin jutun yhteydessä.

3.3 Asiajournalismi

Media-alalla asijournalismi on tunnettu käsite, mutta harva on todella pohtinut, mitä se tarkoittaa. Mikä on asijournalismia? Asijournalismia pidetään hyveellisenä, jotenkin oikeanlaisena ja puhtaana journalismin muotona. Sen rinnalla kulkee niin sanottu roska ja hömppä, toisinsanoen populaarimpi journalismin muoto. Esa Väliverronen toteaa saman: monilla toimittajilla ei hänenkään mukaansa ole todellista käsitystä siitä, mitä hyvä journalismi on, vaikka siitä puhutaan paljon ja siihen selkeästi liitetään tiettyjä arvoja ja normituksia (Väliverronen 2009, 8).

Ignacio Ramonetin mukaan vielä 1970-luvulla lehdistön maine oli huomattavasti parempi ja sitä pidettiin suuremmassa arvossa. Ramonet mainitsee esimerkkinä

lehdistön hyvästä työstä kuuluisan Watergate-skandaalin, joka osoitti tavallisten toimittajien kyvyn kaataa Yhdysvaltain presidentti Richard Nixon. Ramonet toteaa, että vielä tuohon aikaan lehdistö pystyi tekemään yhteiskunnasta ja sen päättäjistä rajuja ja tärkeitä paljastuksia, mutta samalla toimittajat kykenivät noudattamaan tietynlaista ammattietiikkaa. (Ramonet 2001, 55.) Ramonetin mukaan tämä ”ylevä” käsitys journalismista on kadonnut. Hän nimittää entisaikojen toimittajaa modernin yhteiskunnan sankariksi, ja nykytoimittajaa uudeksi vahtikoiraksi ja pahamaineisen joukon keulahahmoksi. (Ramonet 2001, 57.)

Onko todella siis niin, että vaikka tänä päivänä toimittajat yhtäläillä rakkikoiramaisesti haukkuvat päättäjille ja saavat selville tärkeitä yhteiskunnallisia epäkohtia – kuten vaikkapa taannoinen lautakasaskandaali – he eivät kuitenkaan kykene tekemään sitä hyvän maun rajoissa? Ainakin Ignacio Ramonet oli jo kymmenisen vuotta sitten tätä mieltä. Ramonet ottaa nerokkaasti kantaa myös onnettomuusutisoinnin, ja niin sanotun suruviihteen aikakauteen: ”Onko totuus siinä virtuaalisessa henkilössä, jonka näen kuolevan televisioruudussa, vai tämän näkymän minussa aikaansaamissa liikutuksen kyyneleissä?” (Ramonet 2001, 59). Ramonet esittää hyvän kysymyksen, jota jokaisen toimittajan kannattaisi pohtia.

Joka tapauksessa, asiajournalismi on ainakin Ramonetin mukaan kuollut jo kauan sitten. Voidaan kuitenkin myös spekuloida, onko moista hyveellistä journalismia edes koskaan ollut olemassa, ainakaan sen puhtaimmassa muodossa? Yksi haastateltavani totesi hyvin:

”Että olis olemassa joku asiajournalismi ja sit ois sensaatiojournalismi. Mä luulen että molempia piirteitä voi löytää yhestäki jutusta...voi olla että on välineitä jotka on tarkotettu pelkkään skandaaliin.. Toimittajiakin on kuitenkin vähän joka lähtöön ja välineitä joka lähtöön. Ja sit jos sä kysyt multa et kumpaa sä sit niinku teet täällä, et asiajournalismia vai tabloidmeininkiä..niin eihän musta nyt siltäkään tunnu et mä mitään tabloidmeininkiä teen että..en halua että olis jotenki semmosta liian mustavalkosta tää meidän tekeminen. Ei niin et olis niinku hyvä asiajournalismi, paha tabloidisaatio tai hyvä tabloidisaatio, paha asiajournalismi.” (H2)

Toimittajan kommentissa on totuudensiemen. Kieltämättä on teennäistä luokitella journalismia hyvään ja pahaan, kun on kuitenkin tosiasia, ettei mitään kristallinkirkasta, oikeaoppista journalismia voi olla olemassa.

John Langer analysoi kirjassaan sitä, miten vähän yksittäinen uutislähetys lopulta sisältääkään itse uutisia, kun mukaan lasketaan lähetysten uutistunnus, sää, urheiluosuus ja muut lähetysten osuudet. Tuolloin esimerkiksi kolmenkymmenenminuutin pituisesta uutislähetyksestä vain hieman yli puolet, eli noin seitsemäntoista minuuttia on itse uutissisältöä. (Langer, 1998, 32.) Langerin havainto koskee lähinnä televisiouutisia, mutta yhtäläillahan tämä ilmiö voi olla havaittavissa myös lehti- ja netti uutisten puolella, vain eri tavalla. Ehkä tämä myyttinen ”asiajournalismikin” ikään kuin kärsii siitä, että se nykyään kehystetään kaikella ylimääräisellä ja epäolennaisella.

Oli miten oli, viestintäalan piireissä on tekemieni tutkimushaastattelujenkin perusteella yhä edelleen olemassa jaottelu laatuun ja roskaan. Varsinainen asiajournalismin käsite vaikutti kuitenkin monille haastattelemilleni toimittajille melko vieraalta, ja kun kysyin mitä asiajournalismi heidän kokemuksensa mukaan tarkoittaa, sain aika yllättäviä vastauksia. Monet nimittäin lähtivät purkamaan asiajournalismin käsitettä aiheen kautta – alkoivat siis luetella erilaisia asialliseksi mielletäviä yhteiskuntaan liittyviä aiheita.

A.-P. Pietiläkin puhuu kirjassaan asiajournalismista. Hän väittää ”perinteisen ja tiukan” asiajournalismin ajautuneen ”nuorallatanssijan rooliin”. Tällä hän tarkoittaa, että asialliseksi ja luotettaviksi koetut välineet, kuten Yleisradio, kamppailevat asian ja viihteen välimaastossa ja joutuvat pohtimaan sitä, mitä yleisöt haluavat – mille on tilausta. (Pietilä 2007, 268.) On selvää, että jokainen tiedotusväline kamppailee nyt yhtä vaikeassa tilanteessa, mutta kuten Pietiläkin toteaa (Pietilä 2007, 268), ovat iltapäivälehdet ja aikakauslehdet tässä kohtaa helpommassa asemassa – ne voivat vapaammin valita sisältönsä ja jättää jopa jotakin kokonaan pois, ilman erikoisempia seurauksia.

Monet haastateltavani olivat kuitenkin myös sitä mieltä, että viihteestä voi tehdä asiaa ja asiasta viihdettä, eli pohjimmiltaan asiajournalismissa on tulkintani mukaan toimittajienkin mielestä kyse käsittelytavoista.

Myös Sara Henttonen (Henttonen 2008, 12) pohtii pro gradu -tutkielmassaan, onko viihteellisempi journalismi ylipäättään journalismia. Henttonen käyttää hyvänä

esimerkkinä Costera Meijerin luomaa taulukkoa, jossa tutkija jakaa journalismin laatujournalismiksi ja populaarijournalismiksi. Taulukossa Meijer lukee laatujournalismin piiriin kuuluviksi esimerkiksi uutiset ja taustoitukset, ja populaarijournalismin taas esimerkiksi tabloidiuutiset ja talk show't. Tässä kohtaa Henttosen tutkielmassaan siteeraama Meijer tekee mielenkiintoisen jaon uutisten ja tabloidiuutisten välillä. On siis uutisia ja tabloidiuutisia, mutta jälleen päästään sen kysymyksen äärelle, mitkä ovat tabloidiuutisia ja mitkä taas uutisia. Molempien jaotteluiden alle Meijer on taulukossaan kuitenkin listannut muutamia ominaisuuksia, laatujournalismin alle esimerkiksi rationaalisuuden ja mielipiteet, populaarin alle taas vastaavasti tunteellisuuden ja kokemukset. Tämä vastakkainasettelu tuo jo hieman selvemmin esille sen, mitä Meijer ajaa takaa kahdella erilaisella uutistyyppillä. Henttonen toteaa, kuten monet minun haastateltavanikin, että molempien kategorioiden ominaisuuksia voi kuitenkin löytää niin laadukkaasta kuin populaaristakin journalismista. (Henttonen 2008, 12.)

Peter Dahlgren pohtii artikkelissaan (Zelizer 2009, 146) klassisen journalismin käsitettä, joka on aika lähellä edellä käytettyä laatujournalismin käsitettä. Dahlgren toteaa, että jo vuosikymmen sitten media-alalla on alettu puhua korkea-arvoisen modernin tai klassisen journalismin ajatusmallin häviämisestä tai ainakin jonkinasteisesta haalistumisesta. (Zelizer, 2009, 147.) Dahlgrenin pohdinta vain vahvistaa käsitystäni siitä, että jokin puhdas journalismin alkumuoto elää useimpien tutkijoiden ja toimittajien mielessä ainakin jollain tasolla.

Heikki Saari (Saari 2007, 11) pohtii samaa jakoa niin sanottuun hyvään ja huonoon journalismiin erilaisista näkökulmista. Saaren mukaan koko tabloidisaatiossa saattaa olla yhtä hyvin kyse siitä, että tylsäksi koettu laatujournalismi on vain muuttumassa kiinnostavammaksi, ja sen tekijät ovat vihdoinkin tajunneet, mikä ihmisiä oikeasti liikuttaa ja koskettaa – kuin että laatujournalismi olisi muuttumassa huonoksi.

Saari miettii myös median tehtävää yhteiskunnassa ja toteaa, että demokratia vaatii puolueetonta kritiikkiä niin sanotulta neljänneltä valtiomahdilta, jolla siis viittaa tiedotusvälineisiin. Tämän jälkeen Saari esittää tärkeän kysymyksen: Onko koko tällainen jalo ajattelu vain ikävää jonnekin, jota ei koskaan edes ollut olemassa? Varsinaista vastausta Saari ei itsekään kysymykselle löydä – mutta jättää lukijansa

kovan pohdinnan pyörteisiin. (Saari 2007, 306.) Onko koko tabloidisaatio vain ”harhautus”, kun oikeasti onkin kyse jostain aivan muista alan sisäisistä ongelmista – kuten Michael Serazio (Zelizer 2009, 15) pohtii S. Elizabeth Birdin esiinnostamaa kysymystä. Onko myös asiajournalismi täten vain toimittajien keksintöä? Luulevatko niin sanottujen laatumedioiden edustajat tekevänsä tai tehneensä jotain, joka on jotenkin kaiken roskan yläpuolella, ja jotenkin ainutlaatuisen totta, hyvää ja tärkeää?

Paljon kysymysmerkkejä, paljon ajatuksia. On vaikeaa päätellä, kuka on oikeassa tai kuka väärässä. Ehkä kaikki ovat vähän molempia.

4 TABLOIDISAATION HYVÄT JA HUONOT PUOLET

Tabloidisaatiosta puhutaan media-alalla puolesta ja vastaan. On selvää, että niin laajalla ilmiöllä on sekä hyviä, että huonoja vaikutuksia uutisten sisältöihin. Ehkä olennaisin ja myös huolestuttavin piirre tabloidisaatiossa on kuitenkin journalismin ”teollistuminen”. Asiat ja sisällöt pyörivät pitkälti rahan ja suuren kilpailupaineen ympärillä. Tämän kehityksen taustalla on omistuksen keskittyminen, suurten mediakonsernien lisääntyminen, jota Risto Kunelius (Kunelius 2004, 100) pohtii. Hänen mukaansa joukkoviestintäyritykset kärsivät tästä siinä mielessä, että niistä tulee samanlaisia kuin mistä tahansa muistakin yrityksistä. Kunelius kirjoittaa huolestuneesti siitä, miten tiedotusvälineitä johdetaan kuin mitä tahansa massatuotteita, vaikka tiedotusvälineiden sisältö- ja merkityspuoli arvottuu ihan eri perustein. (Kunelius 2004, 100.)

Tutkimuksessani on mukana myös Yleisradion maakuntatoimitus. Huolimatta siitä, että Yleisradio ei ole mainosrahoitteinen, taloudelliset paineet koskevat yhtäläillä sitä. Yleläisetkään eivät voi väittää olevansa jotenkin ulkona kilpailusta – samat paineet kohdistuvat sinnekin ja tokihan on selvää, että esimerkiksi tutkimani Yle Kymenlaakso kilpailee ihan samoista yleisöistä kuin vaikkapa tutkimuksessani mukana ollut Kouvolan Sanomat.

Juha Herkman puhuukin artikkelissaan (Väliverronen 2009, 32) median markkinoitumisesta ja toteaa tämän muutoksen näkyneen suomalaisessa journalismissa jo 1990-luvulta lähtien. Herkman näkee markkinoitumisessa myös hyviä puolia, joista tärkeimpänä mainitsee median vapautumisen politiikan sylikoiran roolista, eli siitä että politiikka määräsi ennen enemmän medioiden sisältöä ja toimintatapoja. Nykyään medioiden on helpompi ottaa vapaasti kantaa poliittisiin kysymyksiin, ja toteuttaa neljännen valtiomahdin ideologiaa. Herkman mainitsee myös joidenkin tutkijoiden muistuttavan, että uutisformaatti on säilynyt yllättävän samanlaisena muutosten myllerryksessä. (Väliverronen, 2009, 39.) Näinhän onkin: uutiset kerrotaan useimmiten totutulla tavalla, ikään kuin totutuissa viitekehyksissä – muutokset näkyvät enemmänkin uutisten sisällöissä ja tavassa rakentaa uutisjuttuja.

John Tulloch kyseenalaistaa mielenkiintoisesti koko tabloidisaatiotermin, toteamalla että jokainen sukupolvi keksii aina uuden nimityksen jollekin uudelle rappiolliselle

tavalle tehdä journalismia (Sparks & Tulloch 1999, 133). Tulloch ottaa asiaan aika radikaalin kannan. Voihan niinkin toki olla, että osittain on vain kysymys tämän ajan termistä, jolla sitten osoitellaan kaikkia ongelmia. Vuonna 1995 Ari Heino kirjoitti suomalaisten toimittajien kokemuksista omassa ammatissaan toimimisesta, ja jo silloin ilmapiiri oli journalismin sisältöjä kohtaan hyvin kriittinen. Heino mukaan suomalaistoimittajat kokivat, ettei kotimainen journalismi ole kriittistä, rohkeaa eikä ihanteellista ja että journalismin olemus hämärtyy markkinointiin nähden. (Heino 1995, 153-154.) Tabloidisaatiosta on ensimmäistä kertaa puhuttu jo 1990-luvulla, mutta esimerkiksi Heino ei tutkimuksessaan mainitse termiä vielä. Siitä huolimatta Heino mainitsevat piirteet ovat niitä samoja, joista puhutaan tabloidisaation yhteydessä. Etenkin tuo ihanteellisuuden vaatimus tuntuu olevan perusongelmana kaikkina aikoina – mutta tietääkö kukaan mitä se ihanteellinen sitten todella tarkoittaa ja on?

Seuraava laatimani taulukko selkeyttää hieman jakoa tabloidisaation hyviin ja huonoihin puoliin:

<i>Tabloidisaation hyviä puolia</i>	<i>Tabloidisaation huonoja puolia</i>
Median vapautuminen sylikoiran roolista (politiikka ei enää määrää mediasisällöistä)	Uutisjournalismin teollistuminen
Journalismista tullut ehkä kriittisempää	Kilpailupaineet
Uutisten perusmuoto säilynyt samana	Omistuksen keskittyminen

Eräs tutkimustani varten haastatteleman toimittaja totesi oivallisesti tabloidisaation olevan paljon laajempi ilmiö, kuin monet tutkijat tai alan työntekijät kuvittelevatkaan:

”No siis mä en osaa nähdä sitä [tabloidisaatiota] erityisenä mörkönä eikä se mun mielestä ole irrallinen ilmiö joka koskisi pelkästään mediaa vaan se on mun mielestä niinku osa yhteiskunnan kehitystä.” (H4)

Toimittaja saa tällä tavalla koko ilmiön, tabloidisaation, näkymään aivan täysin uudessa valossa. Ehkä ei olekaan syytä pureutua vain yksittäisiin keisseihin tai suppeampiin ilmiöihin, vaan ajatella asiaa myös koko ympäröivän yhteiskunnan kannalta. Onhan toki selvää, että ”kaikki liittyy kaikkeen”, mutta siitä huolimatta tabloidisaation analysoiminen osana laajempaa kehitystä, voi tuottaa hedelmällisiä lopputuloksia.

4.1 Uutisten viihteellistyminen

Yksi tabloidisaation selkeimmistä vaikutuksista uutisiin on niiden viihteellistyminen. A.-P. Pietilä toteaa sen jo kirjansa nimessä: Uutisista viihdettä, viihteestä uutisia – Median muodonmuutos. Kirjassaan (Pietilä 2007, 10) Pietilä väittää, että nykyään uutisia kehitetään monissa välineissä lähes tyhjästä, myös muualla kuin iltapäivälehdissä. Jos ei ole kuumia juttuaiheita, niin pienemmistäkin asioista paisutetaan ikään kuin väkisin suuria otsikoita. Tämä Pietilän todeksiväittäminen ilmiö lienee olennaisimpia syitä siihen, että uutisten sisällöt kevenevät ja viihteellistyvät. Myös tunteellistuminen voidaan luontevasti asettaa osaksi viihteellistymiskehitystä: tunteita herättävät jutut viihdyttävät ihmisiä enemmän kuin asiapitoiset jutut – tunteesta on siis tullut omanlaistaan viihdettä, niin surulliselta kuin se kuulostaakin ja ehkä sitä onkin.

Anna Solovjew pohtii omassa pro gradussaan suomalaisten televisiuutisten tunteellistumista ja toteaa tutkimuksensa loppupuolella huomanneensa tunteellistumisen kaikkein selkeimpänä YLE:n televisiuutisissa. Solovjew toteaa myös, että YLE:llä tunnuttiin suhtauduttavan tunteellistumiseen kaikkein myönteisimmin. (Solovjew 2007, 94.) Tämä on monellakin tapaa mielenkiintoinen havainto. Luulisi, että tunteisiin vetoamista ja sitä kautta viihteellisempää uutistuotantoa harrastettaisiin enemmän nimenomaan kaupallisten kanavien uutisissa. Totuus on kuitenkin Solovjewin mukaan aivan toinen. Solovjewin havainto kertoo paljon siitä, miten myös ei-kaupallisen median täytyy pysyä mukana kilpailussa ja tavoittaa yleisönsä uusien keinoin.

Yksi haastattelemani Yle Kymenlaakson työntekijä pohti tätä asiaa Ylen valtakunnallisten televisiuutisten kautta. Hän muisteli, kuinka jokin aika sitten Ylen puoli yhdeksän uutisissa oli uutisjuttu siitä, kun Nightwishin laulaja päätti erota bändistään. Haastateltava totesi, ettei vastaavaa uutisjuttua olisi mitenkään voitu laittaa pääuutislähetyskseen kymmenen vuotta sitten. Hän antoi myös hyvän esimerkin siitä, miten Ylellä on jouduttu pohtimaan esimerkiksi Matti Nykäsestä uutisoimista. Yle ei ole hänen mukaansa lähtenyt käsittelemään asiaa suoraan, vaan ikään kuin ”kautta rantain”:

”Suosittu tapa on tehdä Ylellä juttua siitä että ’Kohu Matti Nykäsen ympärillä on mediatutkijan mukaan sitä sun tätä..’ Eli tehdään tavallaan kautta rantain siitä Nykäsestä, kun ei uskalleta...ja kun eihän me voida tehdä..ei me seurata entistä mäkihyppääjää, joka on väkivalta-rikollisuuskierroissa.” (H7)

Ylelläkin siis joudutaan paljon miettimään, miten lähestyä kevyempiä aiheita, mutta kuitenkin asiallisesti. Ehkä se ei ole mahdollistakaan, ehkä on turhaa yrittää peittää viihteellistä aihetta ikään kuin asiallisella verholla – sen verhon läpi näkee kuitenkin.

A.-P. Pietilä toteaa osuvasti, että myös Yleisradion on pakko pysyä mukana ajan hengessä, jotta se säilyttää paikkansa kilpailussa (Pietilä 2007, 170). Tämä ajatus on helppo järjeistää: miksi millään medialla, edes valtiorahotteisella ja yleisesti suuressa arvossa pidetyllä Yleisradiolla, olisi minkäänlaisia erityisiä oikeuksia tai mahdollisuuksia pitäytyä vanhassa? Kilpailu koskee kaikkia medioita samanaikaisesti. Pietilä painottaa myös (Pietilä 2007, 152) verkon tärkeyttä ja sitä ettei millään medialla ole varaa vähätellä verkon merkitystä. Pietilän mukaan tämä vähättely johtaa siihen, että mediat menettävät tärkeän osan yleisöään, joka nimenomaan haluaa osallistua keskusteluun netin kautta, ja haluaa löytää tietoa asioista helposti ja nopeasti verkosta.

Tutkimustani varten seuraamissani Ylen Kaakkois-Suomen televisiouutisissa en voi kuitenkaan sanoa huomanneeni viihteellistymistä kovin selkeästi. Alueellisilla uutisilla on toki Ylelle suuri merkitys, mutta onhan selvää, että valtakunnallisiin lähetyksiin täytyy satsata vielä monta kertaa enemmän. Ehkä alueuutisilla ei siis ole yhtä suuria paineita – oravanpyörä ei pyöri niin lujaa paikallisella tasolla, vaan yleisöt tavoitetaan ehkä helpommin keinoin, vanhoillakin toimintatavoilla.

Pietilä toteaa median seuraavan kaikkienensa enemmän viihdettä kuin uutisia, ja viittaa tämän kehityksen alkaneen jo 1980-luvulla ja voimistuneen koko ajan (Pietilä 2007, 266). Pietilän mukaan uutisteollisuus ei ole kehittynyt tiedon suuntaan, vaan nimenomaan viihteen ja kuluttajien tajunnan hallinnan suuntaan (Pietilä 2007, 267). ”Kuluttajien tajunnan hallinta” on mielenkiintoinen ilmaisutapa edelläkäsittelylle tunteellistumisen ilmiölle. Tajunnan hallinnalla Pietilä tarkoittanee nimenomaan sitä, että lukijat pyritään koukuttamaan uutisvirtaan suurilla tunteilla, sensaatioilla ja kiinnostavilla tarinoilla.

Tiedotusvälineiden tyyliä välittää tietoa voi John Langerin mukaan (Langer 1998, 50) analysoida myös sen mukaan, millä tavalla uutisia sijoitetaan lehteen tai uutislähetkseen. Tällä Langer tarkoittanee siis sitä, että uutisjuttuja ikään kuin arvotetaan sen mukaan, missä järjestyksessä ne esitetään. Jos puhutaan lehdestä, ja esimerkiksi kolmossivun pääuutisena on juttu Jyrki Kataisen seksielämästä, voidaan ehkä tehdä tiettyjä päätelmiä tiedotusvälineen tavoitteista. Vastaavasti jos kolmossivulla on juttu Jyrki Kataisen tekemästä tärkeästä poliittisesta päätöksestä, voidaan lehden tyylistä tehdä taas toisenlaisia päätelmiä.

Viihteellistyminen on moniulotteinen ja myös monitulkintainen ilmiö. Viihteellisempää materiaalia on varmasti löydettävissä jokaisesta välineestä, joistain enemmän, joistain vähemmän.

4.2 Uutiskilpailu ja sen vaikutukset

On selvää, että kilpailu koko media-alalla ja myös uutisrintamalla on kiristynyt. Tähän yhtenä olennaisena osasyynä on varmasti verkon kasvanut merkitys ja verkon tuomat uudenlaiset nopeusvaatimukset – sisältöjä täytyy jakaa kiihtyvällä tahdilla. Journalistilehdessä (Katri Porttinen 2011, 4) Katri Porttinen kirjoittaa toimittaja Johanna Vehkoon Helsingin Messukeskuksessa pitämästä puheenvuorosta Journalismin päivän yhteydessä. Porttisen mukaan Vehkoo kertoi pitämässään puheessa ”copy paste – kulttuurin” lisääntymisestä uutisteollisuudessa. Porttinen kirjoittaa siitä, kuinka Vehkoo on huolestunut siitä, miten suuri osa uutisten välittämästä tiedosta tulee erilaisten tietokantaohjelmien kautta, ilman toimittajan työpanosta. Porttinen toteaaakin osuvasti: ”Vehkoon sanoma oli kuitenkin selvä: koneet on jo valjastettu tuottamaan nopeaa tietoa. Toimittajia tarvitaan kuitenkin edelleen siihen, mikä tuntuu verkon vauhtisokeuden keskellä unohtuvan: tulkitsemaan, asettamaan asioita mittasuhteisiinsa ja tarkastelemaan maailmaa uusista näkökulmista.” (Porttinen 2011, 4).

Tämä on aivan totta. Kaiken kiireen keskellä ei pitäisi unohtaa tiedonvälityksen ja toimittajan perustehtävää – kriittistä ympäröivän maailman analysointia erilaisista tulokulmista. Porttisen mukaan luennolla tuli ilmi myös huolestuttava ilmiö, se miten toisia medioita siteerataan tietoja tarkistamatta (Porttinen 2011, 5). Porttinen kirjoittaa,

kuinka Julkisen sanan neuvoston puheenjohtaja Risto Uimonenkin muistuttaa, että vaikka jollakin medialla olisi kuinka hyvä maine ja siihen yleisesti luotettaisiin, tiedot pitäisi silti aina tarkistaa. ”Tällainen tietojen tarkistamattomuus on alan suurin syöpä - -”, oli Uimonen Porttisen mukaan todennut Journalismin päivillä. (Porttinen 2011, 5.) Miten tähän tilanteeseen sitten on jouduttu? Minkä takia on syntynyt niin suuri paine julkaista vain mahdollisimman nopeasti, ilman perusteellista tarkistamista? Taustalla ovat luonnollisesti taloudelliset paineet, mutta toki myös paineet siitä, mitä nyky-yleisö haluaa ja mitä ja miten sille kannattaa tarjota.

Risto Kunelius kysyy hyvin: tuottaako tiukka uutiskilpailu monipuolista sisältöä? (Kunelius 2004, 92) Kuneliuksen mukaan kilpailuasetelma tuottaa lopulta hyvin homogeenisen tilanteen: keskenään kilpailevat mediat seuraavat aktiivisesti toisiaan ja myös kopioivat toisten medioiden tyylejä uutisoida ja pyrkivät saamaan samat aiheet omaankin välineeseen. Toisaalta Kunelius toteaa, ettei vähempi kilpailu välttämättä tuottaisi monipuolisempaa sisältöä.

Emilia Erkinheimo haastattelee Suomen Lontoon suurlähetystön sivulla kokenutta toimittajaa Merja Myllylahtea (Erkinheimo, 2009), joka puhuu jutussa klikkauskulttuurin lisääntymisestä media-alalla. Myllylahti kertoo suorassa sitaatissa, kuinka ennen ei ehkä huomioitu lukijoita tarpeeksi, mutta nykyään ollaan taas siinä pisteessä, että huomioidaan vähän liikaakin. Myllylahden mukaan ilmiö näkyy selkeimmin juuri netin klikkauskulttuurina, jossa toimittajat yrittävät räväkillä otsikoilla saada yhä enemmän lukijoita jutuille. ”Ja mitä enemmän online-media saa klikkauksia, sitä helpompi sen on houkutella mainostajia. Kutsun tätä klikkauskulttuuriksi.”, Myllylahti toteaa jutussa. (Erkinheimo, 2009.)

Osa haastattelemistani toimittajista piti lisääntyntä kilpailua myös hyvänä asiana. Eräs toimittaja totesi, että etenkin Kymenlaakson alueella, eli melko pienessä piirissä, kilpailuasetelma tuo vain lisää potkua ja motivaatiota uutisvälineelle. Hän kertoi myös, että nettisivun klikkauksia toki seurataan ja arvostetaan, mutta joskus on vain pakko hyväksyä että esimerkiksi Kouvolassa taannoin tapahtunut lievä maanjäristys yksinkertaisesti kerää enemmän klikkauksia kuin vaikkapa kaupungin budjetin julkaiseminen.

Kilpailussa on varmasti sekä hyvät että huonot puolensa. Toisaalta se pitää toimittajat hereillä ja aktiivisina, mutta toisaalta sillä on vaara aiheuttaa huolimattomuutta ja sisältöjen köyhtymistä.

5 YLEISÖN TARPEET

”Jos tuote ei oo millään tavalla kiinnostava, se ei edusta tän ajan tarpeita niin nehän jättää roikaleet sen tilaamatta ja sitten me olemme pulassa.” (H4)

Yleisö, asiakas, lukija, katsoja, kuuntelija. Uutisvälineet ovat luonnollisesti meitä kansalaisia varten ja niiden on tarkoitus välittää tietoa nimenomaan meille, tavallisille ihmisille – mahdollisimman kattavasti ja tasapuolisesti, ja tietysti objektiivisesti.

Yleisön tarpeiden huomioimista ei voi väheksyä. Yleisö myös muuttuu – nykypäivän yleisö on aivan toisenlainen kuin kymmenen vuoden takainen. Näin ollen tiedotusvälineiden täytyy uutisia tehdessään pysyä ajan hermolla eli tuottaa uutisia sellaisessa muodossa, että ihmiset haluavat niihin tarttua, kiinnostuvat niistä ja saavat niistä haluamansa tiedon.

Monet tutkimustani varten haastattelemiini toimittajat korostivat yleisön huomioimisen tärkeyttä useaan otteeseen. Koska valitsin työhöni paikallisuutisia välittäviä medioita, monet toimittajat painottivat nimenomaan uutisaiheiden läheisyyttä paikallisiin ihmisiin. Yksi toimittaja kertoi, että uutisjuttuja lähdetään monesti rakentamaan ikään kuin ruohonjuuritasolta: kuullaan kaverilta joku asia, joka mietityttää esimerkiksi kaupungin lastenhoitopalveluissa ja aletaan selvittää epäkohtaa tarkemmin. Tällä tavalla löydetään oikeasti tärkeitä ja paikallisten ihmisten jokapäiväiseen elämään liittyviä aiheita. ”Sitä saa mitä tilaa” –mentaliteetti kuului selvästi läpi kaikista seitsemästä tekemästani haastattelusta. Jos yleisö kuluttaa viihdettä, sille sitä annetaan. Jos yleisö haluaa kevyempää sisältöä, se saa sitä.

Risto Kunelius puhuu laajemmalla tasolla joukkoviestinnän kulutustottumuksista. Kunelius vahvistaa väitteeni siitä, että jokapäiväiseen elämään liittyvät aiheet ovat tärkeä osa tiedotusvälineen ja yleisön välistä sidettä. Kuneliuksen mukaan joukkoviestimen tärkein menestyksen avain on asettuminen osaksi ihmisten arkielämän ongelmia ja kysymyksiä. Kunelius ottaa kuitenkin esille myös toisen näkökulman: joukkoviestintä myös muokkaa eri tavoin ihmisten arkisia tottumuksia, eli kulttuuria. (Kunelius 2003, 121.) Tällä tavoin voidaan ajatella, että joukkoviestinnällä, tässä kohdassa tarkemmin uutisteollisuudella, on suuri valta, mutta sitäkin suurempi vastuu tuottamisestaan sisällöistä.

Ari Heinonen kirjoittaa journalistiseen työhön liittyvästä vastuusta ja toteaa, että journalisti kantaa vastuuta eritoten yleisöään kohtaan. Hän kirjoittaa asiasta myös ”yleisen edun” käsitteen kautta. Journalistilla on siis Heimon mukaan tietty vastuu yleisen edun asettamiin vaatimuksiin nähden. Heino mainitsee tässä kohtaa tärkeänä asiana ammatillisen itsesääntelyn. (Heino 1995, 24.) Heino tarkoittanee yleisellä edulla paljolti etiikkaan liittyviä kysymyksiä, mutta varmasti myös sitä että yleisölle tulee tarjota laadukasta ja monipuolista sisältöä. Yleisen edun käsite on varmasti paljon laajempi, mutta tähän kohtaan siitä on hahmotettavissa yleisön tarpeiden huomioimiseen liittyvä taso.

Maija Töyry kirjoittaa artikkelissaan aikakauslehtien lukijalähtöisyydestä ja ottaa esille tärkeän yksittäisen havainnon. Töyryn mukaan lukijalähtöisyys ei ole sama asia kuin populismi. Kun tutkijat puhuvat iltapäivälehtimäistymisestä eli tabloidisaatiosta ja viihteellistymisestä, ei niitä Töyryn mukaan voi pitää samana asiana kuin lukijalähtöisyyttä. (Väliverronen 2009, 129.) Töyry on oikeassa: onhan selvää, ettei lukijalähtöisyyden ainakaan pitäisi aiheuttaa viihteellistymistä, sensationalisoitumista, toisin sanoen tabloidisaatiota. Lukijalähtöisyydestä puhuttiin tutkimushaastatteluissanikin ihanteena, jota halutaan noudattaa ja jota kunkin tutkimani uutisvälineen väki kokikin noudattavansa. Olisiko silti mahdollista, että yleisöä kosiskellaan vähän liikaakin, ja siten päädytään sisällöllisesti köyhiin ratkaisuihin?

Toimittajat ehkä liiallisesti sysäsivät vastuuta kuluttajille, ”me annetaan niille mitä ne haluaa” – tyyliisesti. Ei kai yleisö osaa haluta viihdettä, jos se ei ole siihen tottunut. Ja se, että yleisö on tottunut johonkin sisältöön, ei voi olla muun kuin itse tiedotusvälineiden toiminnan seurausta.

Asia on monihaarainen ja monitulkintainen, eikä täysin selviä vastauksia yleisön ja tiedotusvälineiden oikeanlaiseen kommunikaatioon varmaan olekaan olemassa. Silti on selvää, että jonkinlaisen vastavuoroisuuden lain pitäisi päteä asiassa: tiedotusvälineen täytyy toisaalta huomioida yleisön tarpeet, toisaalta uskaltaa tehdä omia ja rohkeitakin ratkaisuja – kun taas yleisöllä on oikeus vaatia tietynlaista sisältöä ja ennenkaikkea tasoa.

6 EETTISIÄ NÄKÖKULMIA – TABLOIDISAATIO VS. MORAALI

”Ei ole median vika jos maailma on ruma. Se että ihmiset kohtelee toisiaan huonosti ja euro poksahdaa ja kaikkee muuta ikävää sattuu ja lama tulee ja vehnäsato epäonnistuu, niin tavallaan, eihän me voida jättää niitä kertomatta. - - Mutta olennaista mun mielestä on se, että tehdään niinku tyylikkäästi. Et ikäväkin asia, et äiti surmaa pienet lapsensa, se täytyy voida kertoa vaikka siitä tulee paha mieli.” (H4)

Tabloidisoituneeseen journalismiin liittyy paljon eettisiä ongelmia. Ne ovat väistämättömiä kun tunteellisuus, skandaalit, lööpit ja julkkisjuorut lisääntyvät uutisoinnissa. Kuljetaan rajamailla sen suhteen, mitä toimittaja saa tehdä ja mitä saadaan julkaista – ja mikä on niin merkittävää, että siitä on lupa ottaa selvää kyseenalaisinkin keinoin.

Useimmiten eettisistä ongelmista puhutaan katastrofi- ja onnettomuusutisoinnin yhteydessä. Varsinkin suurta ihmisjoukkoa koskevissa katastrofeissa toimittajien ammattietiikka nousee herkästi esille (Vanhanen 2010, 106). Vanhanen huomauttaa, että tällaisissa katastrofitapauksissa lehdet ja muu media helposti ylittävät rajan, ja tunkevat liian lähelle ihmisten yksityistä aluetta. Hän toteaaakin: ”Median ja kuvajournalistien rikkoessa intiimin reviirin uutisoinnista tulee *suruporno*.” (Vanhanen 2010, 106.)

Vanhasen käyttämä nimitys ”suruporno” on hyvin kuvaava ja herätti paljon keskustelua erään haastatteleman toimittajan kanssa:

” Musta ehkä vastenmielisin piirre, mitä tabloidisaatio on tuonut mukanaan on se mitä mä sanon suruviihteeksi, onnettomuusviihteeksi. Kun tapahtuu jotakin koulusurmia, lasten ampumisia, tai ihan vaikka liikenneonnettomuus, niin siitä surusta saadaan helposti semmonen kansakuntaa yhdistävä - - Niin sit me saadaan niinku semmone valtava suruprosessi aikaan, joka on mun mielestä kauheen valheellista. Jos mä vien kynttilän jonnekin satunnaiseen auto-onnettomuuspaikkaan, niin sehän on ihan vaan sitä että mä haen itselleni jonkun semmosen järjestyttävän tunteen.” (H2)

Tämä suruviihde on ehdottomasti yksi aikamme ilmiöitä ja kertoo paljon siitä, kuinka pitkälle tabloidisaatio on useissa medioissa edennyt. Suruviihde liittyy myös tunteellistumisilmiöön: uutisjuttuihin haetaan tahallisesti tunnetta, tarinaa ja henkilökohtaisuutta, jotta se liikuttaisi ja koskettaisi yleisöä. Näissä uutisissa tulee

pahasti vastaan etiikka, mutta yhtä lailla myös koko journalismin perusolemus järkkyy: eihän tiedonvälityksen ja journalismin tarkoitus ole kohahduttaa, itkettää ja järkyttää ihmisiä, vaan kaikessa yksinkertaisuudessaan välittää paikkansapitävää tietoa.

Jokelan ja Kauhajoen kouluampumiset toimivat tässä – niin kuin myös monessa muussa tutkimustyössä, jälleen hyvänä esimerkkinä. Laura Juntunen kirjoittaa kriisijournalismin käytännöistä ja nostaa esimerkkeinä esille juuri nämä kouluampumistapaukset. Voin hyvin yhtyä Juntusen näkemykseen Journalistin ohjeiden puutteellisuudesta kriisitilanteissa toimimisen suhteen. Juntunen toteaa, etteivät Journalistin ohjeet anna kunnollista sääntöä siihen, miten kriisitilanteissa tulisi toimia ja miten kriiseistä pitäisi uutisoida. Juntunen mainitsee artikkelissaan kuitenkin Dart Centerin kriisiuutisointiohjeet, jotka Jokelan koulusurman jälkeen käännettiin myös suomeksi. (Väliverronen 2007, 188.) Jokelassa ongelmaksi nousi muun muassa se, millä tavalla ja missä tilanteessa tietoja on oikeus hankkia. Jokelan jälkeen media sai kritiikkiä nimenomaan tilannetajun puutteesta. On totta että Journalistin ohjeet antavat tässä kohden hyvin epämääräisen vastauksen: ”Työtä tehdessään journalistin on suotavaa ilmoittaa ammattinsa. Tiedot on pyrittävä hankkimaan avoimesti. Jos yhteiskunnallisesti merkittäviä seikkoja ei voi muutoin selvittää, journalisti voi tehdä haastatteluja ja hankkia tietoja myös tavallisuudesta poikkeavilla keinoilla.” (Journalistin ohjeet 2011, kohta 9).

”On suotavaa, on pyrittävä”. Ohjeet jäävät hyvin tulkinnanvaraisiksi ja sitä kautta lopulta toimittajan omantunnonkysymyksiksi. Jokainen varmaan tuntee sisimmässään, kun rikkoo ammattietiikkaansa. On toki hyvä, että ohjeet ovat olemassa. Ari Heinonen kirjoittaa, että olisi todella huolestuttavaa, jos hyvä journalistinen tapa jätettäisiin kunkin toimittajan oman mietinnän varaan, ”yksilömoraaliseksi kysymykseksi”. Heinosen mukaan toimittaja on kuitenkin työssään osa sosiaalista ryhmää ja journalismia harjoitetaan kokonaisessa yhteiskunnassa. (Heinonen 1995, 6.) Tässäkin mielessä on siis tärkeää, että jonkinlainen yhteinen ohjenuora – kaikkine viitteellisyyksineen ja epämääräisyyksineen – on olemassa.

Pitäisikö sääntöjen silti olla tiukempia ja selkeämpiä, jotta tabloidisoituminen ei menisi liian pitkälle? Vai kärsisikö sananvapaus silloin? Todennäköisesti kärsisi. Ohjeessa

myös kohta ”yhteiskunnallisesti merkittäviä seikkoja” on hyvin suhteellinen. Mikä on yhteiskunnallisesti merkittävää?

Tabloidisaatio liittyy hyvin vahvasti eettisiin käytäntöihin, ja niistä keskusteleminen on hyvin tärkeää. Niihin liittyy vahvasti myös uutiskilpailun kiihtyminen, joka on alalla hyvin selkeästi havaittavaa. A.-P. Pietilä pohtii uutiskilpailun aiheuttaneen sen, että sisällön merkitys ei ole enää niin suuri, vaan esitystapa- ja muoto ovat nousseet olennaisiksi tekijöiksi. Tämän havainnon tein ehdottomasti myös tutkiessani Kouvolan Sanomien, Yle Kymenlaakson ja Kaakkois-Suomen televisiouutisten sisältöjä ja haastatellessani toimittajia.

Pietilä myös toteaa selkeän jaon laatu- ja sensaatiojournalismin välillä sumentuneen – johtuen juuri siitä, että koventuneet markkinat pakottavat kaikki tiedotusvälineet taistelemaan paikastaan kovemmin keinoin: ”Jokainen media ottaa asiakkaastaan kiinni silloin kuin se on mahdollista.” (A.-P. Pietilä, 2007, 73.)

Juntunen on artikkeliaan varten haastatellut toimittajia Jokelan ja Kauhajoen tapauksiin liittyen. Juntunen lainaa artikkelissaan erästä toimittajaa, joka toteaa: ”Kun mä olen siellä paikan päällä, niin en mä mieti takaraivossani, että nyt me ollaan netissä kaikkein parhaimpia.” (Väliaverronen, 2007, 179.)

Toimittajan kommentti kertoo hyvin siitä, että toimittajatkin ovat kriisitilanteissa ihmisiä, eivätkä vain tietoa janoavia hyeenoita, jotka keinojaan kaihtamatta ottavat irti kaiken sen minkä vain tilanteesta saavat. Ehkä kilpailun kiihtyminen näkyy ja kuuluukin enemmän johtoportaan käskyissä – eri asia on silti, pystyvätkö kaikki toimittajat niin kylmähermoiseen skuuppikilpailuun kuin mihin markkinat medioita väkisinkin painostavat. Ja onko siihen syytä pystyäkö?

Juntunen ottaa asiaan kuitenkin myös vähän toisenlaisen näkökannan. Hänen mukaansa nykypäivän paineet ja journalismin vanhat arvot asetetaan liian usein vastakkain ja niiden ero ei olekaan loppuen lopuksi niin suuri. Paineita syntyy niin uusista käytännöistä kuin vanhoista arvoistakin. (Väliaverronen 2007, 182.) Tässä Juntunen tarkoittanee, että kaikesta ei voida syyttää ja osoittaa sormella tätä aikaa ja tämän ajan haasteita. Yhtä lailla kovia paineita toimittajille asettaa tieto ja kokemus siitä, miten ennen tehtiin – miten siis kamppailla vanhan ja uuden rajamaastossa.

Tabloidisaatiota ja sen lieveilmiöitä koskevassa eettisessä pohdinnassa kysymys on kuitenkin pohjimmiltaan siitä, mikä on uutinen ja mistä ihmisille pitäisi mediassa kertoa. Mikä on yleisesti merkittävää tietoa, joka kaikkien on saatava tietää ja millä tavalla asia täytyy kertoa, jotta ketään ei loukata. Laura Juntunen toteaa osuvasti: ”Uutisjournalismissa on pitkälti kyse kyvystä käsitellä ennakoimatonta odotusten mukaisella tavalla” (Väliverronen, 2009, 185). Näinhän se on. Odotuksina ei voi kuitenkaan pitää ainoastaan yleisön odotuksia, vaan ennenkaikkea eettisen sääntelyn mukaisia odotuksia. Kirjoita tai kuvaa niin kuin haluaisit itsestäsi kirjoitettavan tai kuvattavan. Tämä vanha oppi sopii tähänkin kohtaan.

Toimittajien kokemuksia

Kun kysyin tekemissäni tutkimushaastatteluisa valitsemieni tiedotusvälineiden, Yle Kymenlaakson, Kouvolan Sanomien ja Kaakkois-Suomen televisiouutisten edustajilta siitä, miten toimittajan pitää toimia tehdäkseen eettisesti oikein, vastauksissa oli paljon yhteneväisyyttä. Monet mainitsivat tärkeinä seikkoina muun muassa seuraavat:

- rehellisyys

- haastateltavan kunnioittaminen

- vilpitön pyrkimys totuuteen

- tasapuolisuus

- perusteellisuus

Kaikki viittasivat vastauksissaan myös Journalistin ohjeisiin ja välineensä omiin eettisiin ohjenuoriin.

Monessa haastattelussa tuli esille Kouvolassa haastattelun aikaan loppuvuodesta 2011 tapahtuneet lapsiturmat, kun kouvolaalainen nainen surmasi kaksi pientä lastaan.

Seurasin itsekin jonkin verran tapahtuneen uutisointia kolmessa tutkimuksen alla olleessa välineessä, ja totesin uutisointityylin pääosin maltilliseksi kaikissa kolmessa välineessä. Kouvolan Sanomissa asiaa käsiteltiin kyllä useamman päivän ajan, mikä ei välttämättä olisi ollut tarpeellista. Eräs toimittaja kommentoi lapsiturmatapausta seuraavasti:

”Mutta tottakai sitä mietittiin, mä olin itse just nettitoimittajan vuorossa, versioin sitä nettiin ja mietin, että miten tää nyt...ja kyllä mäkin kysyin ihan meidän päälliköltä että sanotaanko näin, sanotaanko se kuolinsyy siinä, että ne lapset oli tukehtunu. Että katottiin että se tarvittava tieto on ihan hyvä mainita siitä. Mutta ei me ruvettu arvailemaan olleenkaan, että niinku jossain nettikeskustelussa spekuloidaan että se äiti on niinku tukehduuttanu...tollaseen ei pidä missään nimessä lähteä.” (H1)

Juuri edellisen toimittajan lainauksessa mainitsema spekulointi ja arvailu oli monenkin muun haastateltavan mielestä erittäin kyseenalaista. Yksi haastateltavista otti esille myös sen, miten vaikeissa tilanteissa, esimerkiksi onnettomuus uutisia tehdessä, on hyvä myös keskustella kollegoiden kanssa asiasta yhdessä ja tarvittaessa varmistaa lupa jonkin asian julkaisemiseen.

Yksi Yleisradion edustaja totesi haastattelussa seuraavaa:

”Rikosuutiset on tottakai luettuja uutisia. Siinä mielessä me ollaan uutiskilpailussa mukana, että kyllä me tehdään niitä. Mutta me pyritään kertomaan rikosuutisissakin se tapaus neutraalisti ja välttämään semmosta yksityiskohtasta teon kuvausta. Että kerrotaan et se löi kirveellä päähän et sit sen pää hajosi neljään viiteen kappaleeseen, sanoo poliisi. Niin tämmöstä tekstiä meiltä ei tule.” (H7)

Edellinen kommentti nostaa hyvin esille sen, miten Ylenkin perinteisenä ja luotettavana pidettynä välineenä on pakko kertoa osittain samoista asioista kuin esimerkiksi iltapäivälehdet, mutta otettava kuitenkin huomioon Ylen oma linja. Sama koskee tietysti myös Kouvolan Sanomia, joka asiallisena maakuntalehtenä on luotettu väline, eikä siltä odoteta pröystäilyä sensaatioilla.

Kaikenkaikkiaan toimittajat tuntuivat haastatteluissa pitävän eettisyyttä hyvin korkeassa arvossa. Erityisen poikkeavia näkemyksiä en haastatteluissa havainnut, vaan linja oli vastauksissa melko yhtenäinen.

7 TEEMAHAASTATTELUIJEN JA TAPAUSTUTKIMUKSEN TULOKSET

Tutkin Kouvolan Sanomien, Yle Kymenlaakson nettisivujen ja Kaakkois-Suomen televisiouutisten uutisointia tabloidisaation kannalta kahden viikon ajan. Tein muistiinpanoja jokaisen päivän uutisista eri välineissä ja sen jälkeen analysoin havaintojani ristiin tiedotusvälineiden välillä. Sen jälkeen vertasin seurantajakson aikana tekemäni vertailevan tapaustutkimuksen havaintoja teemahaastattelujeni tuloksiin, jotka olin ensin purkanut osiin.

Vertailevan tapaustutkimuksen aikana tein paljon samoja havaintoja kolmessa eri välineessä, mutta myös paljon eroavia huomioita.

Yhdistävät tekijät

Kaikkia välineitä yhdisti seurantajakson aikana tekemiäni havaintojen mukaan se, että uutisoinnissa on selvästi lisääntynyt niin sanottu henkilöitävyys ja tarinallisuus, sekä eräänlainen tunteellistuminen. Nämä kaikki piirteethän ovat osa tabloidisaatiota. Asioita pyritään kuvaamaan yksilön ja ylipäätään ”tavisten” kautta, jotta asiasisältö ja aihe tulisi ikään kuin lähemmäs kuulijaa, lukijaa tai katselijaa. Tämä asia tuli esille myös kaikissa tutkimushaastatteluissa ja kaikki haastattelemani toimittajat ja päälliköt pitivät sitä hyvänä ilmiönä. Eräs haastateltava totesi, että on hyvä, ettei ”tyydytä pelkkään virkamiehen lausuntoon”, vaan etsitään juttuun joku yksittäinen ihminen, jolla on ikään kuin aito ja sitä kautta helposti ymmärrettävä näkökulma tai kokemus aiheeseen.

Toinen yhdistävä tekijä oli sisältöjen tiiviys, johon selvästi tietoisesti pyrittiin jokaisessa välineessä. Toisin sanoen, kovin syvälle aiheisiin ei enää mennä. Tätä perusteltiin tutkimushaastatteluissa sillä, etteivät ihmiset jaksakaan kauaa keskittyä kuuntelemaan, katsomaan, tai lukemaan uutissisältöä. Ikään kuin puolusteltiin pinnallisuutta sillä, että yleisöllä on tietyt tarpeet, jotka on tärkeää huomioida.

Yksi syy tiiviyyteen on varmasti myös aikamme ”vitsaus”, nopeus. Sisältöjä halutaan tuottaa tehokkaasti ja helposti omaksuttavassa muodossa.

Otsikoiden iskevyyden ja niihin satsaaminen oli myös yksi yhdistävä tekijä kaikissa välineissä. Kaakkois-Suomen televisiouutisten lööpeissä ilmiö ei näkynyt niin selkeästi, mutta sekä Yle Kymenlaakson nettiuutisoinnissa että Kouvolan Sanomissa otsikoiden dynaamisuus oli hyvin helppo havainnoida. Tutkimushaastattelussa tulikin puheeksi niin sanottu ”klikkauskuulttuuri”, jolla tarkoitetaan nettiuutisoinnissa sitä, että jutun otsikko pyritään muokkaamaan niin kiinnostavaksi, että juttu saa mahdollisimman paljon klikkauksia, eli lukijoita. Sanomalehden kohdalla ei voida puhua ilmiöstä aivan samoin sanoin, mutta yhtä lailla printtilehdessäkin näkyy otsikoiden voimakkuus. Kouvolan Sanomien kohdalla panin merkille sen, että taitossa käytetään nykyään paljon niin sanottuja iskusanoja, joilla pyritään otsikoiden ohella koukuttamaan lukija, tai korostamaan jotakin asiaa.

Mikä korostui missäkin välineissä

Netti, televisio ja lehti ovat keskenään hyvin erilaisilla keinoilla asioista kertovia välineitä. Netissä korostuvat tietenkin tiiviys ja nopeuden vaade, televisiossa kuvallisuuden haasteet ja lehdessä kuvien lisäksi tekstin suuri merkitys, sekä se että ei voida uutisoida asioista reaaliajassa. Minun oli huomioitava seurannassa myös se, että Kaakkois-Suomen Uutiset ovat osa Yle Kymenlaakson toimintaa, joten aihevalintoja piti tutkia ottaen tämä yhteys huomioon.

Yle Kymenlaakson nettisivuilla korostui muita välineitä enemmän jo mainitsemani nopeuden ja uutiskilpailun aiheuttama paine ja kiire, sekä siitä seuraava huolimattomuus. Nettisivujen uutisten sisältö oli seurantajakson aikana hyvin epätasaista. Joukossa oli hyvin maltillisia ja huolellisesti tehtyjä uutisjuttuja, mutta mukaan mahtui huolestuttavan paljon myös huolimattoman oloista jälkeä. Monissa jutuissa otsikointi ei täysin, eikä välillä lainkaan, vastannut varsinaisen uutisjutun sisältöä. Tästä hyvänä esimerkkinä toimii uutisjuttu, joka kertoi vanhusten arkea helpottamaan kehitetyistä työkaluista. Jutun otsikossa sanottiin, että ” Pieni apuväline voi tuoda kymmenientuhansien säästöt”. Varsinaisessa leipätekstissä työkalujen ansiosta tulleista taloudellisista säästöistä ei kuitenkaan sanallakaan mainittu. On hyvin todennäköistä, että otsikon lausuma on totta, mutta ei ole journalistisesti kovin

uskottavaa, että noinkin olennainen asia mainitaan vain otsikossa, eikä siihen pureuduta, tai sitä perustella lainkaan.

Kaakkois-Suomen televisiouutisissa tabloidisaatio näyttäytyi kaikkein vähiten. Uutiset olivat pääasiassa hyvin maltillisia, asiallisia ja perinteisen kaavan mukaan toteutettuja. Kuitenkin myös televisiouutisissa oli hahmotettavissa selkeitä tabloidisoituneita piirteitä. Tärkeimpänä niistä esille nousi havaitsemani ajankohtaisohjelmamaisuus. Pidemmässä uutisjutuissa käytettiin paljon toimittajan stand uppeja, eli sitä että toimittaja kertoo jotain suoraan kameralle. Lisäksi asioista raportoitiin paljon ajankohtaisohjelmien tyyliin. Yhtenä hyvänä esimerkkinä toimii uutisjuttu, jossa kerrottiin kaasuautoista. Juttu rakentui oikeastaan täysin niin, että toimittaja testasi kaasuautoa, kommentoi sen käyttöä ja samalla ikään kuin spiikkasi eli kertoi katsojalle mistä on kyse. Tässä tullaan taas siihen, että uutisjuttuja pyritään nykyään rakentamaan niin, että ne tulevat mahdollisimman lähelle tavallista katsojaa. Kun toimittaja itse kertoo ja testaa, on katsojan helpompi samaistua tilanteeseen ja siten ymmärtää mistä oikein on kyse.

Televisiouutisissa korostui paljon myös tutkimushaastatteluissa ilmi tullut tarinallisuuden ja henkilöitävyyden, sekä kuvallisuuden tavoite. Enää ei haastatella vain asiantuntijoita, vaan myös tavallisia tallaajia ja uutisjuttu pyritään rakentamaan usein jonkun yksittäisen ihmisen tarinan tai kohtalon kautta, vaikka aihe onkin aina laajempi ja koskettaa usein koko yhteiskuntaa. Tutkimushaastatteluissa korostettiin paljon myös sitä, että yhtenä uutiskriteerinä televisiopuolella korostuu nykyään paljon kuvallisuus. Koska televisio kertoo kuvalla, on aiheidenkin oltava kuvallisia. Se on tietysti itsestäänselvyys, mutta nykyään mietitään entistä enemmän sitä, mikä aihe on sopiva televisioon, ja mikä taas voidaan käsitellä esimerkiksi netin puolella.

Kouvolan Sanomissa tabloidisaatio korostui ehkä kaikista kolmesta välineestä eniten. Eniten huomio kiinnittyi – niin kuin Yle Kymenlaakson nettisivuillakin – otsikoiden dynaamisuuteen. Otsikoiden ohella uudempana ilmiönä Kouvolan Sanomissa, niin kuin monissa muissakin maakuntalehdissä, käytetään nykyään niin sanottuja iskusanoja ingresseissä. Varsinkin kolmossivun iskut tuntuivat aina olevan hieman liioiteltuja, tahallisen huomionkiinnittämisen vuoksi, olettaisin. Monissa jutuissa käytettiin myös hyvin voimakkaita sanavalintoja.

Selkeänä ilmiönä havaitsin myös yksittäisen ihmisen kautta aiheisiin menemisen: tämä näkyi usein myös kolmossivulla, jossa pääkuvana oli monesti johonkin uutisaiheeseen liittyviä yksittäisiä henkilöitä, oman tarinansa kanssa.

Aivan erityisenä huomiona tein Kouvolan Sanomista niin sanotun aiheiden loppuun pureksimisen, jonka myös yksi haastattelemistani toimittajista otti esille. Samoista, alueella merkittävistä aiheista saatettiin kirjoittaa viikko putkeen, aina toki vähän erilaisista näkökulmista ja uutta tietoa tuoden. Erityisesti seurantajaksolleni sattuneet skandaalit, kymenlaaksolaisen hiihtäjän Juha Lallukan doping-epäily sekä Esa Laihon valelääkäritempaus veivät hurjasti palstatilaa usean päivän ajan. Tämä ilmiö liittyy ehdottomasti tabloidisaatioon – aiheiden jauhaminen loppuun on juuri sitä, että otetaan paljon tunteita ja mielipiteitä herättävistä aiheista kaikki mahdollinen irti.

Kokosin lopuksi taulukkoon kaikissa välineissä selkeästi havaitsemani ilmiöt ja eri välineissä korostuvat ilmiöt:

Kaikissa välineissä havaittavaa:	Kussakin välineessä korostuvaa:
Henkilöitävyys, yksilön kautta aiheeseen	Yle Kymenlaakson nettiuutiset: Nopeus → huolimattomuus, klikkauskulttuuri
Tarinallisuus	Kaakkois-Suomen televisiouutiset: Ajankohtaisohjelmamaisuus, tarinallisuus, henkilöitävyys, kuvallisuus
Tunteellistuminen	Kouvolan Sanomat: otsikoiden dynaamisuus, iskusanat, ”tavisten kautta aiheisiin”, aiheiden loppuun pureksiminen
Sisältöjen tiiviys	
Otsikoiden iskevyyt	

Seurantajakson havainnot verrattuna tutkimushaastattelujen havaintoihin

Yleisesti ottaen toimittajat vastasivat tutkimushaastattelukysymyksiini yllättävänkin avoimesti ja rohkeasti, vaikka aihe, tabloidisaatio, on aika kielteisesti väritynyt. Aika paljon toimittajat kuitenkin osoittelivat sormellaan iltapäivälehtiin päin, ”ei me mutta ne” –tyyliin. Siitä huolimatta sain aikaan varsin rohkeakin kritiikkiä jopa toimittajien omia välineitä kohtaan.

Vertailevan tapaustutkimuksen tärkeimpiä havaintoja kävin läpi edellisessä luvussa. Selkeästi korostuneiksi ja tabloidisaatioon liittyviksi ilmiöiksi havaitsin kolmessa välineessä seuraavat:

- kiinnostavuus
- tarinallisuus
- tunteellistuminen, tunteisiin vetoaminen
- henkilöitävyys, asioiden kuvaaminen yksittäisen ihmisen tai ihmisten kautta
- suuri huomio juttujen otsikointiin, dynaamisuus
- tiiviyteen pyrkiminen
- nopeus, jonka seurauksena joskus hutilointia ja virheitä
- klikkauskulttuuri

Lähestulkoon kaikki havaitsemani piirteet tulivat esille myös tutkimushaastatteluissa. Etenkin sanat kiinnostavuus ja henkilöitävyys tulivat vahvasti esille jokaisessa haastattelussa. Kaikki toimittajat ja päälliköt pitivät niitä hyvinä ja tärkeinä asioina. Kiinnostavuudella tarkoitettiin sitä, että juttuja ei välttämättä kirjoiteta tai kuvata enää perinteiseen syväluotaavaan tyyliin, vaan mietitään voisiko asioista kertoa hieman kevyemmin tai helpostiymmärrettävämmin. Tähän liittyy myös henkilöitävyyden vaade, joka tuntui myös olevan itsestäänselvyys kaikissa kolmessa välineessä. Toimittajat

kokivat, että aiheet tulevat lähemmäs paikallisia ihmisiä, kun jutun keskiössä on virkamiehen tai asiantuntijan sijaan tai lisäksi joku tavallinen tallaaja, jonka tilanteeseen on helpompi samaistua ja joka puhuu ikään kuin samaa kieltä.

Myös netin merkityksen kasvusta puhuttiin haastatteluissa paljon. Siihen on luonnollisesti liitettävissä nopeuskilpailu, ja sitä kautta klikkauskulttuurin kasvaminen. Kiireen vaikutukset havaitsin itsekin selkeimmin internetin puolella, eli Yle Kymenlaakson nettisivuilla. Sama vaikutus näkyy varmasti myös printissä ja tv-uutisoinnissa, mutta ei yhtä selkeästi.

Nopeusvaateeseen liittyy varmasti myös Kouvolan Sanomien toimittajien haastatteluissa esille tullut lehdessä tehty uudistus parin vuoden takaa. Lehti uudistuksessa juttujen merkkimääriä lyhennettiin melko raa'alla kädellä. Haastattelemani toimittajat kokivat tämän suurena haasteena – jutut on osattava kiteyttää taitavasti, kun palstatilaa on tekstien osalta vähemmän. Toimittajat olivat lähes yksinomaan sitä mieltä, että ei jutuissa kyllä kovin syvälle asioihin mennä, vaikka faktalaatikoista on toki vähän apua, kun tietoa voi sirotella sinnekin.

Monet toimittajat puhuivat tutkimushaastatteluissa myös priorisoinnin ja suunnittelun lisääntymisestä toimituksessa. Lähestulkoon kaikki mainitsivat esimerkiksi niin sanotuista ”kohteliaisuuskäynneistä” luopumisen. Tällä tarkoitetaan esimerkiksi jonkun, ei välttämättä hirveän merkittävän, palkinnon myöntämiseen liittyviä tilaisuuksia. Yhden Kouvolan Sanomien toimittajan mukaan tämän tyyllisissä tilaisuuksissa on ennen käyty hyvinkin tunnollisesti, mutta nykyään mietitään paljon tarkemmin mihin palstatilaa käytetään. Tämä liittyyne paljolti kiinnostavuuden kasvuun uutiskriteerinä: ei tehdä juttuja, siksi että niitä täytyy tehdä, vaan siksi että niiden täytyy saada lukijat kiinnostumaan ja koukuttumaan.

Otsikoinnin tärkeys ja dynaamisuus tuli myös paljon esille tutkimushaastatteluissa. Netin puolella se näkyy jo mainitussa klikkauskulttuurissa, josta toimittajat hyvin avoimesti puhuivat ja sen myönsivät. Yle Kymenlaakson nettijuttuja tekevät toimittajat kertoivat, että otsikoihin kiinnitetään hyvin suurta huomiota ja ne pyritään aina huolella muokkaamaan kiinnostaviksi, mutta silti totuudenkertoviksi. Kouvolan Sanomien puolella otsikointiin ovat tulleet uusina elementteinä niin sanotut iskusanat juttujen esiteksteissä eli ingresseissä, jotka tavallaan tehostavat uutisen muotoa ja viestiä.

Lisäksi lehden kolmossivun oikealla reunalla on hieman lööppimäiseen tapaan koottu lehden sisäsivujen pääaiheita. Yksi tutkimushaastattelussa mukana ollut toimittaja myönsikin varovasti, että ehkä iltapäivälehtien otsikointityylistä onkin jossain määrin otettu mallia viime aikoina.

Kaakkois-Suomen televisiuutisissa lähetyksen alussa esitettävät kolme ”lööppiä” pysyvät lähestulkoon aina kohtuullisen maltillisessa muodossa, ja tuntui että dynaamisuutta haettiin enemmän vasta sähkeissä ja itse uutisjuttujen sisällöissä ja tavoissa kertoa uutisaiheista eri keinoin. Lööpit kuitenkin selvästi pyrittiin myös tv-uutisissa muotoilemaan houkutteleviksi, kuten esimerkiksi ennen presidentinvaaleja marraskuussa 2011 lähetyksessä ollut Sauli Niinistöä koskeva lööppi: ”Gallup-kuningas villitsee kannattajiaan kamppanjakiertueella” tai ”Ateria-automaatti lisää ikäihmisten vapautta ja yksinäisyyttä”. Eritoten jälkimmäisestä lööpistä tekee kiinnostavan siihen sisältyvä vastakkainasettelu, ristiriita vapauden ja yksinäisyyden välillä.

Kaikenkaikkiaan tutkimushaastattelut ja seurantajaksoni aikana tekemäni havainnot olivat aikalailla sopusoinnussa keskenään. Toki haastatteluissa oli jonkin verran ilmassa iltapäivälehdistön osoittelua ja syyttelyä, mutta enimmäkseen toimittajat analysoivat omiakin välineitään varsin rehellisesti.

Esimerkkejä tabloidisaatiosta kaikista välineistä

Yle Kymenlaakson nettiuutisoinnista löytyi maanantaina 14.11.2011 ja keskiviikkona 16.11.2011 kaksi hyvää esimerkkiä tabloidisaatiosta. Jutuissa kerrotaan hiihtäjä Juha Lallukan doping-kärähdyksestä (liite 1).

Lallukasta kertovan uutisen perässä oli myös video, jossa näytettiin kun Lallukka poistuu jutussa mainitun Yhtyneet Laboratoriot Oy:n tiloista ja lähtee autolla pois paikalta. On sinänsä aivan normaalia, että kerrotaan Lallukan jättäneen kommentoimatta tilannetta. Tässä uutisjutussa Lallukan toimia kuitenkin kuvataan aika yksityiskohtaisesti, ja haetaan selvästi tilanteelle suurempaa sensaatioarvoa, kuin sillä ehkä onkaan. Videon liittäminen jutun yhteyteen ei anna juurikaan lisäarvoa jutulle, mutta se saa toki lukijat kiinnostumaan aiheesta enemmän. Tässä kohtaa voidaan puhua

jo aiemmin mainitusta klikkauskulttuurin yleistymisestä, joka etenkin nettiuutisoinnissa näkyy – myös Ylellä.

Toisessa jutussa (liite 2) hämmennystä aiheuttaa ennenkaikkea jo otsikossa ilmikäyvä lähde – Ilta-Sanomat. Jo tutkimushaastatteluissakin oikeastaan kaikki päälliköt ja toimittajat osoittelivat tabloidisaatiosta puhuttaessa sormella nimenomaan Ilta-Sanomia. Onko silloin – ja onko muutenkaan – järkevää käyttää kyseisen median uutisantia kokonaisen nettiuutisen lähteenä, voidaan kysyä.

Kaakkois-Suomen televisiouutisissa hyvänä esimerkkinä toimii jo luvussa kolme esille ottamani vanhuksille suunnitellusta robottiruokakoneesta kertova uutinen. Uutista ei lähdetty käsittelemään perinteisesti asiantuntijoiden kautta, vaan se rakentui lähes täysin yksittäisen vanhuksen haastattelun varaan. Kyseinen henkilö oli ottanut käyttöönsä robottiruokakoneen ja kertoi omasta arjestaan ja kokemuksistaan siihen liittyen. Yksi haastattelemani Ylen uutistoimittaja kertoikin, että televisiouutisia tehdään enemmän tarinankertomismentaliteetilla: netti on nopeampi väline, lehti menee syvemmälle aiheisiin, ja televisio taas kertoo asioista kuvan kautta, luoden enemmänkin kiinnostavia tarinoita ja kuin tehden uutisia sanan varsinaisessa merkityksessä. Tämä on oikeastaan mielenkiintoinen näkökulma. Sama haastateltava totesi, että oikeastaanhan suurtenkaan mediatalojen televisiouutisten tehtävä ei enää ole niinkään uusien asioiden kertominen, koska ihmiset saavat netistä kaiken tiedon ennen uutislähetystä. Televisiouutiset hänen mukaansa siis enemmänkin raportoivat ja kertaavat päivän uutisia kiinnostavalla tavalla.

Kouvolan Sanomista löytyi mainio ja paljon ajatuksia herättävä esimerkki tabloidisaatiosta. Luvussa 3 jo lyhyesti esittelemäni tttsenäisyyspäivän jälkeisessä lehdessä 7.12.2011 ollut mielenkiintoinen aukeama. Sivulla 2 ja 3 oli molemmilla sivun mittainen juttu linnanjuhlista. Toinen köyhien linnanjuhlista Helsingin Hakaniemen torilta (liite 4), toinen virallisista Linnanjuhlista (liite 3). Keskustelin aukeamasta Kouvolan Sanomien toimittajan kanssa ja kävi ilmi, että aukeaman kontrasti oli täysin tarkoituksellinen, kuten kyllä arvata saattaakin. Juttu varsinaisista linnanjuhlista on tehty tietoisesti hyvin pinnalliseen tyyliin: juttu sisältää pääasiassa kuvia julkisuudenhenkilöiden juhla-asuista ja hyvin lyhyitä kommentteja niistä. Varsinaista kunnollista haastattelua tai edes pidempää leipätekstiä juttu ei sisällä.

Hakaniemen torin köyhien linnanjuhlista tehty juttu taas on tehty aivan eri mentaliteetilla. Aukeama on mainio esimerkki ikään kuin perinteisestä syväluotaavammasta journalismista ja nykyisestä tabloidisoituneesta journalismista, jossa aiheeseen ei mennä kovin syvälle. Eräs haastattelemistani Kouvolan Sanomien toimittajista totesi, ettei linnanjuhlia olisi takuulla vielä esimerkiksi kymmenen vuotta sitten voitu käsitellä niin pinnallisesti. Jutussa olisi toimittajan mukaan ollut tuolloin vähintäänkin yhden paikallisen kansanedustajan haastattelu, jolta oltaisiin kysytty jotain juhlien aiheeseen, eli Suomen itsenäisyyteen liittyen. Nyt ajat ovat toiset: yleisö haluaa pintakuohua, ja ainakin välillä sitä on syytä heille myös antaa – yleisöllehän lehtiä kirjoitetaan.

8 YHTEENVETO JA POHDINTA

Tabloidisaatio on laaja ja moniulotteinen ilmiö. Tutkimusta tehdessäni havaitsin, että sen tarkastelemiseen on käytettävissä hyvin erilaisia näkökulmia ja työkaluja. Ei ole yhtä oikeaa vastausta siihen, minkälaisia vaikutuksia tabloidisaatiolla on medioiden sisältöihin ja minkälaisia seurauksia ilmiöllä on.

Tärkeiksi asioiksi nousivat tutkimuksen edetessä asiajournalismin käsite ja uutiskriteereiden muutokset. On tärkeää pohtia asiajournalismin olemusta, sitä miten se määritellään, vai voiko sitä edes määritellä loppuun asti – onko sitä edes lopulta olemassa, vai onko koko käsite tutkijoiden ja toimittajien päässä elävä myytti. Käsite on tärkeä tällaisen tutkimuksen yhteydessä, koska itse asiassa juuri siihen nojautuu tabloidisaation käsitteen syntyminen. Jos ei ajateltaisi, että on olemassa niin sanotusti puhdasoppista ja hyvää journalismia, miksi edes puhuttaisiin rappiota aiheuttavasta tabloidisaatiosta?

Asiajournalismin tarkempi tutkiminen ja sen tarkastelun vieminen vielä syvemmälle tasolle voisi olla hyvä aihe jatkotutkimukselle. Yhtä tärkeänä pidän myös uutiskriteereiden analysoimista. Tässä tutkimuksessa sain selville, että vanhojen kriteereiden rinnalle on noussut uusia kriteereitä, jotka ovat ehkä osin jopa ohittaneet osan vanhoista. Eräs toimittaja, jota haastattelin tutkimustani varten, totesi, että Galtungin ja Rugen vanhoista uutiskriteereistä merkittävyyden rinnalle on noussut lähes tasavahvaksi, ehkä jopa vahvemmaksi kriteeriksi, kiinnostavuus. Tämä tuli esille myös taustoittaessani asiaa lähteiden ja muiden haastateltavien kautta.

Tärkeimpiä havaintojani tutkiessani Kouvolan Sanomien, Kaakkois-Suomen televisiouutisten ja Yle Kymenlaakson netin uutisointia, olivatkin juuri uutiskriteereiden muutokset. Kiinnostavuus, henkilöitävyys, tarinallisuus ja tunteellistuminen ilmenivät aineistossani tärkeinä uutiskriteereinä. Uutisia rakennetaan nykyään eri tavalla kuin ennen, niiltä vaaditaan sisällöllisesti erilaisia asioita. Tabloidisaatio näkyi siis selkeimmin kolmessa välineessä nimenomaan näinä uusina uutiskriteereinä ja niiden aiheuttamina sisällöllisinä muutoksina.

Toinen tärkeä havainto tutkimieni tiedotusvälineiden uutisoinnissa oli uutiskilpailun kiristyminen, jota minkään välineen väki ei kieltänyt. Kilpailu on kovaa, eikä liene syytä uskoa sen pysähtyvän. Ja jos kilpailu ei pysähdy tai edes vähene, voisi olettaa, ettei tabloidisoitumiskehityskään pysähdy.

Tutkimukseni kannalta olennainen huomio on kuitenkin myös se, ettei tabloidisaatio ole pelkästään huono asia tai ilmiö. On hyvä, että uutisia rakennetaan lukijalähtöisemmin, ehkä kevyemminkin, kunhan se ei mene liian pitkälle ja köyhdytä sisältöjä. Erään haastatteleman toimittajan toteamus siitä, että tabloidisaatio on osa yhteiskuntamme kehittymistä, on myös osuva huomautus. Emmehän voi ajatella, että mikään media-alan ja sen sisältöihin liittyvä ilmiö olisi jotenkin irrallinen ympäröivästä yhteiskunnasta ja koko maailmanmenosta. Tämä tieto tuo tavallaan myös lohtua auvoiseen, ehkä kuviteltuunkin, kultureyksillä koristeltuun asiajournalismin aikaan kaipaavalle idealistille. Ei ole kysymys ainakaan pelkästään toimittajien tyhmyydestä tai osaamattomuudesta, vaan paljon laajemmasta ilmiöstä, jolle ei ehkä voikaan mitään.

Kuten yksi haastatteleman toimittaja totesi, ei tabloidisaatiota pitäisi ajatella minään isona pahana mörkönä – sellainen ajattelu tuskin johtaa mihinkään tai ainakaan muuttaa mitään. On uskallettava rohkeasti analysoida ilmiötä sen eri puolilta, ja kaivaa tietoa vuosienkin takaa, saadakseen selville jotain todellista.

Jatkotutkimuksen aiheita voisivat siis olla asiajournalismin käsitteen ja uutiskriteereiden tarkempi tutkiminen, joiden kautta voitaisiin saada taas uudenlaisia tutkimustuloksia siitä, millä tavalla journalismi on muuttunut ja kuinka tabloidisoituneesti se on värjätynyt nykypäivänä. Nyt oma tutkimukseni keskittyi nimenomaan paikallisen, pienen alueen tutkimiseen, mutta avasi tabloidisaatiota ilmiönä myös laajemmin. Asiajournalismin tarkempi tutkiminen vaatisi tosin aivan erilaisia menetelmiä, kuin mitä minä tässä työssäni käytin. Se vaatisi myös paljon laajempaa kirjallista lähdeaineistoa. Puolistrukturoitu teemahaastattelu voisi sopia myös asiajournalismin tutkimiseen, mutta vertaileva tapaustutkimus ei liene oikea lähestymistapa siihen.

Uutiskriteereiden tarkempi tutkiminen voisi sekin tuottaa hedelmällisiä tuloksia. Tässäkin työssä käyttämäni vertaileva tapaustutkimus ja teemahaastattelut voisivat hyvin sopia uutiskriteereiden tarkasteluun.

Omat tutkimustulokseni tabloidisaatiosta ilmiönä ja sen näkymisestä kolmessa valitsemissani tiedotusvälineessä tuovat tabloidisaatiotutkimukseen taas uutta näkökulmaa. On tärkeää, että tabloidisaatiota tutkitaan myös paikallisemmalla tasolla, eikä vain valtakunnallisissa, suurissa välineissä.

Kiteytyksenä voin tutkimuksen tehtyäni todeta, että tabloidisaatio näkyy selvästi myös pienemmän alueen paikallisuutisoinnissa. Ennen tutkimuksen aloittamista en olisi uskonutkaan, miten paljon tabloidisoituneita piirteitä on löydettävissä myös pienempien medioiden tavasta tuottaa uutisisältöä. Valtakunnallisista, suurista medioista piirteet on helpompi löytää – ja täten olikin ehdottomasti haastavampaa tarttua yhden maakunnan asioihin liittyvän uutisoinnin tutkimiseen.

Tulevaisuuteen on aina vaikea nähdä tai yrittää edes kurkotella, mutta arvioita voi toki esittää. Mikä on uutisjournalismin tulevaisuus? Jatkuuko tabloidisaatio ja pilaako se journalismin? Opinnäytetyöni luvussa ”Yleisön tarpeet”, kävin läpi tabloidisaatiota hyvin olennaisen ryhmän kannalta: ilman yleisöä, lukijaa, kuuntelijaa tai katselijaa, journalismiakaan on turha tehdä, uutisia turha kirjoittaa. Yleisö ei ole tyhmä, eikä lopulta usko, että sitä olisi kovin helppo täysin tyhmistääkään. Kansan syvät rivit osaavat varmasti vaatia laatua jatkossakin. On osattava uskoa siihen, että tämän seurauksena myös tiedotusvälineet vaativat itseltään paljon, eli tuottavat jatkossakin kunnollista ja yhteiskunnallisesti merkittävää sisältöä.

Ja kulkeehan se Vanhasen seksielämä siinä rinnalla, niin kuin se Matti Nykänenkin. Kunhan spottivalo ei osoita ainoastaan näitä asioita, voin ehkä huokaista helpotuksesta ja uskoa lapsellisesti kultaisen asiajournalismin pysyvyyteen. Ehkä se ei katoa, se vain piiloutuu välillä, kunnes löydämme sen taas.

LÄHTEET

Erkinheimo, Emilia 2009. Klikkauskulttuuri määrittää online-uutisointia. Hakupäivä 5.2.2012.

<<http://www.finemb.org.uk/public/default.aspx?contentid=159996&nodeid=35867&contentlan=1&culture=fi-FI>>

Grekula, Vesa, päällikkö, Yle Kymenlaakso. Tietoa Yle Kymestä? Sähköpostiviesti. Vastaanottaja Ilona Koivisto 12.1.2012.

Heinonen, Ari 1995. Vahtikoiran omatunto. Journalismin itsesääntely ja toimittajat. Tampere: Tampereen yliopisto, jäljennepalvelu.

Henttonen, Sara 2008. Viihdyttäjii ja tiedonvälittäjiä – suomalaisten viihdetoimittajien ammatillinen omakuva. Pro gradu -tutkielma. Helsinki: Helsingin yliopisto.

Joki, Niklas 2011. Uutistoimittaja. Yleisradio Oy, Kymenlaakso. Haastattelu 9.12.2011.

Jäppinen, Irma 2011. Sunnuntaisivujen tuottaja. Kouvolan Sanomat. Haastattelu 7.12.2011.

Kaakkois-Suomen Uutiset 8.-22.11.2011. Yle TV2.

Kangas, Kimmo 2011. Uutispäällikkö. Kouvolan Sanomat. Haastattelu 7.12.2011.

Kouvolan Sanomat 8.-22.11.2011.

Kunelius, Risto 2004. Viestinnän vallassa. Johdatus joukkoviestinnän kysymyksiin. 5-6. painos. Helsinki: WSOY.

Kykkänen, Valtteri 2011. Uutistoimittaja. Yleisradio Oy, Kymenlaakso. Haastattelu 9.12.2011.

Langer, John 1998. Tabloid Television. Popular Journalism and the 'Other News'. New York: Routledge.

Niemi, Petri 2011. Uutispäällikkö. Yleisradio Oy, Kymenlaakso. Haastattelu 8.12.2011.

Penttinen, Anne 2011. Uutistoimittaja. Kouvolan Sanomat. Haastattelu 7.12.2011.

Pietilä, A.P. 2007. Uutisista viihdettä, viihteestä uutisia. Median muodonmuutos. Helsinki: Art House.

Porttinen, Katri 2011. Jarru päälle verkossa. Journalisti 20.10.2011, 4-5.

Ramonet, Ignacio 2001. Median tyrannia. Suom. Jouni Kuurne. 2. painos. Vantaa: WSOY.

Saari, Heikki 2007. Isku tajuntaan! Suomen iltapäivälehdistön lyhyt historia. Helsinki: Johnny Kniga.

Seppänen, Janne 2006. Katseen voima. Kohti visuaalista lukutaitoa. 4. painos. Tampere: Vastapaino.

Sinisalo, Ann-Mari 2011. Tuottaja. Yleisradio Oy, Kymenlaakso. Haastattelu 9.12.2011.

Solovjew, Anna 2007. Informaatiosta tunteisiin? Tv-uutisten tunteellistuminen vuodesta 1987 vuoteen 2007. Pro gradu -tutkielma. Helsinki: Helsingin yliopisto.

Sparks, Colin & Tulloch, John 1999. Tabloid Tales. Global debates over media standards. USA: Rowman & Littlefield Publishers.

Tiedotustutkimus 4-5/2005. Tampere: Tiedotusopillinen yhdistys.

Tiedotustutkimus 5/2008. Tampere: Tiedotusopillinen yhdistys.

Vanhanen, Hannu 2010. Paljastavat kuvat. Tampere: Valokuvakeskus Nykyaika & Hannu Vanhanen.

Vainionkulma-Immonen, Outi 2010. Kuka saa määritellä, mikä on uutinen? Hakupäivä 5.2.2012.

<<http://outi.posterous.com/kuka-saa-maaritella-mika-on-uutinen>>

Virta, Reijo 2009. Mistä ne kaiken tietää! Kouvolan Sanomat 100 vuotta. Helsinki: Sanomalehtimedia Oy.

Väliverronen, Esa 2009. Journalismi murroksessa. Helsinki: Gaudeamus.

Zelizer, Barbie 2009. The Changing Faces of Journalism. Tabloidization, Technology and Truhtiness. 2. painos. USA: Routledge.

Journalistin ohjeet 2011.< www.journalistiliitto.fi.>

Yle Kymenlaakson nettisivun uutiset 8.11-22.11.2011.

<<http://yle.fi/alueet/kymenlaakso/>>

LIITELUETTELO

Liite 1. Lallukka poistui nopeasti eikä kommentoinut.

Liite 2. IS: Juha Lallukka palkkasin hollantilaisen avustajan.

Liite 3. Näyte Kouvolan Sanomien kuvareportaasista Linnanjuhlista.

Liite 4. Näyte Kouvolan Sanomien jutusta Hakaniemen torilla pidetystä köyhien linnanjuhlasta.

Liite 5. Kouvolan Sanomien ingressi ja kuva Ummeljoen kyläkirkkoon liittyvästä jutusta.

Liite 6. Haastattelupatteristo.

LALLUKKA POISTUI NOPEASTI EIKÄ KOMMENTOINUT**Liite 1**

14.11.2011

Juha Lallukka poistui Yhtyneet Laboratoriot Oy:n tiloista.

Helsingistä tavoitettu hiihtäjä Juha Lallukka ei suostunut kommentoimaan epäiltyä dopingin käyttöä. Lallukka kiiruhti Yhtyneet Laboratoriot Oy:n tiloista suoraan autoonsa ja poistui paikalta.

Lallukka saapui aamulla Yhtyneet Laboratorioon B-näytteen analysointia varten. Hän poistui tiloista klo 17 jälkeen. Takaovesta lähtenyt hiihtäjä peitti kasvonsa eikä kommentoinut asiaa pihalla odottaville toimittajille.

Kouvolan Sanomien mukaan Lallukka on ollut viimeisen viikon ajan tavoittamattomissa eikä hän ole vastannut joukkueovereidensa tai managerinsa soittoihin tai tekstiviesteihin.

YLE Urheilun tietojen mukaan Lallukan A-näytteestä on löytynyt kasvuhormonia.

YLE Urheilu

IS: Juha Lallukka palkkasi hollantilaisen avustajan**Liite 2.**

julkaistu ke 16.11. klo 13:31, päivitetty ke 16.11. klo 13:44

Juha Lallukka kävi maanantaiaamuna YLE Urheilun tietojen mukaan B-näytteen analysoinnissa.

Kuva: YLE

Kouvolalainen hiihtäjä Juha Lallukka on palkannut avukseen hollantilaisen antidopingasiantuntijan Douwe de Boerin, kertoo Ilta-Sanomat. De Boer on aiemmin auttanut muita huippu-urheilijoita doping-asioissa.

Kasvuhormonin käytöstä epäillyn Juha Lallukan palkkaama Douwe de Boer on biokemisti, joka on aikaisemmin johtanut Lissabonin dopinglaboratoriota. Ilta-Sanomien mukaan De Boer nähtiin Lallukan mukana Helsingissä maanantaina Lallukan vieraillessa dopinglaboratoriossa. Lehden mukaan de Boerin palkkaaminen tarkoittaa sitä, että Lallukka vie todennäköisesti doping-asiansa käsiteltäväksi urheilun ylimpään vetoamuselimeen CAS:iin.

YLE Kymenlaakso



Satu Talveaho, Sininauhasäätiön toimitusjohtaja
Erittisessä kansanedustajassa Satu Talveahon olemuksessa on usein jotain tyttömäistä, mutta nyt siitä ei ollut tietoaakaan. Säkenöivä iltapuku oli sähäkki ja imarteli hoikkaa vartaloa. Talveaho juhli itsenäisyyttä häpeilemättömän seksikkäänä miehensä, kansanedustaja Antti Kalkkosen (kesk.) kanssa.



Eija-Riitta Korhola, europarlamentaarikko (kok.)
Askettään miehestään eronnut Eija-Riitta Korhola juhli yksin vaaleanpunaisessa, mielenkiintoisesti leikatussa puvussa. Siitä, sopiiko tyttömainen väri yli 50-vuotiaalle naiselle, voidaan olla monetaa mieltä. Monien mielestä puku ei istunut täydellisesti rintaa ja takapuolen kohdalta.



Minna Kauppi, suunnistaja
Yksi illan odotetuimpia kaunottaria oli suunnistaja Minna Kauppi. Myös hän liittyi mustaan pukeutuneiden juhlijöiden joukkoon. Vaaleisiin hiuksiin aseteltu hiuskoriste ja tumma silmämeikki lisäsivät glamouria.



Jenni Vartiainen, muusikko
Suosikkilaulaja Jenni Vartiainen oli yksi Linnan juhlien odotetuimmista vieraista. Pukeutumisestaan kehuu ja palkittu Vartiainen oli yllätyksenä

tiainen oli yllätyksenä



Teija Vesterbacka
Pellyhtiö Rovion markkinoitijohtaja Peter Vesterbackan vaimo Teija Vesterbacka uskalsi olla leikkisä. Punaisen ilta-puvun rintaan oli värikkäällä kankaalla tyyteltä kuvio, joka oli mikäs muukaan kuin Rovion menestyspelin Angry Birds lintu. Yllättävälle näylle hihkuttiin varmasti monessa kotikatsomossa.

Michael
Muusikk
kin kuin
yhdistet
reistä. V
kiä Mon
vaimo J

Helenan (kauhan varressa), Ailan (oikealla) ja muutaman muun emännän valmistama lihasoppa on t

Hakaniemen toril

Heikki Hurstin masinoimissa Köyhien linnanjuhliissa suosituin vaate on toppatakki. Lihakeiton resepti on yhtä salainen kuin Presidentinlinnan juhlien paljon puhutun boolin.



Talkoorupeama Hakaniemen torilla ylitti Venla Väänänen odotukset.



Köyhien linnanjuhliissa näkyy syrjäytymisen koko kirjo.

Irma Jäppinen

HELSINKI. Itsenäisyyspäivä ei ole valjennut vielä, kun Hakaniemen torilla käy jo hyväenteinen säpinä. Led-valoin koristellun joulukuusen loisteessa torille parkkeerataan kolme soppatykkiä. Kuorma-autoista nostetaan rännän kiillottamille mukulakiville pinoittain suuria muovilaatikoita.

– Huomenta ja siunausta, huikkaa toppavaatteilla itsensä kuorruttanut nainen ja liittyy alati kasvavan joukon jatkoksi.

Köyhien linnanjuhlan tekijöiksi on jälleen ilmoittautunut kymmeniä vapaaehtoisia.

HEIKKI HURSTI on vastuussa juhlasta seitsemättä kertaa ja on kerta toisensa jälkeen yhtä otettu ihmisten halusta auttaa

lähimmäisiään. Köyhien juhlaperinteen aloitti hänen isänsä, nyt jo edesmennyt **Veikko Hursti**. Melkein 30 vuoden ajan on ollut Hurstien ansios-ta itsenäisyyspäivänä Helsingissä tarjolla soppaa, soittoa ja sielunravintoa kaikille, jotka tuntevat kutsun omakseen.

ENSIMMÄISET juhluvieraat saapuvat kiertelemään soppatykkejä jo aamusta.

– Kahdeltatoista vasta aloitetaan, toppuuttelee **Helenaksi** esittäytyvä nainen.

Hurstin talkooporukan ydinjoukko kertoo pelkän etunimensä. Sillä he alleviivaa-

vat sitä, etteivät ole täällä korostaakseen itseään vaan auttaakseen muita.

Mukana on jälleen myös ensikertalaisia. Heinolalainen **Kirsi Rinne** sai vuosi sitten mittansa täyteen paremman väen juhlinnan töllisteleimisestä ja päätti, että tulisi tänä vuonna talkoisiin syrjäytyneiden hyväksi.

Nuorin vapaaehtoinen on tänä vuonna 16-vuotias sipoolainen **Venla Väänänen**, joka on houkutellut mukaan myös äitinsä **Outin**.

HEIKKI HURSTI PYÖRII torilla toppahaalarissa ja ohjaa hy-



Anja Tuominen ei ole aiemmin osallistunut Hurstin juhlaan. – Paljon tyhjiä lupauksia, hän tiivisti Niinistön tilaisuudessa pitämän puheen sisällön.

Heik
saam

Liite 5.



Millainen on hyvin rakennettu uutinen?

Liite 6

Millä kriteereillä juuri teidän välineessänne tulisi uutisoida asioista?

Millä tavalla uutiskriteerit muuttuneet Galtungin ja Rugen ajoilta – oletko havainnut omassa työssäsi muutoksia linjoissa?

Millä tavalla toimittajan kuuluu kuvata tai kirjoittaa asioita, että hän toimii varmasti eettisesti oikein?

Mitä kaikkea onnettomuus uutisessa tai vastaavassa pitää ottaa huomioon ja mikä voi mennä helposti pieleen?

Mitä koet että tabloidisaatio tarkoittaa?

Näkykö lisääntynyt uutiskilpailu teidän toimituksen arjessa ja työskentelytavoissa?

Millä tavalla teidän toimituksen käytännöt ovat muuttuneet viimeisten 5-10 vuoden aikana?

Miten tabloidisaatio näkyy teidän toimituksenne työskentelytavoissa?

Millainen ilmiö tabloidisaatio on ja miten se vaikuttaa median sisältöihin? Jos kilpailu lisääntyy ja jatkuu niin johtaako se huonoihin vai hyviin asioihin?

Tabloidisaatio tuo mukanaan skandaaliuutisointia ja viihdesisältöjen lisääntymistä myös asiajournalismiin. Mutta mikä on asiajournalismia?

Tärkeät uutiset jäävät nykyään helposti viihteellisemmän materiaalin varjoon. Mitä mieltä olet tästä ilmiöstä ja mitä merkitystä sillä on median sisällöille?

Lööppikulttuuri, nopeus, skuuppihakuisuus...jos lisääntyvät myös asiallisen journalismin kentällä niin millä tavalla se vaikuttaa median sisältöihin?

A.P. Pietilän toteamus hänen kirjastaan Uutisista viihdettä, viihteestä uutisia: Toimittajista on tullut leipäpappeja, jotka saarnaavat siitä mistä eniten maksetaan. Mitä mieltä tästä?

Viihdesisällön lisääntyminen, onnettomuuksilla mässäileminen ja raflaavampi uutistyyli...Onko se tietyiltä osin ehkä jopa välttämätöntä jos halutaan pysyä kilpailussa mukana?

Millainen on hyvä toimittaja?