

TAMPEREEN YLIOPISTO

Aino Miikkulainen

KULTTUURIUUTINEN JA KUVITELTU KATSOJA
Sisäisyleisöt ja uutismaistuminen Yleisradion Kulttuuriuutisissa

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Kesäkuu 2009

TAMPEREEN YLIOPISTO

Tiedotusopin laitos

MIKKULAINEN, AINO: Kulttuuriuutinen ja kuviteltu katsoja. Sisäisyleisöt ja uutismaistuminen Yleisradion Kulttuuriuutisissa.

Pro gradu -tutkielma, 94 s., 13 liites.

Tiedotusoppi

Kesäkuu 2009

Tarkastelen tutkimuksessani Ylen Kulttuuriuutisia narratologian ja uuden retoriikan avulla. Pyrin selvittämään, miten kulttuurijournalismin uutismaistuminen näkyy kulttuuriin keskittyvässä uutislähetyksessä ja erityisesti millainen sisäisyleisö, siis yleisön tekstuaalinen representaatio, Kulttuuriuutisten teksteistä paljastuu.

Tutkimusaineistoni koostuu Yle TV1:n Kulttuuriuutisista ja pääuutislähetysten kulttuuriaiheisista jutuista uutisviikon ajalta 19.2.–23.2.2007. Taustaksi haastattelin Kulttuuriuutisten toimittaja-toimitussihteeri Miia Gustafssonin. Käyn tutkimuksessani läpi myös kulttuurijournalismin kehitystä ja ohjelmistonsuunnittelua.

Teemauutiset ovat ohjelmistoajattelun kannalta tärkeä brändäyskeino kanaville ja ohjelmistonsuunnittelussa kohdeyleisöihin kiinnitetään koko ajan enemmän huomiota. Kulttuuriuutisten lähetyspaikan muutos syksyllä 2007 entisestä myöhäisillasta nykyisen kello kuuden uutispaketin osaksi vahvisti lähetyksen asemaa huomattavasti, ja teki siitä entistä enemmän kaiken kansan uutislähetysten.

Tv-uutiset tarjoavat erityisesti kansallisuutta katsojien kollektiiviseksi identiteetiksi ja kansakuntaa kuvitelluksi yhteisöksi. Tutkimuksessa selvisi, että suomalaisuuden vahvistaminen näkyy myös Kulttuuriuutisissa. Kulttuurijournalismin yleisöä on perinteisesti pidetty asiantuntevana erityisyleisönä, mutta tilanne muuttuu koko ajan samalla, kun kulttuurin kulutus monipuolistuu. Television ja etenkin Yleisradion yleisötavoite on mahdollisimman laaja universaaliyleisö, ja se näkyy myös Kulttuuriuutisissa.

Kulttuuriuutiset henkilöi ja dramatisoi aiheitaan. Näin se tavoittelee suuren yleisön huomiota. Kulttuuriuutiset pyrkii sivistämään suurta yleisöä ylhäältä alaspäin, ja samalla miellyttämään kulttuurieliittiä. Perinteiset uutiskriteerit ovat suurimman osan ajasta merkittävässä roolissa myös Kulttuuriuutisissa. Talousretoriikka tekee uutisista entistä kovempia. Taiteilijoiden sijaan toimijoina ovat useimmiten virkamiehet ja johtajat. Kulttuuriuutisten sisäisyleisön voikin nähdä olevan jonkinlainen laaja erityisyleisö tai asiantunteva massa.

Asiasanat: kulttuurijournalismi, televisio, uutinen, ohjelmistonsuunnittelu, yleisö

Sisällysluettelo:

1	Johdanto.....	2
2	Tutkimusasetelma	5
2.1	Tutkimuskysymys.....	6
2.2	Tutkimusaineisto	9
2.3	Tutkimusmenetelmät	11
2.3.1	Narratologia ja sisäisyleisöt.....	11
2.3.2	Uusi retoriikka ja sisäisyleisöt.....	14
3	Kulttuuri tv-ohjelmistoissa	16
3.1	Kanavien profilointi ja brändäys	17
3.2	Erikoisuutislähetykset.....	19
3.3	Paras paikka ohjelmalle	20
3.4	Kulttuuriuutiset Ylen ohjelmistossa: myöhäisillan pelinappula ja vaihtoehto.....	22
4	Kulttuuri ja journalismi	26
4.1	Sisäpiirin kritiikeistä talouden tuotteisiin	29
4.2	Kulttuuri muuttuu uutiseksi	33
4.2.1	Kulttuurin uutiskriteerit.....	35
4.2.2	Tv-uutisten ominaispiirteitä	37
5	Kulttuuriuutisten rakenne	39
5.1	Lähetysten narratiivit	41
5.2	Lähetysten ulkokuori	43
5.3	Aihevalinta ja yleisö	45
5.3.1	Taidetta vai viihdettä?.....	46
5.3.2	Arvoja ja valintoja	49
6	Yleisö tekstin takana	50
6.1	Esisopimukset.....	50
6.2	Koodit ja merkitykset	53
6.3	Vaikuttavat argumentit	56
6.4	Talous tekee kulttuurista uutisen.....	59
6.5	Johtajia ja julkkiksia	61
6.6	Sana, kuva ja ääni	63
6.6.1	Kuva ohjaa tulkintaa	64
6.6.2	Musiikki muuttaa merkitystä.....	66
7	Toimijat ja näkökulmat sisäisyleisön paljastajina.....	69
7.1	Kulttuuriuutisten näkökulma ja diskurssi	69
7.2	Toimijat ja lähteet.....	71
7.3	Kenelle kertoja puhuu?	73
8	Lopuksi: Laaja erityisyleisö vai asiantunteva massa?.....	78
8.1	Kulttuuriuutisten sisäiskatsoja.....	79
8.2	Keskustelua kulttuurijournalismin todellisesta yleisöstä.....	82
8.2.1	Kuinka katsoja valitsee ohjelman?	82
8.2.2	Kulttuurikulutuksen kaikkiruokaistuminen.....	84
8.3	Mitä seuraavaksi?	87
	Lähteet.....	89
	Liite 1: Lähetykset	95
	Liite 2: Katsojaprofiilit.....	106

1 Johdanto

”Minä voin kertoa sinulle sen tuloksen heti: niitä tehdään keski-ikäisille miehille, mutta niitä katsovat keski-ikäiset naiset, kuten minä”, perhetuttu tokaisi kuultuaan graduaiheestani, Ylen Kulttuuriuutisten sisäisyleisöistä. Tämän jälkeen hän – tekstiilitaiteilija kun on – kertoi myös, kuinka vaikeaa hänen taiteensa on ollut päästä esille miesten hallitsemassa korkeakulttuurimaailmassa, tilkkutaiteen ollessa lähes pelkästään naisten aluetta. Kommentti on varmasti toiselta puolen totta. Kulttuurijournalismin maailma on pitkään ollut hyvin elitistinen ja samalla miehinen: oopperasnobbailusta kirjoitetaan hallitsevalle, asiaa ymmärtävälle luokalle. Arkinen käsitys siitä, mitä ja kenelle kulttuurijournalismi on, elää myös hyvin vahvana. Sen mukaan kulttuurisivuja lukevat kuvataiteesta ja teatterista innostuneet tädit ja yläluokkaiset, viiniä siemailevat sedät. Kuitenkin kulttuurijournalismia ja sen yleisöjä on – ehkä sen kritiikkiperinteen takia – tutkittu todellisuudessa varsin vähän.

Nykyisin uutiset ovat vallanneet kulttuurijournalismin. Entinen kulttuuritoimittaja, Aamulehden päätoimittaja Matti Apunen (AL 23.3.3009) perää keväällä 2009 keskustelua herättäneessä artikkelissaan kulttuurijournalismin missioita resurssipuheen sijaan, politiikkaa poliittisen korrektiuden sijaan. Hänen mielestään kulttuurijournalismista on tullut taiteen sisäinen osasto, joka tuottaa kritiikkipalveluja ja puhuu rahoituksesta, resursseista, tekniikasta ja viennistä. Apunen on varmasti oikeilla jäljillä, vaikka tämä ”kulttuurijournalismin murhaaminen” kohtasi kulttuuripiireissä runsaasti vastustusta. Jos ja kun kulttuuriuutisia pyritään tekemään kovien uutisten ehdoilla, kääntyy puhe helposti talouteen ja hallintoon. Kenelle sellainen kulttuurijournalismi on tarkoitettu?

Samalla kun kulttuurijournalismi uutismaistuu, keskiluokkaistuu ihmisten kulttuurimaku siinä missä koko ympäröivä yhteiskuntamme. Kulttuurin keskiluokkaistuessa yhtenä kulttuurijournalismin tehtävänä voi nähdä sen määrittämisen, mikä lukuisista kulttuurilajien vaihtoehtoista hyväksytään kaikkiruokaisen kuluttajan lautaselle. Toisaalta edelläkävijöille ja varsinaisille elitisteille se, että joku marginaali-ilmio pääsee television Kulttuuriuutisiin, voi tarkoittaa sitä, että siitä on jo tullut liian populaari, liian massailmiö.

Vuonna 2001 Yleisradion torstain kulttuurimakasiiniohjelma Valopilkku päätettiin lopettaa. Yle TV1 aloitti samana vuonna arkisin tulevat Kulttuuriuutiset, jotka sijoitettiin myöhäisiltan. Kulttuuriuutisten toimittaja Miia Gustafssonin mukaan Ylen Valopilkku-kulttuurimakasiinin ja tv-

uutisten toimituksissa oli yhtä aikaa mietitty kulttuuriin keskittyvän uutislähetysten kehittämistä. Kun Yle 24 -digikanava aloitti, ja sinne tarvittiin paljon uutissisältöä, lokahtivat palikat paikoilleen Kulttuuriuutisten aloittamisen kannalta. Uutiskanava Yle 24 lopetti toimintansa keväällä 2007, mutta Kulttuuriuutisille jäi ainakin toistaiseksi pysyvä paikka TV1:llä.

Teemauutiset ovat nykyisen ohjelmistoajattelun kannalta tärkeä brändäyskeino kanaville. Vielä vuonna 1999 esimerkiksi Nelosen uutisten päätoimittaja Pauli Aalto-Setälä vakuutti Miira Lähteenmäen graduhaastattelussa, ettei teemauutisia ole eikä tule Neloselle. Toisin on käynyt, kaikilla kanavilla. Uutisiksi nimitetään teemoitettuja kokonaisuuksia milloin mistäkin. Urheilu on ollut aiheista ensimmäinen, mutta sen jälkeen teemauutisia on ilmestynyt niin viihteestä, taloudesta, mediasta kuin siitä kulttuurista. Paitsi että teemauutiset muokkaavat kanavasta olevia mielikuvia, niitä tehdään tietoisesti tai tiedostamatta tietyille kohdeyleisöille, ja ne vaikuttavat käsittelemäänsä aihealueeseen. Marginalisoiko kulttuurin eristäminen omaksi uutislähetyksekseen myöhäisiltan aihetta entisestään? Vai nostaako teemoitettu lähetys sen varmemmin kulttuuriharrastajien löydettäväksi?

Olen itse kiinnostunut kulttuurijournalismista ja opiskellut tv-journalismia. Tässä aiheessa yhdistyvät nämä molemmat alat. Olen itsekseni usein ihmetellyt Kulttuuriuutisten tarpeellisuutta, sillä varsinkin lähetysten ollessa sen edellisellä esityspaikalla tuntui siltä kuin se olisi piilotettu myöhäisiltan vain kaikkein fanaattisimpien kulttuuriharrastajien tavoitettavaksi. Vaikka kulttuuri kiinnostaa minua, en katsonut lähetystä juuri koskaan. Se ei tuntunut olevan minua varten. Uutislähetysten aiheet olivat ja ovat usein samoja kuin pääuutisissa ja lähetysten lyhyen keston takia aiheiden käsittely ei ehdi olla sen syvällisempää. Toisaalta ilman omaa lähetystä kulttuuriaiheita saattaisi nousta pääuutisiin vielä vähemmän, koska niitä ei pidettäisi tarpeeksi kovina uutisina.

Olen itse työskennellyt yhdenlaisissa teemauutisissa, MTV3:lla nähtävissä Kauppalehden Talousuutisissa, joten minulla on jonkinlainen käsitys ja ennakko-oletuksia teemauutisten käytännön toteutuksesta. Kohderyhmä oli ainakin talouslehden toimituksesta tehdyissä kaiken kansan talousuutisissa yleinen puheenaihe. Jos samasta aiheesta tehtiin juttu sekä lehteen että televisioon, tuli tv-jutun olla aina kansantajuisempi. Tärkeistä aiheista tehtiin Talousuutisten jutun jälkeen myös toinen versio illan pääuutislähetykseen, jossa piti ottaa vielä enemmän huomioon suuri yleisö. Jutun näkökulmaa saatettiin muuttaa, käyttää haastateltavilta eri kommentteja kuin Talousuutisissa, kansantajuistaa vaikeita asioita tai tehdä laajempaa yhteenvetoa päivän

talousaiheista. Samanlaista juttujen kohdistamista eri yleisöille esiintyy varmasti myös Kulttuuriuutisten toimituksessa, tiedostetaan se sitten tai ei.

Haluan tutkimuksellani osallistua keskusteluun yleisöjen sirpaloitumisesta ja kulttuurin sekä kulttuurijournalismin arvostuksesta muuhun journalismiin ja koviin aiheisiin verrattuna. Kulttuurijournalismin uutismaistuminen muuttaa väistämättä sen sisältöjä ja sisäisyleisöjä. Minua kiinnostaa, millaisille yleisöille kaiken kansan Ylen Kulttuuriuutisia tehdään ja miten oletettu sisäisyleisö näkyy valmiissa teksteissä?

Määrittelen seuraavaksi tarkemmin tutkimuskysymykseni ja tutkittavan aineiston. Käyn alustavasti läpi menetelmät, joiden avulla syvennyn aineistooni. Käsittelen menetelmiä tarkemmin analyysin yhteydessä. Ennen varsinaista analyysiä teen katsauksen tv-yleisöjen tavoitteluun ohjelmakaaviosuunnittelun avulla ja kulttuurijournalismin uutismaistumiseen sekä sen yleisöjen kehitykseen erityisesti uutiskriteerien ja aihevalintojen kannalta. Pohdin, mikä on Kulttuuriuutisten paikka nykyisessä kulttuurijournalismin kentässä ja tv-ohjelmistossa. Analyysin yhteydessä käyn tarkemmin läpi keinoja, joilla sisäisyleisöä voi tekstistä etsiä. Analyysin lopuksi teen katsauksen myös tutkimuksiin todellisesta katsojuudesta ja keskusteluun, jota kulttuurin kuluttajista ja kulttuurimauista on käyty.

Vuoden 2006 lopussa tein analyysikokeilun yhdestä Kulttuuriuutisten lähetyksestä. Sen perusteella minulle jäi joitakin ennako-oletuksia siitä, millainen Kulttuuriuutisten sisäisyleisö on. Talousdiskurssi painottui lähetyksessä voimakkaasti, ja vastaanottajia suostuteltiin pitämään taloutta tärkeänä. Katsoja oli alisteisessa asemassa, eikä hänelle tarjottu toiminnan tai vaikuttamisen mahdollisuuksia, ei edes esitystä, jota mennä katsomaan. Lähetyksessä oltiin pääkaupunkiseutukeskeisiä, ja tavallisia ihmisiä ei lähetykseen päässyt lainkaan, vaan toimijat olivat tunnettuja artisteja tai korkeassa asemassa olevia johtajia. Korkeakulttuuripainotus ei korostunut, mutta katsojan oletettiin tietävän, mikä on ”säätio” (elokuvasäätio) ja toisaalta tuntevan Idols-Antin. Lähetyksen sisäiskatsoja siis olisi pääkaupunkiseudulla asuva, kulttuurista kaikkiruokaisesti kiinnostunut, talouden arvot hyväksyvä ihminen, jonka lähtötiedot kulttuurikentästä ovat laajat. Hän olisi siis erityisyleisön edustaja, ei tv:n yleisuuksien tapaan osa massayleisöä. Käytän näitä ennako-oletuksia pohjana tarkemmassa analyysissäni.

2 Tutkimusasetelma

Vaikka erilaiset teemauutiset ovat nousseet pinnalle jo viimeisten kymmenen vuoden ajan ja urheilun erikoislähetystyksiä on ollut huomattavasti kauemmin, on uutisten teemoittumista tutkittu lähinnä kaavioajattelun, ohjelmistosuunnittelun ja kanavakilpailun näkökulmasta. Lähempää sisällönanalyysiä niistä ei ole juurikaan tehty. Kulttuurijournalismin uutismaistuminen on myös kiihtynyt aivan viime vuosina, mutta tätäkään ilmiötä ei ole vielä suuremmin selvitetty. Uutisten teemoittuminen ja kulttuurijournalismin uutismaistuminen vaikuttaa väistämättä sen todellisiin ja sisäisiin yleisöihin.

Yleisön käsite on moniulotteinen. Englanniksi puhutaan sekä massayleisöstä (audience) että kansalais- tai julkisyleisöstä (public), suomalaisessa journalismin tutkimuksessa myös julkisosta. Massayleisön ajatellaan helposti olevan passiivinen ja irrallisista yksilöistä koostuva, kun taas julkiso toimii yhdessä, yhteisönä, ja vaikuttaa kansakunnan asioihin. Läpeensä medioituneessa maailmassa erilaiset yleisöt, samoin kuin yhteisöt, kansat, markkinat ja joukot, muodostuvat kuitenkin samoista ihmisistä. Rajat häviävät, ja tavallisen massayleisön edustajatkin voivat toimia yhteisönä tai osallistua aktiivisesti. (Livingstone 2005, 17–23.) Retoriikkateorioissa yleisö taas jaetaan kaikki maailman ihmiset kattavaan universaaliyleisöön ja lukemattomiin erityisyleisöihin. Nämä erottelut perustuvat puhujan pyrkimyksiin, eivät yleisön määrään. (Perelman 1996, 21.)

Yleisradion tehtävässä on perinteisesti ollut kyse universaaliyleisön näkökulmaan rakentuvasta kansalaisuudesta, niin Suomessa kuin muidenkin maiden julkisen palvelun lähetystoiminnan harjoittajilla. Paddy Scannellin (1989) mukaan sähköisen lähetystoiminnan on oltava julkista palvelua suurille yleisöille (public) ollakseen kilpailukykyistä. Ennen sähköisiä tiedotusvälineitä esimerkiksi tapahtumien yleisöt olivat varsin eriytyneitä ja pieniä. Vasta radio synnytti universaalin massayleisön. Televisiota pidetään edelleen helposti passivoivana ja massayleisöjä synnyttävänä mediana sen sijaan, että se saisi yleisönsä aktivoitumaan ja osallistumaan. Scannellin mielestä mediaa kuitenkin parjataan turhaan. Massayleisöpuheesta Scannell huomauttaa, ettei yleisö juuri kommunikoi keskenään konsertissa, teatterissa tai luennollakaan, vaan toiminta on yhtä yksisuuntaista kuin televisiota katsellessa. Sen sijaan tv:n katsojat voivat rauhassa puhua keskenään. Televisiosta myös keskustellaan paljon, ja koska se on avoin kaikille, voivat kaikki osallistua keskusteluun. Yleisradiotoiminta on demokratisoinut jokapäiväistä elämää synnyttäen tähän päivään. Se on antanut ihmisten puhua puolestaan ja tuonut esimerkiksi köyhyyttä ihmisten tietoisuuteen. Nykyisin lähes jokaisella on televisio ja yleisradioiden lähetykset ovat siten kaikkien

saatavilla. Kaikkien tavoittaminen on yleisradioille kunnia-asia. Kaupalliset toimijat ovat valikoivampia. Geneerinen ohjelmistosuunnittelu, kuten sarja- tai elokuvakanavien perustaminen, sirpaloi julkisen yleisön pienemmiksi, mainostajien haluamiksi makuyleisöiksi. Televisiosta tulee julkisen sijaan yksityinen hyödyke, mikä vähentää lähetysten saatavuuden tasa-arvoisuutta ja saattaa jopa eriarvoistaa yhteiskuntaa. (Scannell 1989, 135–140.)

Yhtäläisen pääsyn tiedon, viihteen ja kulttuurin pariin kanavien välityksellä tulisi olla demokraattisessa yhteiskunnassa kansalaisoikeus, joka kuuluu kaikille (mt., 164). Poliittisena, sosiaalisena ja taloudellisena ymmärretyn kansalaisuuden rinnalle on noussut kulttuurinen kansalaisuus. Yhteiskunnan täysi jäsenyys ja kansalaisuus edellyttävät pääsyä symbolisiin voimavaroihin ja kykyä käyttää niitä tehokkaasti. Kulttuurisia kansalaisoikeuksia ovat oikeus tietoon, oikeus kokemuksiin, oikeus ymmärrykseen ja oikeus osallistumiseen. Televisio on yksi keskeisistä kanavista kulttuuristen kansalaisoikeuksien turvaamisessa. Televisiossa luodaan joka päivä jaettua kulttuuria, joka valitettavasti vain on yhä enemmän pohjautunut kuluttamiselle. Alun perin julkisen palvelun asenne oli holhoava ja isällinen, paternalistinen, jonka mukaan asiantuntijat tietävät aina tavallista ihmistä enemmän, ja ohjelmien tekijöiden tehtävä on välittää nämä käsitykset ja kokemukset mahdollisimman laajalle yleisölle. Nykyisin paternalismi on korvattu populismilla ja yleisön koko on ainoa kriteeri viestinnän onnistumiselle. Kun pyritään vain keräämään yleisöjä, jäävät yhteisen kulttuurin luominen, eroavaisuuksien kunnioittaminen ja yhteisen hyvän tuottaminen yleisradiotoiminnassa entistä enemmän taka-alalle. (Murdock 1999, 8–15.) Kulttuuriuutisten, kuten koko Yleisradionkin, yhtenä tehtävänä voi nähdä nimenomaan kulttuurisen kansalaisuuden luomisen, jaetun kulttuurin ja tiedon välittämisen. Onnistuuko Kulttuuriuutiset tässä arvokkaassa tehtävässä?

2.1 Tutkimuskysymys

Verrattuna Yleisradion perinteiseen universaaliyleisön tavoitteluun, sanomalehtien kulttuuriosastojen lukijakunta on perinteisesti melko rajattu (esim. Hurri 1993, 11). Tv taas on massayleisöjen media. Sirpaloitumisesta huolimatta kaikki yleiskanavat haluavat säilyttää myös suuren yleisön huomion. Onko myös Kulttuuriuutiset suunnattu muuta kulttuurijournalismia enemmän massoille, vai näkyykö jutuissa oletusarvoisesti ”kulttuurista kaiken tietävä elitistikatsoja”? Mille yleisölle Kulttuuriuutisia tehdään ja miten se näkyy valmiissa teksteissä? Kulttuuria pidetään pehmeänä aiheena. Miten pehmeät uutiskriteerit näkyvät lähetyksissä? Leena Honkavaaran (2001, 6) mukaan ”Yleisradion omien television kulttuuriuutisten myötä kulttuuri

tunnustetaan urheilun ja talouden vertaiseksi tärkeäksi elämänaalueeksi”. Mutta onko asia tosiaan näin? Urheilulähetykset ja talousuutiset on joka kanavalla esimerkiksi sijoitettu prime time -aikaan, kun taas kulttuuria katseltiin syksyyn 2007 asti vasta myöhään illalla yhdentoista jälkeen, ja tilanteen nyt vähän parannuttua aivan prime timen alkuminuuteilla kuuden tv-uutispaketin yhteydessä.

Mikä oikeastaan on katsoja? Se on ainakin sama asia kuin minkä tahansa mediatekstin lukija. Pekka Tammen (1992, 113) mukaan kirjallisuudentutkimuksesta lähtenyt lukijan käsitettä on pyritty ahkerasti tarkentamaan, mutta silti se on yksi sekavimmin ymmärretyistä. Veijo Hietalan (1990, 18) mukaan kulttuurintutkimuksessa keskitytään erityisesti katsojuuden kahteen painopistealueeseen. Yhtäältä pyritään lähestymään fyysistä katsojaa teoreettisesti ja pohtimaan sellaisten tekijöiden kuin ”rodun”, sukupuolen, kulttuuritaustan, etnisen ryhmän sekä katsojan yksilöllisen henkilöhistorian vaikutuksia tv:n kokemiseen ja merkitysten syntymiseen. Toisaalta tämä tutkimuslinja olettaa jokaisen tv-ohjelman kirjoittavan sisään oman ihannekatsojansa, toisin sanoen ohjelmasta voidaan sen ominaisuuksia analysoimalla purkaa oletettu mallikatsoja, joka parhaiten ymmärtää tarjotut merkitykset. Seuraan tässä työssä jälkimmäistä, ihannekatsojaa ohjelman sisällöistä purkavaa tutkimuslinjaa.

Helpoimmin tämän teesin voi Hietalan mukaan todentaa tarkkailemalla vaikkapa lastenohjelmia, jotka puhuvat lasten kielellä. Myös esimerkiksi uutiset olettavat katsojan, jota kiinnostavat tiettyntyyppiset ulko- ja sisäpoliittiset asiat ja joka myös seuraa niitä aktiivisesti. Ihannekatsojaa voi hahmotella esimerkiksi tarkkailemalla, minkä verran tämän oletetaan tietävän ennestään, minkä verran taas taustoja ja erikoistermejä (esimerkiksi heliborkorko) selitetään. (Mt., 19.)

”Ihannekatsojaa” merkitsevä termi vaihtelee tutkimuksissa hurjasti. Puhutaan niin implisiittisistä lukijoista, ideaalilukijasta, mallilukijasta, auktoriaalisesta lukijasta, tekstiin koodatusta lukijasta, oletetusta tai kuvitellusta sisäiskatsojasta, -lukijasta tai -yleisöstä. Tammen (1992) ja Ridellin (1994, 1998) esimerkin mukaan puhun tässä tutkimuksessa pääsääntöisesti sisäisyleisöstä ja sisäislukijasta. Kirjallisuudentutkimuksessa sisäisyleisöllä voi olla vielä useita eri kategorioita, sisäkkäisiä yleisöjä, mutta esimerkiksi haastateltavien luomiin sisäisyleisöihin kiinnitän vain vähän huomiota.

Oletukseni on, että kohdeyleisöajattelu näkyy todennäköisesti selvimmin versioiduissa jutuissa. Jos jutusta tehdään kaksi versiota, toinen pääuutisiin ja toinen kulttuurin erikoislähetykseen, on kohdeyleisön muutoksen havaitseminen todennäköisesti melko helppoa. Kulttuuriuutiset

nauhoitetaan joka päivä kello kuuden uutislähetysten yhteydessä (vuoden 2007 keväällä kello 19.00), jolloin juttujen siis on oltava valmiina. Tämän takia jutut tehdään aina ensin kulttuuriuutisten lähetystä ajatellen, ja jos sen jälkeen jää aikaa, niitä voidaan versioida puoli yhdeksän pääuutislähetykseen. Aikataulu on kuitenkin kiireinen ja toimitus pieni, joten varsinaista versiointia, kokonaan uuden version editoimista jutusta, tehdään melko harvoin. Useammin juttuja joudutaan lyhentämään pääuutislähetystä varten pelkiksi sähkejutuiksi. Kulttuuriuutisten jutuista yleensä vain yksi, jos sitäkään, päätyy pääuutisiin. Niihin valitaan se juttu, jonka katsotaan olevan päivän pääuutinen kulttuurin saralla. Ehkä kohdeyleisöajattelu näkyy juttujen lyhentämisessä; minkä koetaan olevan pääuutisten katsojalle kaikista epäkiinnostavinta tai vaikeinta, jää todennäköisesti helpoimmin pois. Tutkimusviikolla valinnat vaikeiden asioiden vaihtamisesta helpompiin näkyivät erityisesti yhdessä pitkässä jutussa, josta oli toteutettu kaksi erilaista versiota. Nämä valinnan, lyhentämisen ja versioinnin kysymykset ovat olennaisia sisäisyleisön kannalta.

Yleisöjen sirpaloitumisen ja tarjonnan lisääntymisen on usein sanottu itse asiassa lisäävän ohjelmiston yhdenmukaistumista. Esimerkiksi Els de Bensin mukaan mahdollisimman suuren yleisön tavoittelu, ohjelmien keskittyminen ja kaupallistuminen johtaa yhä suurempaan homogenisoitumiseen, maapalloistumiseen ja tabloidisaatioon. Yleisön karkottamisen pelossa ei oteta riskejä, vaan tehdään niin kuin on aiemminkin hyväksi havaittu. (De Bens 2007, 17.) John Hartley (1992) muistuttaa, että televisio on yksi kulttuuriteollisuuden ala muiden joukossa, jossa tuotanto toimii jakelun ehdoilla. Televisio-ohjelmia tuotetaan kuin ruokaa, pitkien matkojen takaa suoraan nälkäisen kuluttajan lautaselle. Menestyäkseen kanavien pitää maksimoida yleisönsä joka ikinen päivä, ja yleisö katsoo televisiota toivoen löytävänsä aina jotain uutta tai ainakin uuden version vanhasta tuotteesta. (Hartley 1992, 163–164.) Samaa sanoo Hujanen (2007, 119), jonka mukaan tarjonnan lisääntyminen ja television kustannuskriisi vaativat taloudellista tehokkuutta, joka johtaa television muuttumiseen kulttuuriteollisuudeksi, jossa yksilölliselle tekijyydelle jää vain vähän tilaa. Kuten muitakin ohjelmia, myös uutisia tuotetaan sopiviin rakoihin, tehdään tilauksesta. Koko uutistuotanto, ainakin peruspäivinä, on entistä enemmän muuttunut tiettyjen blokkien täyttämiseksi: lehdissä sen tekee muun muassa ennakoiva taitto, televisiossa tarkat kaaviot ja aikataulut, ja kaikkialla uutisten entistä suurempi nopeuden ja sitä kautta tarkan ennakkosuunnittelun vaade. Uskalletaanko edes Kulttuuriuutisissa ottaa riskejä? Aihepiirin puolesta mahdollisuuksia siihen olisi.

Kulttuurijournalismia ei juuri löydy tv-uutisoppikirjoista, eikä sitä tunnuta pitävän perinteisten kriteerien mukaan uutisaiheena ollenkaan. Aika muuttuu. Esimerkiksi Aamulehden sisäisessä

palautteessa joulukuussa 2008 todetaan kulttuurisivuista: *”Sinänsä mielenkiintoinen Picasso-näyttely kuvineen olisi sopinut paremmin kakkosjutuksi, jos kulttuuriin olisi saatu UUTISTA. Kulttuuriin siis kaivataan päivittäin uutislähtöjä.”* Onko kulttuuri edes uutinen, ja miten kulttuuriaiheista tehdään uutisia? Mitä kulttuurijournalismin uutismaistuminen tekee sille yleisölle, joka saattaa olla kiinnostunut vain yhdestä, hyvin spesifistä osa-alueesta?

2.2 Tutkimusaineisto

Tutkimusaineistoni koostuu Yle TV1:n Kulttuuriuutisista ja pääuutislähetysistä kerätystä uutisviikosta, siis Kulttuuriuutisten lähetysistä ja niistä pääuutislähetykseen valituista tai versioiduista uutisjutuista 19.2.–23.2.2007. Yksi viikko (tässä tapauksessa viisi arkipäivää, koska Kulttuuriuutiset ei tule viikonloppuisin) on perusteltu otos, koska sen sisälle mahtuu jo jonkin verran vaihtelua, mutta lähetysten määrä ei kuitenkaan ole liian suuri syvälliseen analyysiin. Samaan ratkaisuun ovat päätyneet myös monet muut televisiouutisia tutkineet, kuten Veikko Pietilä (1998), Miira Lähteenmäki (1999) ja Elisa Salste (2000). Veikko Pietilä pohtii, että kannattaa valita tutkittavaksi luonnollinen juttuvalikoima, eli yksi tai useampi uutislähetys kokonaisuudessaan. Hän kallistuu tähän vaihtoehtoon, koska merkityksellistämiskeinoja monipuolisesti käyttävät jutut ovat uutisvirrassa poikkeustapauksia, ja näin tutkittavaksi tulee kohtalaisen normaali otos. (Pietilä 1998, 17.) Pietilä ehdottaa myös, että sisäkkäisiä kertojia ja yleisöjä on järkevää tutkia yksittäisten uutisjuttujen osalta, sillä sisäistekijä ja -lukija ovat toistuvan uutismuotin ominaisuuksia (1998, 52).

Analysoin juttujen valintaa ja käsittelyä Kulttuuriuutisten ja puoli yhdeksän pääuutislähetysten välillä. Näiden lähetysten välillä tapahtuu myös juttujen versiointia. Kulttuuriuutisiin tehdystä uutisjutusta saatetaan siis tehdä toinen versio esimerkiksi eri näkökulmalla, eri haastattelupätkillä tai eri kuvituksella puoli yhdeksän uutisiin. Tutkimusaineistossani tällaisia versioituja juttuja oli ainoastaan yksi. Muissa jutuissa ja sähkeissä uutisankkurin juonto vaihtui joka lähetysten välillä huomattavastikin. Tarkimmin paneudun Kulttuuriuutisten päälähetysiin ja niiden lähilukuun. Lisäksi olen tehnyt yhden teemahaastattelun tutkimuksen taustaksi. Haastattelin Kulttuuriuutisten toimittajana ja toimitussihteerinä lähetysten alusta asti työskennellyttä Miia Gustafssonia erilaisista teemoista, kuten lähetysten katsojista, uutisten sijoittelusta ja aihevalinnoista. Selvitän siis lähetyksissä käytettyjä narratologisia elementtejä, kuten tekijöitä, kertojan diskurssin ja toimijoiden diskurssien suhdetta, sekä lähetyksissä esiintyvien eri diskurssien retorisia elementtejä. Näiden perusteella pyrin muodostamaan käsityksen Kulttuuriuutisiin muodostuvista kuvitteellisista sisäisyleisöistä.

Tekemäni tulkinnat perustuvat tutkijaluentaan (vrt. Pietilä 1998) eivätkä kerro, miten uutisjuttuja normaalissa katsomistilanteessa tulkitaan ja mitä merkityksiä niistä silloin luetaan esiin. Normaali katsomistilanne ei anna mahdollisuuksia porautua juttujen merkityssisältöihin syvälle, vaan niihin orientoituu lähes aina informaationa. Hartley (1992, 17–22, 105) uskoo, että ainoa todellinen televisioyleisö on fiktiivinen kuva, joka on löydettävissä teksteistä ja diskursseista. Vaikka television katsominen on helppoa, on katselun kuvaileminen neutraalisti tai objektiivisesti äärimmäisen vaikeaa. Tutkittavan, kuvitteellisen yleisön voi löytää vain teksteistä.

Tutkijan tehtävä on näyttää, mitkä ovat tekstin ensisijaisia luentoja. Yksikin katsoja voi katsoa televisiota eri kerroilla eri tavoin, esimerkiksi iltapäivällä lukea tekstiä kriitikon silmin ja myöhemmin katsoa ja viihtyä yleisönä. Katsomisen tavat myös lomittuvat. Koska yhtä todellista oikean katsomisen tapaa on mahdotonta löytää, on henkilökohtainen tutkijaluenta perusteltu tapa tulkita tekstejä.

Pietilä on pyrkinyt selvittämään, miten ja millaisia merkityksiä hänen tutkimansa uutisjutut rakentavat. Merkitystä voidaan lähestyä useammalla tasolla, kuten jakamalla se denotatiivisiin ja konnotatiivisiin merkityksiin. Denotaatiolla tarkoitetaan niitä merkkien tai merkkikokonaisuuksien merkityksiä, jotka ymmärrämme kulttuurisesti ilman erityistä tulkintaa. Selon saaminen konnotaatioista taas vaatii kulttuuristen tulkintakykyjen käyttöä. Tulkintakyvyt vaihtelevat tutkijasta toiseen yhteisestä kulttuurisesta pohjasta huolimatta. Merkitykset eivät ole teksteissä, vaan ne syntyvät tekstin ja tulkitsijan kohdatessa. Teksti sisältää vain merkityksen raaka-ainetta, merkityspotentiaaleja, joista voidaan aktualisoida yksiä tai toisia merkityksiä. (Pietilä 1998, 13–16.) Koska olen itse opiskellut taideaineita ja seuran aktiivisesti kulttuuriuutisointia, uskon pystyväni tulkitsemaan Kulttuuriuutisiin rakentuvia merkityksiä monella tasolla.

Kulttuuriuutiset alkoivat syksyllä 2001. Ensimmäiset puoli vuotta kymmenen minuutin lähetys tuli joka torstai. Vuoden 2002 alussa Kulttuuriuutiset alkoi tulla joka arkipäivä TV1:llä. Torstain lähetys säilyi kymmenminuuttisena vuoden verran, kun muut lähetykset olivat heti vain viisiminuuttisia. Myöhemmin kaikki lähetykset kestivät noin viisi minuuttia. Kulttuuriuutisten alkuaikana lähetyksessä yritettiin käyttää paljon samaan aikaan käynnistyneiden Ylen alueellisten uutislähetysten tekemää materiaalia. Gustafssonin mukaan se oli kuitenkin aika huonolaatuista, koska paikallistoimitusten toimittajat kuvaavat ja editoivat usein itse oman juttunsa kokonaan. Siksi kulttuurijutut pyritään tekemään Helsingistä käsin tai tv-uutisten omien aluetoimittajien tekeminä.

Yleisradion arvomääritelmän mukaan Yle tuottaa ohjelmia kaikille yleisryhmille, ja myös pienet yleisöt huomioidaan. Esimerkkejä merkittävistä mutta suhteellisen pienten yleisöjen ohjelmistoista ovat esimerkiksi lastenohjelmat, kulttuuri-, tiede- ja opetusohjelmat. Juuri eriytyneet kohdeyleisöt, joille massoihin perustuvat mainosrahoitteiset kanavat eivät raaski tehdä ohjelmia, ovat Yleisradion kiitollisimpia kuluttajia. Yleisradioyhtiöiden radio- ja televisio-ohjelmien on perinteisesti ajateltu noudattavan ainakin kolmea tehtävää, jotka ovat tiedonvälitys, kasvatus ja viihde. Näitä yhdistää ajatus valistuksesta. Television alkuvaiheessa ajateltiin, että tv tuo korkeakulttuurin parhaat hedelmät kaikelle kansalle. (Hujanen 2007, 115.) Ylen vanhan sivistystehtävän muisto heijastelee usein varsinkin vanhempien ihmisten arkipuheessa, kun kaivataan laadukasta televisio-ohjelmaa. Yhtäältä universaaliyleisön toisaalta erityisryhmien huomioimisen periaatteiden takia Ylen Kulttuurituotosten lähetyksen sisäänrakennettujen kohdeyleisöjen selvittäminen on mielestäni tärkeää ja mielenkiintoista.

2.3 Tutkimusmenetelmät

2.3.1 Narratologia ja sisäisyleisöt

Esimerkiksi John Hartley (1992, 85) uskoo, että television yleisöjä on parasta tutkia tekstuaalisina representaatioina, puhutaanpa sitten yleisöille tai yleisöistä. Veikko Pietilä (1998, 12) on päätenyt johtopäätökseen, että uutisista tulisi kertomusten sijaan puhua seka-aineksina teksteinä, joissa kertomusmuoto on yksi – milloin keskeisempi, milloin syrjäisempi – ainesosa. Kertomusteoreettiset välineet näyttävät kuitenkin olevan hyvin sovellettavissa uutisten tarkasteluun riippumatta siitä, ovatko uutiset kertomuksenomaisia vai eivät. Televisioutiset voivat usein myös olla lehti uutisia kertomuksenomaisempia. Tai niiden ainakin kannattaisi olla: tutkijat (esim. Epstein 1973, 263) ovat tv-uutisten katsojakokemuksia tutkiessaan todenneet, että selvien narraatioiden käyttö auttaa huomion kiinnittämisessä ja asian perille menemisessä katsojalle. John Ellisin mielestä uutisten ja vaikkapa saippuaopperan kerronnan välillä ei ole todellista eroa. Ero on siinä, mistä kerrontaan käytetty materiaali on peräisin. (Ellis 1984, 159.) Uutisissa materiaali siis on dokumentaarista, saippuaopperassa fiktiivistä.

Seija Ridell (1998) ehdottaa narratologista tarina/diskurssi-jaottelua tekstin puhuttelevuuden ja oletettujen, ideaalisten tai sisäisyleisöjen tutkimiseen. Hän muistuttaa, ettei tutkijan luenta tekstin tulkintamahdollisuuksista muodosta tyhjentävää kuvausta, jonka nojalla yleisön merkityksenantotapoja voidaan luokitella, vaan aktuaaliset vastaanottajat voivat omilla tulkinnoillaan osoittaa tutkijan hypoteesin myös paikkansa pitämättömäksi. (Ridell 1998, 47.)

Ridellin mielestä narratologialla on erityisesti annettavaa silloin, kun tarkastellaan uutisjournalistista tekstin ja yleisön suhdetta tekstuaaliselta kannalta ja kiinnitetään huomio niihin diskursiivisiin tulkinta-asemiin, joita tekstissä reaalista lukijaa varten rakentuu. Nämä asemat tarjoavat lukijalle tietynlaista merkitystä sekä tekstistä yksittäistapauksena että yhteiskunnallisesta todellisuudesta laajemmin. Kysymys uutisen ideologisesta yleisöasemasta voidaankin tarkentaa kysymykseksi lukijoihin kohdistetusta ideologisesta puhuttelusta. Uutinen jäsentyy tällöin tutkimuksen kohteeksi retorisenä sosiaalisena muotona. (Ridell 1994, 105.)

Uutisgenren säännöt ja konventiot saavat sekä uutisia tuottaessa että luettaessa lehti- ja kanavakohtaisia sävyjä. Tämä antaa aihetta pohtia, tulisiko sisäistekijästä/sisäislukijasta puhua tiedotusvälinekohtaisena ilmiönä. Sisäistekijän/sisäislukijan luonnetta voitaisiin tältä pohjalta laajentaa seuraavalla tavalla (Ridell 1994, 132):

	uutisten tuottamisen kannalta	uutisten lukemisen kannalta
sisäistekijä	uutisjournalismin sääntöihin ja konventioihin suhteutuva mielikuva ko. välineen positioista ja intentioista	yleisempiin uutisjournalismia koskeviin konventioihin ja odotuksiin suhteutuva mielikuva ko. välineen linjasta ja luonteesta
sisäislukija	uutisjournalismin sääntöihin ja konventioihin suhteutuva oletus välineen yleisöstä ja sen odotuksista, uskomuksista ja arvoista	yleisempiin uutisjournalismia koskeviin konventioihin ja odotuksiin suhteutuva oletus ko. välineen yleisökäsityksestä

Ridellin mukaan Yleisradion uutisten sisäislukija on siis erilainen kuin vaikkapa MTV3:n vastaava. Väite on perusteltu, sillä oikeilla katsojilla on varmasti erilaisia odotuksia eri kanaville ja välineille, ja oikeat toimittajat toteuttavat näitä odotuksia. Nämä odotukset välittyvät varmasti sisäislukijaan ja -tekijään.

Narratologia jakaa siis kertovan tekstin kahteen osaan, tarinaan ja diskurssiin, eli mitä tapahtuu ja miten se kerrotaan. Tarina on tekstin kronologinen tapahtuma-aines, joka sisältää tekstin henkilöt ja miljöön, kun taas diskurssi koostuu niistä tekstin keinoista, joilla tarina kerrotaan. Tarinapuolen korostaminen keskittyy tekstin sisältämiin kulttuurisiin myytteihin ja sen tapahtuma-aineeseen

järjestymiseen. Diskursiivisuuden korostaminen taas suuntaa huomion tekstin kerrontaan, kerrontarakenteen muodollisiin kuvauksiin ja sisältää retorisuutta koskevan aspektin. (Ridell 1994, 106.) Diskurssi puolestaan voidaan jakaa kertojan diskurssiin ja toimijoiden diskursseihin. Diskurssi ei ole yhtä kuin toimittajan puhe, vaan narratologinen diskurssin käsite perustuu todellisen kertojan ja tekstin luomien kertojien sekä todellisen yleisön ja tekstin luomien yleisöjen erotteluun.

Kiinnitän tutkimuksessani huomiota narratologian kumpaankin puoleen, tosin diskurssipuolta korostaen. Käytännössä puolia ei voida edes täysin erottaa toisistaan, sillä diskurssin analysointi edellyttää myös tarinan tulkitsemista. Käsittelen lähinnä tekstin luomia kertojia ja yleisöjä, mutta sivuan todellisia yleisöjä ja kertojia vertailukappaleena ja oletusten lähtökohtana. Täydennän narratologisia keinoja oletettujen sisäisyleisöjen etsimiseen retoriikan analyysin avulla, sillä diskursiivisen puolen tulkinta pitää sisällään myös retorisuuden, yleisön puhuttelun. Uutinen jäsentyy tutkimuskohteeksi retorisena sosiaalisena muotona. Samaan tutkimustapaan päätyi tv-uutisia poliitikkojen imagon kannalta pro gradu -työssään tutkinut Kristiina Tolvanen (2004). Myös Ridell (1994) ehdottaa puhuttelun ja tekstin retorisuuden tutkimista yhdistettäväksi narratiiviseen uutistutkimukseen (Ridell 1994, 151). Narratologian ja retoriikan metodit sopivat hyvin yhteen, koska molemmat ovat vuorovaikutukseen perustuvia ajattelun lajeja. Yleisö on sekä retoriikan että narratologian tutkimuksen lähtökohta. Perelmanin argumentaatioteoria täydentää hyvin Ridelliltä saamaani narratologista lähtökohtaa uutistarinoiden yleisöjen tarkasteluun, ja myös Ridell itse on soveltanut joitakin retoriikan keinoja tutkimuksissaan. Lavennan näkökulmaa toimituksen suuntaan Kulttuuriuutisten toimittaja ja toimitussihteeri Miia Gustafssonin haastattelun avulla.

Merkityksen tuotantokeinoista pidän silmällä erityisesti sanan ja kuvan vuorovaikutusta ja toisaalta juttujen kokonaisrakenteen merkityksellistävää toimintaa (vrt. Pietilä 1998, 15). Kulttuuriuutisissa myös musiikin ja äänen merkitys on otettava huomioon.

Arkisissa mielikuvissa kulttuurijournalismiin pääsevät toimijat ovat lähinnä kulttuurieliittä ja -auktoriteetteja. Tavallisen ihmisen mielipiteet tai kokemukset kiinnostavat kulttuurisivuja harvoin. Kulttuurisivuja on myös perinteisesti moitittu vaikeiksi lukea. Merja Hurri (1983) selvitti liseniaattityössään muun muassa kulttuurisivujen luettavuutta. Hän tutki 195 arviota Wiion (1974) menetelmällä, joka määrittelee tekstin vaikeusasteen peruskoulun luokkatasoina. Juttujen vaikeus vaihteli runsaasti, mutta kulttuuriosaston lukeminen edellyttää tutkimuksen mukaan keskimäärin abiturientin koulutustasoa. Peruskoulupohja ei siihen usein riitä, ja joukossa oli myös kirjoituksia,

joiden lukeminen vaati jopa akateemista loppututkintoa. Pitkiä sanoja ja lauseita todella käytetään kulttuurisivuilla normaalikieltä enemmän (Hurri 1983, 161–165.) Jo näiden oletusten ja elementtien perusteella voisi päätellä, että kaiken kulttuuriuutisoinnin, myös television Kulttuuriuutisten, toimituskunta olettaa yleisöllään olevan tietynlaista pohjatietoa alasta.

Keskeisiä käsitteitä narratologiaalähtöisessä tekstianalyysissä ovat sisäistekijä ja sisäislukija, kertojan diskurssi, toimijoiden diskurssit, näkökulma sekä yleisö. Tekstiä tarkastellaan siis hierarkkisena rakenteena, jossa sisäistekijän/sisäislukijan taso sijaitsee ylimpänä. Näkökulma viittaa siihen, kenen tai minkä kannalta asiat tulevat tekstissä kuvatuiksi. Yleisön kategoria tuo esiin sekä kertojan diskurssiin että toimijoiden diskursseihin sisältyvät aktuaalisten vastaanottajien puhuttelupyrimykset. (Ridell 1998, 105.)

Ridellin mukaan käsite yleisö ilmaisee tekstin retorisen, vastaanottoon suuntautuvan ja samalla aina jo tietynlaiseen yleisöoletukseen perustuvan luonteen. Kyse on siis tulkinta-asetuksista, joita tekstiin rakentuu sekä kertojan diskurssin että toimijoiden diskurssien kautta ja joihin aktuaalisia vastaanottajia kutsutaan merkityksenannossaan asettumaan. Niin kertojan diskurssin kuin esiintyjien diskurssien tuottamat tulkinta-asetukset perustuvat etukäteisille oletuksille yleisöstä, sen arvoista ja maailmankatsomuksesta. (Mt., 107–108.) Pekka Tammen mukaan sisäislukijan ominaisuuksia ovat tekstin edellyttämä kielitaito, kulttuuritausta ja kirjallinen kompetenssi. Jos Aleksis Kiven esimerkiksi mainitaan olevan suomalainen kirjailija, oletetaan lukijakunnan olevan ei-suomalaista. (Tammi 1992, 117.)

2.3.2 Uusi retoriikka ja sisäisyleisöt

Oletetun sisäisyleisön etsintää voidaan täydentää retoriikan analyysin avulla. Riikka Kuusisto (1996, 269) määrittelee retoriikan kielen avulla tapahtuvaksi toimijoiden, tilanteiden ja tapahtumien määrittelyksi ja selittämiseksi. Uudessa retoriikassa tutkitaan kaikentyypisille yleisöille – väkijoukoista asiantuntijapalavereihin – tarkoitettuja esityksiä. Perelman (1996, 11–16) määrittelee retoriikan argumentaation niin, että se tapahtuu luonnollisella kielellä, jossa tulkinnallisuutta ei voida sulkea pois. Ridell (1994, 152) puolestaan muistuttaa, että tekstin retorisuuden tarkastelussa on otettava huomioon se, ettei uutinen ole aukoton geneerinen tuote, vaan koska se koostuu monista diskursseista, se saattaa sisältää monia, ristiriitaisiakin puhutteluja yleisölle.

Argumentaatioissa pyritään hankkimaan tai vahvistamaan yleisön hyväksyntää esitetyille väitteille. Siinä siis oletetaan aina ennalta puhujan ja yleisön välinen kohtaaminen: ellei puhetta kuunnella tai kirjaa lueta, ne jäävät vaille vaikutusta. (Perelman 1996, 16.) Perelman kysyykin, mikä on se yleisö, jolle argumentaatio kulloinkin kohdistuu:

Entä katsommeko haastateltavan puhuvan haastattelijalle, lehden lukijoille vai kenties koko kansalliselle tai kansainväliselle mielipiteelle, jonka tietoon hänen kannanottonsa voivat periaatteessa tulla? (Perelman 1996, 20.)

Perelman erottaa yleisöistä periaatteessa kaikki maailman ihmiset kattavan universaaliyleisön ja lukemattomia erityisyleisöjä, kuten tietyt vallitsevat väitteet ja menetelmät tuntevan, harvoista koostuvan asiantuntijayleisön. Nämä erotellut perustuvat puhujan pyrkimyksiin, eivät yleisön määrään. Universaaliyleisö on eräänlainen aika- ja paikkasidonnainen standardi, yleispätevyyteen tähtäävässä argumentoinnissa ilmenevä kulttuurinen arvoperusta (Perelman 1996, 21; Summa 1996, 68.) Jotta puhujan esityksellä olisi vaikutusta, hänen tulee sovittaa se yleisönsä mukaan. Puhuja voi siis valita päättelynsä lähtökohdiksi vain väitteitä, jotka kuulijat hyväksyvät. Erityisyleisön koostumuksen puhuja pystyy määrittelemään. Siihen vaikutetaan ennemmin suostuttelemalla, kun taas universaaliyleisöön vaikutetaan vakuuttamalla. (Perelman 1996, 25–28.) Tosin esimerkiksi Kenneth Burken mukaan identifikaatio on vielä suostuttelua keskeisempi termi retoriikkateorioissa. Identifikaatiosta on kyse esimerkiksi silloin, kun maanviljelijöille puhuva poliitikko aloittaa puheensa toteamalla että ”minäkin olen maatalon poika”, ja identifioi itsensä yleisöön. (Summa 1996, 56–57.)

Retoriikan avulla tutkittavia asioita ovat esimerkiksi puhujan ja yleisön välillä olevat esisopimukset, erilaiset hierarkiat ja argumentaatiotekniikat kuten metaforat. Tv- uutisten Anneli Jätteenmäestä antamaa kuvaa pro gradu -työssään tutkinut Kristiina Tolvanen (2004, 55) on esimerkiksi sitä mieltä, että juuri metaforat ovat erityisen näppärä reitti tv- uutisten yleisöoletusten selvittämiseen, sillä metaforia käytetään usein itsestäänselvyyksinä, tiedostamatta niiden todellisia merkityksiä.

Perelman nostaa esiin retoriikan yhteistoiminnallisuutta ja yhteisymmärryksen tavoittelua korostavan puolen (Summa 1996, 67). Tämä sopii uutistutkimukseen, sillä ihmisillä on halu uskoa todeksi kaikki, mitä uutisissa sanotaan, siis tavallaan päästä yhteisymmärryksen uutisten kanssa. Yksinomaan tietyn ammattiryhmän tai vakaumuksen edustajista koostuvan yleisön voi olettaa olevan valmis hyväksymään tiettyihin auktoriteetteihin ja perusteluihin nojaavat väitteet muita todennäköisemmin (Kuusisto 1996, 275). Voi siis olettaa, että Kulttuuriuutisten katsojat ovat

sosiaalistuneet tiettyyn makujärjestelmään, jonka mukaan esimerkiksi klassinen taidemusiikki on hienompaa kuin kansanmusiikki tai rock. Tätä sosiaalistumista on tutkinut runsaasti muun muassa Pierre Bourdieu, johon palaan myöhemmin. Tietyt, julkisuudessa paljon esiintyneet, tunnustuksia saaneet tai taideyhteisön muuten hyväksymät taiteilijat ja muu kulttuurieliitti ovat Kulttuuriuutisten katsojien hyväksymiä auktoriteetteja. Toisaalta kun kyseessä on makuasia, saattaa esimerkiksi haastateltavan valinta vaikuttaa valistuneeseen katsojaan myös ei-toivotulla tavalla, jos tämä ei esimerkiksi kerta kaikkiaan pidä taiteilijan tuotoksista tai arvosta kyseistä taidemuotoa.

Pyrin pääsemään selville Kulttuuriuutisten sisäisyleisöstä siis narratologisen tekstianalyysin ja tekstin retoristen puhuttelujen tutkimisen avulla. Lähestyn Kulttuuriuutisten yleisöä myös kaavioajattelun, siis television ohjelmistokaavioiden suunnittelun, sekä Bourdieun makuhierarkioiden kannalta. Tehdäänkö Kulttuuriuutisissa analyttistä korkeakulttuuria harvoille ja valituille, vai helposti pureskeltavia uutistuotteita massoille?

3 Kulttuuri tv-ohjelmistoissa

Televisiotuotannot perustuvat oletuksille siitä, mikä on yleisö. Se ei tietenkään ole televisiolle ainutlaatuinen piirre: jo klassinen Hollywood-elokuva yritti tavoittaa ”miehistä katsetta” ja sanomalehdet ovat perinteisesti suunnanneet huomionsa mieslukijoita kohtaan (Reimer 1994, 78). Uutisyleisö on oletusarvoisesti miehistä koostuva.

Television katsomisessa on sosiaalista voimaa, mutta erilaista kuin mistä usein puhutaan. Yleisöjen tv:stä saama voima toimii television merkityksellisissä käyttötavoissa katsojan omana kulttuurisena lähteenä. (Hartley 1992, 87.) Kun tv-yleisöä ajatellaan yksittäisinä henkilöinä, nämä henkilöt kuvitellaan helposti ristiriitaisesti sekä yli- että ali-ihmisiksi (mt., 98). Yhtäältä heihin voi muka vaikuttaa sormia napsauttamalla, toisaalta he tulkitsevat kaikkea juuri niin kuin itse haluavat. Stuart Hallin (1992) mukaan yleisö on tavallaan sekä tv-sanoman lähde että sen vastaanottaja. Tv:n tuotantorakenteet ammentavat yleisöstä aiheita, käsittelytapoja, tapahtumia, henkilöitä ja mielikuvia. Tuottajien käytännön tiedot, taidot ja ideologiat, sekä määritelmät, oletukset ja yleisöä koskevat uskomukset määrittävät tuotantoprosessia.

Nykyisin yleisöjen sirpaloituessa ohjelmistojen suuntaaminen tietyille, hyvinkin pienille segmenteille on yhä tärkeämpi osa television ohjelmistonsuunnittelua. Hujasen (2007) mukaan kilpailun kiristymisen ja tarjonnan lisääntymisen myötä ohjelmistosuunnittelun ja ohjelmistojen

rakentamisen merkitys yleisöjen tavoittamisessa on korostunut. Ohjelmatyypit ja niiden sijoittelu luovat yleisölle odotushorisontin, joka määrittää myös arvoja ja mieltymyksiä suhteessa televisioon. (Hujanen 2007, 119.)

3.1 Kanavien profilointi ja brändäys

Radion ja television journalismi on omiaan korostamaan ajankohtaisuutta. Ne ovat myös joukkotiedotusvälineitä sanan varsinaisessa merkityksessä, suurten massojen yhteisyyttä luovia välineitä (Hujanen 1993, 4). Nyt internet ajaa niidenkin ohi nopeudessa, joten vanhojen sähköisten medioiden on keksittävä uusia vahvuuksia.

Samalla tavalla kuin tietyn tyyppisiä ohjelmia valitsemalla, myös tietyn tyyppisiä uutisia tekemällä kanavat voivat luoda haluamaansa profiilia. Profiloitumisajatusta toisaalta vierastaa perinteinen käsitys, jonka mukaan uutislähetys on puolueeton, maailman tapahtumia sellaisenaan raportoiva ohjelma, jonka sisältö seurailee päivän tapahtumia, eikä siksi voi paljon vaihdella eri kanavien ohjelmissa. (Salste 2000, 11.)

Kaavioajattelu määrittää ohjelmistonsuunnittelua yhä enemmän. Aiemmin tehtiin ensin ohjelma, jolle yritettiin löytää yleisö, mutta nykyisin kaavio määrittää ensin tietyn yleisön, jolle yritetään löytää sopivaa ohjelmaa. (Hujanen 2002, 89.) Ohjelmapaikat (streamlined slots) ovat tarpeellisia, kun luodaan yleisölle odotusarvoja ja kun tehdään mahdolliseksi se, että yleisö löytää lempiohjelmansa ohjelmavirran kasvaessa. Parhaimmillaan ohjelmapaikka itsessään voi kehittyä brändiksi, jolle yleisöllä on tietyt odotusarvot. (Mt., 118.) Tällainen ohjelmapaikkabrändi on viime vuosina ollut esimerkiksi 21.15 alkava MTV3:n maanantaileffa, joka tosin siirtyi vuoden 2009 alussa Subille, tai samaan aikaan Yle TV1:llä näytettävä Kotikatsomo. Ensin siis mietitään, millaista yleisöä tavoitellaan milläkin ohjelmapaikalla, mitkä ovat resurssit ja realistiset katsojatavoitteet tähän kellonaikaan ja kilpailijoihin verrattuna. Sitten päätetään, mikä ohjelma tai ohjelmatyyppi optimoi mahdollisuudet.

Lähtenmäen haastattelussa ohjelmajohtaja Arto Hoffrén TV2:sta kuvasi kaaviosuunnittelun alkua vallankumoukselliseksi muutokseksi. Hän arvioi, että Suomessa muutos alkoi MTV:stä, joka kehitteli kaaviovetoisuutta pitkälle jo TV3:n aikoihin 1980-luvulla. (Lähtenmäki 1999, 6.) Suomalaiset toimijat ovat ottaneet oppia amerikkalaisesta mallista television ohjelmistonsuunnittelussa (ks. esim. Hujanen 2002, Hellman 1999, Lähtenmäki 1999). Lisääntyvä

kilpailu yleisöistä kanavien välillä on tuttu ilmiö koko Euroopassa, ja kanavabrändit ovat tärkeä osa kilpailua. Teema uutiset muokkaavat juuri tätä brändiä. Vai miten kanavien herättämiin mielikuviin vaikuttaisikaan, jos Ylen Kulttuuriuutiset ja MTV3:n Viihdeuutiset yhtäkkiä vaihtaisivat paikkoja?

Television niukkuuden ajasta on siirrytty yltäkylläisyyteen, ja kanavien määrä ja lähetysaika ovat lisääntyneet hurjasti. Se ei kuitenkaan ole johtanut pelättyyn samankaltaistumiseen. Kaikkien neljän pääkanavan ohjelmatarjonta on jatkuvasti erilaistunut. (Aslama ym. 2007, 61–65.) Digiaikaan siirtyminen vauhditti kanavien erilaistumista entisestään. Vuosina 2000–2006 ohjelmiston monipuolisuudessakaan ei ole tapahtunut dramaattisia muutoksia. Aluksi digikanavat näyttivät jopa lisäävän tarjonnan kirjoa, mutta sitten monipuolisuuskäyrä kääntyi lievään laskuun.

Kokonaisuudessaan suomalainen televisio-ohjelmisto on silti edelleen erittäin monipuolinen.

(Hellman 2008, 96.) Suomalaisessa toimilupapolitiikassa monipuolisuudella tarkoitetaan sisällöltään ja kohderyhmiltään erilaisia ohjelmapalveluita, mutta myös vaihtoehtojen mahdollisimman suurta määrää (mt., 86). Suurimpia muutoksia on kulttuurilähetysten määrän väheneminen lähes olemattomiin suhteessa muuhun ohjelmistoon. Urheilutarjonta taas on lisääntynyt. Kokonaisuudessaan tv-tarjonta on lähes yhtä informatiivista kuin 1960-luvulla. Ohjelmien sisällöt ovat muuttuneet ammattitaitoisemmiksi mutta samalla laskelmoivammiksi, ja informatiivisten ohjelmien sisältö on keventynyt. (Aslama ym. 2007, 65–77.)

Vuoden 2005 Yleisradion vuosikertomuksessa todetaan, että Ylen kanavilla tärkeää on fakta. TV1:n tarjonnasta suurimmaksi ohjelmaluokaksi nousivat niin vuonna 2004 kuin vuonna 2007 ajankohtaisohjelmat, joita TV1:n suomalaisista ohjelmista oli reilusti yli kolmannes. Seuraavaksi suurimmat luokat olivat asiaohjelmat ja uutiset. (Aslama & Lehtinen 2009, 36.) Painotus uutis- ja ajankohtaisjournalismiin, kansainväliseen näkökulmaan, dokumentteihin sekä kulttuurin ja opetuksen peruspalveluihin näkyy myös katselussa. TV1:n katsotuista ohjelmista yli puolet on uutis-, ajankohtais- ja asiaohjelmia, dokumentteja sekä muuta faktaohjelmistoa. Kulttuuri ja opetus ovat tärkeitä suuntautumisalueita Yle TV1:llä jatkossakin (Hujanen 2002, 150). Puoli yhdeksän uutiset ovat pitkään olleet TV1:n vahvin brändi. MTV3:ssa puhutaan ”Yle-uskovaisista”, joita on uutisyleisöstä vieläkin paljon. (Lähteenmäki 1999, 35.) Asia- ja ajankohtaisohjelmien kanava TV1:n imago on tyylikäs ja asiallinen, jopa viileä, vaikka se on välillä yrittänyt korostaa ihmisläheisyyttä.

Vaikka ohjelmistovetoinen professionaalisuus lähtee termeistä kuten yleisösegmentit, kohdeyleisöt ja -ryhmät, on myös mahdollista, että taloudellisuus dominoi kaikkia muita arvoja ainakin joissain

tilanteissa (Hujanen 2002, 119–120). Kaikilla kanavilla halutaan kohdeyleisöistä huolimatta säilyttää myös suuri perusyleisö (mt., 144).

3.2 Erikoisuutislähetykset

Uutisaika on lisääntynyt lähes samaa tahtia koko ohjelma-ajan kanssa pääkanavilla. Lähetysten pituus on lyhentynyt mutta määrä kasvanut. (Lähteenmäki 1999, 87–88.) Uutisten osuus ohjelma-ajasta on laskenut 1970–1980-lukujen kultavuosien 10–11 prosentin osuuksista noin 5–6 prosenttiin, mutta se on pysynyt suurin piirtein samana viime vuodet samalla kun ohjelma-aika on lisääntynyt hurjasti (Aslama ym. 2007, 66; Aslama & Lehtinen 2009, 22). Suomalaisessa televisiossa yksi selkein uutisten monimuotoistumisen suunta on ollut jako yleisuutislähetysiin ja erikoisuutislähetysiin. Erikoisuutislähetykset rajaavat jotakin katsojajoukkoa kiinnostavan aihepiirin omaksi lähetyskseen, jonka muoto ja tyyli voivat myös noudattaa katsojakunnan toiveita. Uutiset luovat kanavalle uskottavuutta, ankkuroivat sen aikaan ja rytmittävät ohjelmiston aikataulua (Hartley 1992, 55). Juha Kytömäen (2009, 106–107.) mukaan uutiset ovat myös säilyttäneet paikkansa television mielihjelmien joukossa. Ylipäänsä faktan osuus suosituimmista ohjelmista on kasvanut, tosin nuorimmassa ikäryhmässä sen osuus on yhä pieni.

Erikoisuutislähetysten suosiolle on helppo löytää myös taloudellisia syitä. Uutiset ovat haluttu ja arvokas mainosympäristö, mutta niiden väliin ei voi sijoittaa mainoksia. Uutisten paloittelu erikoisuutislähetysiksi lisää mainospaikkoja ja samalla mainostajille voidaan myydä tarkemmin rajattuja kohdeyleisöjä. (Lähteenmäki 1999, 70.) Myös mainostuloista riippumaton Yle on viimeisen kymmenen vuoden aikana pilkkonut uutislähetysiään palasiksi, kunnes syksyllä 2007 aloitti uuden uutispaketin kello 18.

Keväällä 2009 Ylen kanavilta lähetetään pääuutisten lisäksi talous- ja kulttuuriuutiset sekä viittomakieliset, saamenkieliset ja ruotsinkieliset uutiset, alueellisia uutislähetysiä ja Urheiluruutu. MTV3:lla nähdään Viihdeuutiset (jotka näytetään myös Subilla), Kauppalehden talousuutiset ja Tuloruutu, mutta Neloselta perusuutisten lisäksi vain IS Urheilu-uutiset. Uutisajan suunta voi olla laskeva, sillä vaikka Sub aloitti oman yleisuutislähetysensä helmikuussa 2009, niin samana keväänä Nelosen uutisia lyhennettiin talousvaikeuksiin ja yleisön vaatimuksiin vedoten ja Kauppalehden talousuutislähetys joutui vasaran alle.

3.3 Paras paikka ohjelmalle

Raymond Williams esitti jo 1970-luvun puolivälissä ajatuksen amerikkalaisen television ohjelmavirrasta: televisiota luonnehtii pikemminkin jatkuva kuva- ja äänivirta kuin yksittäiset ohjelmat. John Ellis puolestaan painottaa televisionkatsomisen katkonaisuutta. Hän näkee tv-tarjonnan koostuvan pienistä segmenteistä. (Ellis 1984 & 2000.) Kolikon kaksi eri puolta ovat siis virta ja segmentit, joista jompikumpi korostuu katsojan tarpeista ja ohjelmatyypistä riippuen.

Nykyisin ohjelmakaavio on television ohjelmatuotannon peruslähtökohta ja suunnittelumeکانismi, joka pitää yllä tasapainoa eri genrejen ja kustannustasojen välillä koko kanavaa ajatellen. Kaavion puitteissa etsitään paras paikka ohjelmille, esimerkiksi sellaisille, jotka ovat menestyneet demografisesti tai kokonaiskatsojamäärältään paremmin, kuin niiden nykyinen ohjelmapaikka antaa olettaa. (Ellis 2000, 142–143.) Kaaviot vaikuttavat niin ohjelmien tuotantoon ja sisältöön kuin niiden vastaanottoon. On jopa esitetty, että ohjelmakaavioiden luoma tarjonnan rakenne vaikuttaa katsomis päätöksiin enemmän kuin yksittäisten ohjelmien sisältö.

Kun puhutaan kaaviojohtamisesta ja ohjelmistonsuunnittelusta tai ohjelmoinnista kannattaa kiinnittää huomio prosessin kahteen puoleen. Toisaalta se koskee tuotannon ja lähetysten suhdetta, mutta toisaalta myös lähetysten ja yleisön suhdetta. Käyttäjäystävällisyys on ollut tärkeää ohjelmistonsuunnittelun alusta lähtien. Kun julkisen palvelun lähetystoiminnan kriisistä puhuttiin 1980-luvulla, todettiin, että Euroopassa oltiin ennemmin tuottajaorientoituneita kuin yleisöorientoituneita. Nykyisin Yleisradio määrittelee yleisölähtöisyyden yhdeksi pääarvoistaan. Ohjelmistonsuunnittelun on sen alkua ajoista asti uskottu vaikuttavan television yleisösuhteeseen. (Hujanen 2002, 8–11.)

Digi-tv:n kanavapaljouden keskellä suositunkaan ohjelman on vaikea rikkoa maagista miljoonan katsojan rajaa. Lähteenmäen (1999, 39–42) haastattelemat ohjelmistonsuunnittelijat painottivatkin yleisödemografian merkityksen kasvua: ”kun ei voi saada kaikkia, kannattaa yrittää miellyttää ainakin jotain ryhmää kunnolla”. Suunnittelussa on tiedettävä potentiaalinen yleisön ikärakenne, sukupuolijakauma, kulttuurinen tausta, taloudellinen tilanne ja niin edelleen. Erilaisten yleisötyyppien korostaminen johtaa myös uutisten profilointiin, joka näkyy etenkin erikoisuutislähetyksissä kuten Talousuutisissa tai Kulttuuriuutisissa.

Uutiset sopivat kaavioajatteluun mainiosti. Ne ovat hyvin tunnettua ohjelmistoa, ja niiden sijoittelua leimaa pysyvyys ja konservatiivisuus. Ne toimivat merkkipaaluina, jotka jakavat ohjelmiston osiin ja rytmittävät tv-päivää. Yleisuutislähetykset eivät jaa katsojia juurikaan, joten niiden ei tarvitse pelätä karkottavan katsojia pois kanavalta. Toisaalta ne sitovat ohjelmistonsuunnittelua, sillä niiden paikkoja ei helposti muutella, mutta toisaalta ne tuovat kaavioille juuri toivottua vakautta. 1990-luvulla uutislähetysten tarjonta on moninkertaistunut ja sirpaloitunut, mikä on vaikuttanut niin lähetysten sisältöön, uutisten kertomisen tapaan kuin katsomiskokemukseen. Uutiset eivät ole enää yhteinen rituaali, jonka ääreen koko maa kokoontuisi tiettyyn aikaan. (Lähteenmäki 1999, 6–7.)

Uutistuotanto pärjää kustannustehokkuuden vaatimusten alla siksi, että lähetysmäärien kasvaessa yhden lähetysten suhteelliset tuotantokustannukset laskevat. Uutistuotanto on kallis aloittaa, mutta kun päivässä on jo yksi täyspainoinen uutislähetys, tulee toinen lähetys vähän halvemmaksi ja kolmas maksaa vieläkin vähemmän, kun samat toimittajat, uutisankkurit, uutiset ja jopa jutut ja juonnot kiertävät lähetyksestä toiseen. (Lähteenmäki 1999, 92.)

Kaaviojohtamisessa ei ole pelkästään kyse julkisen palvelun velvollisuuksien ja yleisölähtöisyyden välisestä tasapainosta vaan myös teknisten ja tuotannollisten resurssien kontrollista ja sovittamisesta ohjelmistonsuunnittelun ja yhtiön talouden tarpeisiin (Hujanen 2002, 65). Kalliista genreistä tulee ensisijaisia kategorioita ohjelmiston suunnittelijoille. Esimerkiksi urheilun määrä ja merkitys televisio-ohjelmistoissa kasvaa. Kalliit oikeudet urheilukilpailuihin tekevät siitä tärkeää myös ajan budjetoimisessa. (Mt. 85.)

Ohjelmien sijoittelussa on erilaisia strategioita. Eastmanin (1993, 135–138) määrittelyssä niitä ovat veturit (lead-off, lead-in), riippumattoefekti (hammocking), ohjelmablokit (blocking), ankkurointi (tent-poling), nauhaefekti (stripping), vastaohjelmointi (counterprogramming), sitominen (bridging) ja tähdittäminen (stunting). Näistä ohjelmistonsuunnittelukeinoista Kulttuuriuutisten suhteen kannattaa mielestäni kiinnittää huomiota erityisesti veturiefektiin, ohjelmablokkeihin ja nauhaefektiin sekä osittain myös vastaohjelmointiin.

Tv-kanavan viikoittaisen ja päivittäisen tarjonnan vakioimiseen tähtääviä strategioita kutsutaan horisontaalisiksi. Niitä ovat muun muassa ohjelmiston sarjoittuminen ja jaksojen sijoittelun nauhaefekti, eli niiden lähettäminen tiheällä frekvenssillä, tyypillisesti joka arkipäivä (tai vähintään kolme kertaa viikossa) samaan kellonaikaan. Tv-uutisten päälähetykset ovat oiva esimerkki stripping-sijoittelusta: niiden alkamisaikaa ei joudu koskaan katsomaan tv-ohjelmatiedoista.

Horisontaalisten strategioiden tavoite on luoda vakioitu kaavio, joka toistuu samanlaisena viikosta toiseen. Kun horisontaalisilla strategioilla on luotu tv-viikkoon tuttuutta ja saatu katsojat kanavalle, on vertikaalisten strategioiden tehtävä pitää heidät siellä. Vertikaaliset strategiat pyrkivät luomaan katsojien luontevan siirtymisen ohjelmasta toiseen. Muun muassa veturiohjelmien käyttö ja vastaohjelmointi ovat tällaisia strategioita. (Syvertsen 1997, 126–130; Hellman 1999, 381–382.)

3.4 Kulttuuriuutiset Ylen ohjelmistossa: myöhäisillan pelinappula ja vaihtoehto

Illan paras katseluaika eli prime time on Suomessa määritelty esimerkiksi Aslaman ja Lehtisen tutkimuksessa ohjelmiksi, jotka alkavat kello 18.05–22.05 (Aslama & Lehtinen 2007, 21). Paras katseluaika on kesällä hieman myöhemmin kuin talvipimeällä, ja se on kaiken kaikkiaan myöhentynyt. John Ellisin mukaan kello 22 jälkeinen aika on 'äärilaitojen aikaa', jolloin ohjelmistosuunnittelu on usein kokeilevampaa, mikä johtaa yleisöjen sirpaloitumiseen ja pienempiin katsojalukuihin (Ellis 2000, 132). Nykyisin äärilaitojen ajan voisi nähdä alkavan vasta noin kello 23.

Lähtenmäki huomautti vuonna 1999, että Suomen neljästä pääkanavasta kaksi katsojaosuuksiltaan suurinta, TV1 ja MTV3, rytmittävät ohjelmistonsa nimenomaan uutislähetysten ympärille. Nelosellakin uutiset ovat tärkeässä asemassa ohjelmistoa rakennettaessa. Tässä tärkeä merkitys on suomalaisten katsomistottumuksilla, sillä pohjoismaisia perinteitä vaalien olemme hyvin uutisuskollisia. (Lähtenmäki 1999, 50.)

Brittiläisen television News and current affairs -mallin mukaan television uutis- ja ajankohtaisohjelmat muodostavat kiinteän kokonaisuuden, ja ajankohtaisohjelmien erityisyys määräytyy niiden suhteessa uutisiin. Ne ovat jatkoa ja lavennusta uutisille, ne taustoittavat ja kommentoivat niitä. (Hujanen 1993, 5.) Yleisradion tv-kanavilla ajankohtaisohjelmat ja uutiset ovat kuitenkin kulkeneet erillään, ja niiden integraatio on jäänyt ohjelmasuunnittelun tehtäväksi.

Tutkimusta aloittaessani ja kerätessäni aineiston keväällä 2007 Ylen Kulttuuriuutiset tulivat joka arki-ilta noin kello 23. Kulttuuriuutisten toimittajan Miia Gustafsson kertoo, että jos toimitus olisi saanut Kulttuuriuutisten alkaessa vapaasti valita lähetysajan, niin se olisi haluttu puoli yhdeksän uutisten yhteyteen. Kulttuuriuutislähetystä kuitenkin tehtiin suorana seitsemältä tai kahdeksalta Yle 24 -kanavalle, ja uusittiin siellä, Yle Teemalla ja myöhäisuuutisten yhteydessä TV1:llä illan mittaan. Parempaa lähetysaikaa TV1:llä yritettiin saada pitkään, mutta viisiminuuttinen lähetys ei sopinut

muuhun ohjelmistoon aiemmin illalla. Sen suhdetta muihin illan ohjelmiin ei erityisemmin suunniteltu: joskus lähetyksen ympärillä saattoi tulla kulttuuriohjelmia, jonakin iltana taas pelkkää ruotsinkielistä FST:n ohjelmistoa. Muista ohjelmista riippui paljon, paljonko Kulttuuriuutisilla oli katsojia, sillä harva jaksoi odottaa vain sitä.

Syksyllä 2007 Ylellä kuitenkin toteutettiin uutisuudistus, jossa Kulttuuriuutiset siirrettiin uuden kello 18 uutispaketin osaksi. Useamman vuoden ajan Kulttuuriuutiset siis ovat olleet ikään kuin muun ohjelmiston täytepala, jonka alkamisajankohta TV1:llä on vaihdellut parinkymmenen minuutin sisällä. Koska kyseessä on lyhyt lähetys, täytyi kellonaika siis tarkistaa joka päivä ohjelmatiedoista, jos uutiset halusi nähdä, täysin vastoin uutisten sijoittelun peruskaavaa. Nyt kello kuuden uutispaketin osana Kulttuuriuutisten lähetysaika on pysyvämpi, ja se noudattaa paremmin uutisille tyypillistä nauhaefektiä (stripping), jossa sama ohjelma lähetetään samaan aikaan joka (arki)päivä. Samalla lähetys pääsi osaksi prime timea, parasta katseluaikaa, ja sen asema kulttuurijournalismin kentällä vahvistui.

Aiemmin katsojamäärä vaihteli illasta riippuen 50 000–200 000, vaikka jälkimmäisen luvun saavuttaminen olikin harvinaista. Keväällä 2007 lähetyksen keskikatsojamäärä oli noin 75 000 Ylen omien tietojen mukaan. Jos koko illan tuli esimerkiksi FST:n ohjelmaa, katsojamäärä oli pienemmästä päästä. Uutisuudistuksen jälkeinen puolen tunnin paketti kuuden uutiset ja sää on saanut huomattavasti suurempia katsojalukuja, esimerkiksi viikolla 6/2009 432 000 katsojaa (Finnpanel TV-mittaritutkimus). Keväällä 2009 uutispaketin kulttuuriosion keskikatsojamäärä oli noin 380 000, eli todennäköisesti suurin osa katsojista katsoo koko uutispaketin. Sitä tästä lukemasta ei voida tietää, moniko katsoi paketin peräti sen takia. Gustafsson arvioi, että Kulttuuriuutisia katsotaan myös paljon internetin kautta, sillä lyhyt lähetys on sieltä helposti saatavissa. Nettikatselua ei kuitenkaan lasketa katsojatilastoihin.

Ohjelmalla, joka edeltää (paikallisia) uutisia, on havaittu olevan suuri vaikutus uutisten katsojalukuihin (Carroll & Davis 1993, 389). Myös Hujasen (2002, 130) mukaan veturiefektiin eli ohjelmien lead-in- ja lead-out- tai lead-off-ohjelmiin tulisi ohjelmistoissa kiinnittää huomiota. Lead-in-veturiefekti on vahvan ohjelman työntö- tai vetovaikutus, joka kohdistuu yleensä sen jälkeen sijoitettuun vähemmän tunnettuun tai suosittuun ohjelmaan. Lead-off-veturi puolestaan on vahva ohjelma, joka sijoitetaan koko parhaan katseluajan blokin alkuun. TV1:n kello kuuden uutispaketti on nykyisin tällainen, juuri prime timen alussa oleva, varmasti vahva ohjelma. Riippumattoefekti puolestaan tarkoittaa uuden tai vähemmän houkuttelevan ohjelman sijoittamista kahden vahvan

väliin, jolloin se saa turvallisen lähtöaseman. Esimerkiksi Talousuutisten saattoi vuonna 1999 ajatella nauttivan riippumattoefektistä, kun se tuli Kauniiden ja rohkeiden ja Seitsemän uutisten jälkeen, ennen Ihmeidentekijöitä. (Eastman 1993, 136; Lähteenmäki 1999, 52–54.) Myös Kulttuuriuutiset olisi ihanteellinen ohjelma riippumattoefektin hyödyntämiseen kahden suosittumman ohjelman välissä lyhyen keston takia. Myöhäisillassa Kulttuuriuutisten ympärille sijoitetut ohjelmat eivät kuitenkaan olleet niin suosittuja. Riippumattoefektin kumoaa etenkin se, että useimpina iltoina Kulttuuriuutisten jälkeen alkoi suoraan Euronewsin lähetys, jonka takia on vaikea uskoa kovin monen kääntävän varta vasten kanavalle. Sen sijaan Kulttuuriuutisia edeltävät veturi-ohjelmat olivat useana iltana viikossa aiheeseen sopivia, esimerkiksi Uuden Kinon lyhytelokuvia, dokumentteja tai Kotikatsomon kotimaista draamaa. Nykyisellään Kulttuuriuutisten veturina toimii koko sitä edeltävä kuuden uutislähetys.

TV1:n Ilkka Koskimies arvioi viime vuosikymmenellä, että uutiset ovat liian kallis pelinappula vastaohjelmointiin (Lähteenmäki 1999, 58). Kulttuuriuutiset voidaan silti nähdä esimerkkinä myös vastaohjelmoinnista sen kilteimmässä muodossa, eli toisen vaihtoehdon tarjoamisena (ks. esim. Eastman 1993, 137–138; Carroll & Davis 1993, 307). Vastaohjelmointi viittaa yleensä vaihtoehdoisen eli selvästi erisisältöisen ohjelman tarjoamiseen kilpailijaa vastaan. Toisaalta Hellman (1999, 396–406) erottaa toisistaan vastaohjelmoinnin, jossa isketään kilpailijaa vastaan samantyyppisellä ohjelmalla, ja vaihtoehdoisen ohjelman tarjoamisen. Suomalaisilla tv-markkinoilla päädytään Hellmanin mukaan yleensä tarjoamaan vaihtoehtoja. Vaihtoehtohan Kulttuuriuutisetkin nimenomaan oli aiemman myöhäisen lähetysaikansa puitteissa, kulturelli vaihtoehto muiden kanavien myöhäisillan ohjelmille, ja vaihtoehto muille erikoisuutislähetyksille. Uutisilla pelaaminen vastaohjelmoinnin kannalta on vaikeaa, sillä niiden ohjelmapaikkoja ei ole tapana juuri muuttaa. Tässä tilanne muuttui ohjelmakaavion suhteen, kun Kulttuuriuutisten lähetysaika siirtyi kuuden uutispaketin yhteyteen. Tällöin koko uusi uutispaketti on vaihtoehto muiden kanavien uutislähetyksille.

Kaikkia näitä ohjelmistonsuunnittelukeinoja vastaan puhuu Epstein, joka kirjoitti jo 1970-luvun alussa network-yhtiöiden johdon uskovan teoriaan, jonka mukaan uutisohjelmat perivät suurimman osan yleisöstään edellisiltä ohjelmilta. Epstein siis ei usko uutisten toimivan veturi-ohjelmoina, toisin kuin monet muut tutkijat. Viihdeohjelmat sen sijaan houkuttelevat yleisöä myös muilta kanavilta. Siksi johtajat päättävät, että uutisten laadun parantaminen ei välttämättä kasvattaisi yleisöä. Epsteinin mielestä tämä johtaa uutistuotannon rajoittamiseen. (Epstein 1973, 259.) Suomalaiset ovat niin voimakkaasti uutiskansaa, ettei Epsteinin esittämä vaihtoehto ole kovin realistinen. Toisaalta

uutisuskollisuus pätee ehkä vain tutuissa Ylen ja MTV3:n uutisissa, sillä Nelosen uutislähetystä jouduttiin talousongelmien ja pienten katsojalukujen takia keväällä 2009 lyhentämään ja toimitusta pienentämään.

Kulttuuriuutisten kohdeyleisöä ei Gustafssonin mukaan ole tarkkaan mietitty. Oletus on, että sen katsojilla on jonkinlainen kiinnostus tai tietämys kulttuurista. Miia Gustafssonin mukaan toimitus yrittää palvella periaatteessa kaikkia niin, että aihevalikoima olisi mahdollisimman laaja ja että agendalla olisi populaarikulttuuria, korkeakulttuuria, lastenkulttuuriakin. Ohjelman historian ajan lähetyssaika ja kanava ovat vaihtuneet koko ajan. Parhaimmillaan Kulttuuriuutiset tuli ulos kolmelta eri kanavalta, seitsemästä puoleen yöhön.

Varmaan tosiasiassa meidän katsojat on ehkä just näitä tällaisia vanhempia naisia jotka muutenkin käyvät kulttuuririennoissa, ja ehkä alan ihmiset seuraa aika paljon. (...) On ehkä yritetty pitää se silleen mahdollisimman auki, että kenelle sitä nyt tehdään, että on yritetty pitää kulttuurin rintama mahdollisimman laajana eikä sitten oo ajateltu, että ehkä nyt kuusikymppistä rouvaa ei tämä marginaalitanssi nyt kiinnosta. (Miia Gustafsson)

Ylen tutkimusosaston mukaan juuri yli 60-vuotiaat naiset, mutta suhteellisesti enemmän myös yli 60-vuotiaat miehet, katsovat eniten Kulttuuriuutisia, etenkin uutisuudistuksen jälkeen. Keväällä 2007, kun lähetys oli vielä myöhäisillassa, oli määrällisesti suurin katsojaryhmä yli 60-vuotiaat naiset (noin 22 000 katsojaa, 4 prosenttia ikäryhmästä), kun saman ikäryhmän miehistä puolet vähemmän jaksoi valvoa kulttuurin takia. Sen sijaan nuoremmasta 45–59-vuotiaiden ikäryhmästä mieskatsojia oli noin 17 000 (noin 4 prosenttia ikäryhmästä), kun naiskatsojia oli ikäryhmässä lähes puolet vähemmän. Kun lähetystä aikaistettiin, mieskatsojien osuus kasvoi: 30–44-vuotiaissa ja 45–59-vuotiaissa miesten osuus oli myös määrällisesti naisia suurempi, ja suurimmassa ryhmässä, eli yli 60-vuotiaissa, miehiä oli määrällisesti vain hieman vähemmän kuin naisia. Katsojista suurin osa oli siis ennen ja jälkeen uudistuksen eläkeläisiä. Muuten katsojat jakaantuvat eriasteisiin toimihenkilöihin ja työväestöön tasaisesti. Opiskelijoita lähetys ei näytä kiinnostavan, kun taas maanviljelijäkatsojia oli suhteellisesti paljon. Pikkukaupungeissa ja taajamissa asuvat ovat enemmistössä Kulttuuriuutisten katsojissa. Helsingissä ja maaseudulla asuvia katsojia oli keväällä 2009 näiden jälkeen eniten. (Ks. liite 2.) Yleisöpohja on siis todella laaja.

Uutiset ovat korkean statuksen omaava tv-genre. Kaupallisetkin televisioyhtiöt todistelevat sosiaalista vastuullisuuttaan tv-uutislähetyksillään. Fiske korostaa erityisesti tv-uutisten yhteisyysvaikutusta. Koska lähetyksiä on kallis tehdä, niiden täytyy tuottaa oikean kokoisia ja

oikean koostumuksen omaavia yleisöjä tavoittaakseen mainostajat. Uutisten täytyy olla populaareja. Vaikka Yleisradion ei tarvitse taistella mainoseuroista, on senkin nykyisin oikeutettava olemassaoloaan oikeanlaisten yleisöjen saavuttamisella. Fisksen mukaan kaikki tv-kanavat käyttävät alkuillan uutislähetystä veturina prime time -ohjelmistolle. Tämä uutislähetys on suunniteltu saamaan miehet tv:n ääreen. Oletetaan, että mies on juuri saapunut töistä kotiin, jossa vaimo ja lapset jo katselevat televisiosta kevyempää ohjelmaa. Koko maan kattava uutislähetys on usein hyvin maskuliininen, tosin se päättyy usein pehmeämpään osuuteen, jonka tarkoitus on saada myös naiset takaisin yleisöön. Tällainen kevyempi ohjelmaosuus voi Fisksen mukaan olla esimerkiksi uutismakasiiniohjelma tai paikallisempi uutislähetys. (Fiske 1987, 281.)

Ajat ovat muuttuneet 1980-luvun lopusta, eikä töistä palaava mies ehkä löydä kotirouvaa ja lapsia tv:n äärestä. Ylen kuuden uutispaketti kuitenkin toteuttaa yhä tätä hyvin perinteistä mallia, etenkin, jos Kulttuuriuutisten ajattelee olevan suunnattu naisille. Toisaalta kaikkiruokaisessa paketissa on jokaiselle jotakin, yleisuutisten jälkeen taloutta, kulttuuria ja vieläpä viittomakieliset uutiset. Tämän perusteella kuuden uutisten kulttuurijournalismia olisi varmaankin tehtävä universaaliyleisölle, kenelle tahansa, kuka lähetystä sattuu katsomaan.

4 Kulttuuri ja journalismi

Kulttuurijournalismi ei ole ollut suorastaan tutkijoiden suosikkiaihe, ei Suomessa eikä maailmalla. Ennen kuin pääsemme analysoimaan ja pohtimaan Kulttuuriuutisten kuvitteellisia yleisöjä, on syytä tehdä katsaus siihen, mitä kulttuurijournalismi pitää sisällään ja mihin se sijoittuu muun journalismin ja uutisten kentässä.

Kulttuurijournalismiin liittyy aina – implisiittisenä tai eksplisiittisenä – määritelmiä siitä, mitä kulttuuri, taide ja 'hyvä taide' abstrakteina ideoina tai konkreettisina ilmiöinä ovat. Määritelmien olemassaolo ei edellytä, että yksittäinen toimittaja olisi päivittäisiä aihevalintoja tai kirjoitustyötä tehdessään niistä tietoinen. Tiedostamaton kulttuurikäsitys saattaa ohjata arvostuksia tehokkaamminkin kuin tiedostetut normit. (Hurri 1993, 30.) Jaakkolan (2005, 31) mukaan kulttuuri on olemassa maailmassa ikään kuin raaka-aineena. Kulttuurijournalismille alisteisia ovat kulttuurinlajien paradigmat, kuten kuvataide, elokuva, kirjallisuus, musiikki tai arkkitehtuuri. Näistä journalismi tuottaa syntagmojen avulla oman paradigmansa, kulttuuriosastoparadigman. Päivittäiset valinnat hahmottavat pitkällä aikavälillä kulttuuritoimituksen käsityksen kulttuurista. Tämä toimituksessa syntynyt käsitys vaikuttaa edelleen siihen, mitä yksittäisenä uutispäivänä kulttuuriksi

ikuistetaan. Kulttuurijournalismin luoma kuva kulttuurista ja sen taustalla oleva kulttuurikäsitys vaikuttavat osaltaan myös kulttuurin toimijoihin, jotka ovat osa journalismin yleisöä. Tämä kulttuuriosastoparadigma kertoo yleisölleen, mitä sen on pidettävä (hyvänä) kulttuurina, ja niinpä se, minkä journalismi jättää paradigmansa ulkopuolelle, on samalla kannanotto. (Jaakkola 2005, 31.) Kulttuurijournalismi määrittää siis väistämättä hyvää ja oikeaa kulttuuria, ja kulttuurijournalismin kuluttaja – on tästä tietoinen tai ei – voi määrittää itseään ja omaa makuaan suhteessa siihen.

Pierre Bourdieun teorian mukaan länsimaisen yhteiskunnan ylimmät luokat kykenevät esittämään oman makunsa alempien luokkien makua paremmaksi, legitiimiksi mauksi. Kulttuurimaun avulla ylemmät luokat myös erottautuvat alemmista. Alasuutari (1997, lainasi Alasuutari 2009, 82–83) on soveltanut Bourdieun teoriaa myös Suomeen. Lomaketutkimuksessa 1990-luvulla hän osoitti suomalaisten maun ja asenteiden riippuvan yhteiskuntaluokasta niin, että voidaan Bourdieun tapaan puhua kulttuuripääomasta, jolla oli selvä yhteys yksilön koulutustasoon. Parhaiksi kulttuuripääoman indikaattoreiksi osoittautuivat suhtautuminen klassiseen musiikkiin, itsensä kehittämiseen ja taiteeseen, kuten Bourdieu ennusti.

Hurri (1993, 47) kutsuu kulttuurijournalismin hallitsevaksi paradigmaksi niitä kulttuuriosastojen ohjeita ja sääntöjä, jotka määräävät sen, mistä kulttuuriosastoilla saadaan kirjoittaa sekä miten ja ketkä keskusteluihin saavat osallistua. Perinteisesti sanomalehden kulttuuriosastot ovat kohdistaneet seuranta-alueensa suurimmaksi osaksi taidekulttuuriin erotuksena populaari- ja perinnekulttuurista (mt., 29). Populaari- ja perinnekulttuurin yhteenlaskettu osuus jäi Hurrin tutkimuksessa ennen 1980-lukua alle 10 prosenttiin, ja nousi vasta vuonna 1985 noin viidennekseen. Tutkimuksen ajanjaksona kulttuuriosastojen taide oli siis leimallisesti ”sivistyseliitin taidetta”: pääkaupunkikeskeistä, yleisötilaisuuksien valikoitunutta ammattilaistaidetta. (Hurri 1993, 30.) Se, mistä kirjoitetaan, liittyy luonnollisesti siihen, kenelle kirjoitetaan, tässä tapauksessa siis pääkaupunkiseudun eliitille.

Liikkuvan kuvan aikana etenkin elokuva tuntuu saaneen kulttuurijournalismissa taiteen aseman. Nyt rajaa vedetäänkin taide-elokuvien ja viihde-elokuvien välille. Myös populaarimusiikista kirjoitetaan enemmän, mutta toisaalta varsinkin sanomalehdet ovat perustaneet uusia liitteitä ja teemasivuja, joille populaarikulttuuri voidaan sijoittaa erilleen korkeakulttuurista. Suomalaisen rock-musiikin maailmanvalloituksen alkamisen jälkeen populaarikulttuuriin on yhä useammin liittynyt myös

taloudellista arvotusta. Levymyynti, palkat ja palkkiot, elokuvien katsojamäärät ja niin edelleen tekevät näitä kulttuurin osa-alueita merkityksellisiksi myös uutisgenressä.

Populaarimusiikkia tutkinut Tarja Rautiainen sanoo, että kun kulttuuripolitiikkaa on vanhastaan leimannut ajatus siitä, että kulttuuri on ihmisen sivistyksen ja korkeampien arvojen välittäjä, nyt kulttuuria ollaan entistä selkeämmin liittämässä talouden sfääriin. Esimerkiksi Euroopan unioni näkee taloudellisen kasvun paikantuvan keskeisesti kulttuurin alueelle. Kulttuuri voi, saa ja sen jopa pitää olla tuote, tavara. Toisaalta populaarimusiikki on aina nähty – ainakin siihen penseästi suhtautuvien taholta – ensi sijassa tuotteena negatiivisessa mielessä. Tuotteen käsite on kuitenkin usein pitänyt sisällään enemmänkin esteettisiä arvovaroja kuin analyttistä pohdintaa.

(Rautiainen-Keskustalo 2004, 24.) Suomalaisen populaarimusiikin hyväksyminen vientituotteeksi on nostanut sen statusta ainakin joissain hierarkioissa. Kun taiteesta tulee tuote, tarkoittaa se yleensä myös tulosta ja hyvää myyntiä. Nouseeko kaupallisen rockin status makuhierarkiassa samaa tahtia kuin uutishierarkiassa, onkin aivan toinen juttu. Todennäköisesti käy päinvastoin, ja kulttuurin kuluttaja haluaa erottautua kaupallisista musiikilajeista entistä enemmän. Ehkä taloudellisin perustein tehty kulttuuriutuinen ei kuuluisi hyvää taidetta määrittävälle kulttuuriosastolle ollenkaan, vaan jonnekin aivan muualle, televisiossa Kulttuuriuutisten sijaan ehkä pääuutislähetysten puolelle.

Vaikka piirteitä perinteisestä makuhierarkiasta on keskusteluissa edelleen nähtävissä – kiistaa syntyy esimerkiksi siitä, että oopperaa rahoitetaan runsaammin kuin muita kulttuurin alueita – yhteiskuntaan syntyneet uudet luokat ja ryhmittymät, kuten median ja kansainvälisyyden ympäröiminä kasvaneet ”uudet keskiluokat”, ovat muovanneet uudelleen kulttuuriseen pääomaan liitettyjä merkityksiä. Kuten Peterson (1996) toteaa, nämä uudet luokat määrittävät myös makuhierarkioita uudelleen. Myös Suomessa yhteys korkeakulttuurisen maun ja koulutustason sekä korkean yhteiskunnallisen aseman välillä on hälventynyt. Erityisesti korkeasti koulutetut harrastavat kyllä yhä perinteistä korkeakulttuuria, mutta yhtäältä korkeimmin koulutetuilla ja toisaalta nuorimmilla ikäluokilla ei ole enää samanlaista tarvetta korostaa suuntautumistaan korkeakulttuuriin. (Alasuutari 2009, 83.) Rautiainen mainitsee esimerkkinä muun muassa sen, että osa rock-kulttuurista on siirtynyt korkeakulttuurin puolelle. Esimerkiksi A.W. Yrjänän ja Juice Leskisen tuotantoa on nostettu näkyvästi korkeakirjallisuuden kategoriaan. Makukentät ovat pirstoutuneet ja moninaistuneet, ja vastakkainasettelu eri taiteenlajien välillä on tasoittunut. Tärkeämpää kuin se, mitä kulutetaan, on myös se, kuinka kulutetaan. (Rautiainen-Keskustalo 2004, 26–27; ks. myös Peterson & Kern 1996.) Tuotteiden lisäksi kulutettavaksi ovat nousseet tunteet ja

kokemukset. Rautiaisen mukaan voidaan sanoa, että affektien kulutuksesta on tullut populaarissa kokemuksessa keskeinen piirre. (Rautiainen-Keskustalo 2004, 28.)

4.1 Sisäpiirin kritiikeistä talouden tuotteisiin

Sanomalehdet ovat julkaisseet kulttuuriin liittyvää aineistoa lähes yhtä kauan kuin lehdistöä on ollut olemassa. Suomessa lehdistö kehittyi laajemmassa mielessä vasta 1800-luvun loppupuolella. Kulttuurijournalismin alkuaikoina erillisiä taide- tai kulttuuriosastoja ei ollut, vaan kirjoitukset sijoitettiin lähinnä siihen paikkaan lehdessä, mihin ne kulloinkin sattuivat sopimaan. Myöskään toimituksellista eriytymistä kulttuuritoimituksiin, sen enempää kuin muihin toimituksiin, ei vielä ollut tapahtunut. (Hurri 1993, 13–14.)

Nykyisen kulttuurijournalismin juuret ovat kritiikeissä. Esteettinen asiantuntijakritiikki, jossa kriitikko on sitoutunut edustamansa taiteenalan kenttään ja sillä kulloinkin vallitseviin normeihin, on kritiikin tyypeistä vanhin. Esimerkiksi musiikkijournalismin kohdalla se oli Suomessa lähes ainoa vallitseva muoto 1950-luvun lopulle saakka. Musiikkikriitikot olivat säveltäjiä, samoin kuin useimmat 1900-luvun alkupuolen vaikutusvaltaisista kirjallisuuskritikoista olivat itse kirjailijoita. Asiantuntija-arvostelun ongelma oli jääviyskysymys; kollegoita ei uskallettu haukkua. Arvostelujen tiettyä sisäpiirilunonnetta lisäsi nimimerkkien tai kokonaan nimettömien kirjoitusten käyttö. Vasta 1950-luvulla perinteinen taiteilija-arvostelu lopulta kyseenalaistettiin myös muilla taiteenaloilla kuin kirjallisuudessa ja musiikissa. (Hurri 1993, 51–52.)

1960-luvulle tultaessa perinteisestä asiantuntija-arvostelusta luovuttiin osittain, kun toimitustyön organisaatio eriytyi. Kulttuuritoimitusten syntymisen myötä lehdet perustivat myös vakituksia kulttuuritoimittajan vakansseja, joihin kiinnitettiin pääsääntöisesti journalisteja, ei taiteilijoita. Uuden journalistisen kritiikin tunnuspiirteeksi tuli uudenlaisen ryhmäidentiteetin muodostuminen kulttuurijournalistien kesken ja vahvempi sidos omaan lehteen. Jutut kirjoitettiin omalla nimellä. (Mt., 53.)

Kulttuuriosastojen tehtävä on 1940- ja 1950-luvuilta lähtien ollut taiteen esitleminen ja siihen oleellisesti liittyvä normittava arvottaminen kritiikin ja arvostelujen muodossa. Vastakohtana taidekeskeiselle ja arvostelijakeskeiselle toiminnalle on ainakin 1960-luvun kulttuuritoimittajien tavoitteissa korostunut yhteiskunnallinen näkökulma ja pyrkimys laajentaa kulttuuriosastojen reviiriä ohi perinteisten taiteenalojen. 1950-luvulta lähtien myös lehdistön keskinäinen kilpailu ja

tiedonvälityksen nopeutuminen ovat luoneet paineita kulttuurijournalismille. Uutisjournalismiin perustuva tyyli vaatii sensaatioita ja suuren yleisön muistamista. Journalistiset ja kaupalliset päämäärät epäilemättä heijastuivat myös kulttuuriosastoihin esimerkiksi lisääntyneinä selkeyden ja nopeuden vaatimuksina. (Mt., 53–54.) Nykyisin kulttuurijournalismikin on mitä suurimmassa määrin journalismia, vaikka sen tehtäviin kuuluu myös siitä poikkeavia toiminnan muotoja.

Yleisradion televisiouutisiin perustettiin ensimmäinen pysyvä kulttuuritoimittajan vakanssi vuonna 1983 ja toinen vuonna 1989 (Honkavaara 2001, 16). Yle TV2:n ajankohtaisohjelmat ovat historiallisesti olleet pääasiassa kotimaan aiheisiin keskittyneitä yleismakasiineja, poikkeuksena Rahasta kiinni -talousohjelma. Urheilu ja kulttuuri ovat lisäksi alueita, joilta on tuotettu säännöllisiä makasiiniohjelmia. Dokumenttitoimitus ryhtyi tuottamaan kulttuurin ajankohtaismakasiineja ohjelmakaudella 1970–1971. (Hujanen 1993, 18.) Kulttuuri on ajankohtaisohjelmissa perinteisesti tärkeä osa-alue, johon käytetään helposti jopa neljäsosa lähetyksestä. Kulttuuri onkin enemmän ajankohtaisohjelmien kuin uutisten aihe.

Myös esimerkiksi TV2:n Ajankohtaisessa kakkosessa on sen historian ensimmäiset vuosikymmenet esitetty kirja-, taide-, musiikki- ja elokuva-arvosteluja. Osa näistä on ollut kulttuuri- ja taidekriiikin perinnettä edustavia, osa pelkkiä esittelyjä tai referaatteja. 1970-luvun lopulla arvosteluja oli jopa 12 prosenttia kaikista jutuista. Nytemmin arvostelu juttumuotona on lähestulkoon tyystin lopetettu. Ajankohtainen kakkonen on myös käyttänyt musiikki- ja taide-esityksiä eräänlaisena kokonaisdramaturgiaan liittyvänä rakenne-elementtinä, ikään kuin taittopalana. (Hujanen 1993, 38.)

Vuosina 1969–1991 ja erityisesti 1970-luvulla kulttuuri- ja vapaa-ajanaiheiden osuus Ajankohtaisen kakkosen lähetyksistä oli aihealueista suurin, 17 prosenttia. Eri vuosina kulttuurin osuus on vaihdellut 29 prosentista 8 prosenttiin. Kulttuuri ja vapaa-aika -osio pitää sisällään myös esimerkiksi urheilun ja viestinnän. Perinteisistä korkeakulttuurin aiheista musiikki on keskeisin, sen jälkeen järjestyksessä tulevat teatteri, kirjallisuus ja kuvataide. Uudemmista taiteista ainoastaan elokuva on vakiintunut omaksi kategoriakseen. Ohjelman historian ajan kulttuuri on tarkoittanut ennen kaikkea korkeakulttuuria, mutta 1980-luvulla myös populaarikulttuurin ilmiöt ovat nousseet entistä enemmän esille. Kulttuuri- ja vapaa-ajanaiheiden hajonta lisääntyi 1980-luvulle tultaessa. Aiheiden kirjo kertoo irtautumisesta korkeakulttuurin perinteestä. 1980-luvulla asiantuntijoiden ja julkkisten korostunut merkitys Ajankohtaisen kakkosen toimijoissa kertoo puolestaan tv-kulttuurin henkilöitymisestä. (Mt., 69–77.)

Ylen digitaaliset tv-lähetykset aloitettiin 27.8.2001. Samalla ohjelmatoimintansa aloittivat myös Ylen uudet kanavat uutiskanava YLE24, kulttuurikanava Teema ja ruotsinkielinen FST5. Kokonaan digitaalisiin televisiolähetyksiin Suomessa siirryttiin 31.8.2007, josta lähtien esimerkiksi Yle Teema oli kaikkien tv-katsojien ulottuvilla.

Lehdissä kulttuuriosastojen osuus koko palstatilasta on 1950-luvulta lähtien vakiintunut melko pysyväksi. Merja Hurrin väitöskirjassa tutkituissa lehdissä kulttuuri sai säännöllisesti vajaat 5 prosenttia palstatilasta; pienemmissä lehdissä osuus oli suurempi kuin isoissa. (Hurri 1993, 14.) Samankaltaisiin tuloksiin television puolella pääsee tutkimuksessaan myös Salste, joka on tarkastellut YLE TV1:n, MTV3:n ja Nelosen pääuutislähetyksiä vuonna 1999. Hänen luokittelussaan kulttuurin osuus TV1:n ja Nelosen uutisista oli 7 prosenttia, MTV3:n uutisista 6 prosenttia. (Salste 2000, 72–74.)

Myös kulttuuriosastojen sisällöstä on tutkimuksissa saatu melko yhdenmukaisia tuloksia. Hurrin (1983, 64–65) mukaan pääkaupunkilehtien kulttuuriosastoja hallitsi neljä taidelajia: musiikki, teatteri, kirjallisuus ja kuvataide. Näitä dominoivia taidelajeja käsitteli yli kaksi kolmasosaa Hurrin tutkimien lehtien kirjoituksista vuosina 1945–1985. Hurri toteaa, että kulttuuriosastojen kulttuuri oli yhä vuonna 1993 ”taidekulttuuria, uutiskulttuuria, yleisötilaisuuksien kulttuuria, ammattilaiskulttuuria, pääkaupunkilaiskulttuuria, lyhytaikaisten tapahtumien kulttuuria ja harvojen saavutettavissa olevaa kulttuuria”. Kulttuuriosastojen silmiinpistävimpiä piirteitä olivat niiden staattisuus ja yhdenmukaisuus: painotukset muuttuivat vuosina 1945–1985 vähän, eivätkä eri lehtien painotukset juuri poikenneet toisistaan. (Hurri 1993, 17.)

Suomessa Helsingin Sanomat on jo toimituksen koon puolesta kulttuurijournalismin johtava foorumi. Siihen vertautuu kaikkien muiden kulttuuritoimitusten onnistuminen, sillä kuten Bourdieu sanoo, kulttuurijournalismissa esimerkiksi Figaro-lehden arvostelija ei kirjoita arviota niinkään yleisöään varten kuin suhteessa Nouvel Observateuriin ja päinvastoin. Hänen ei tarvitse viitata tarkoituksellisesti kollegaansa, vaan riittää, että hän noudattaa makuaan ja mieltymyksiään ja määrittelee samalla itsensä sitä vastaan, mitä vastapuolen arvostelija ajattelee tai sanoo. (Bourdieu 1987, 145.) Myös Kulttuuriuutisten toimituksessa kilpailuasema tunnustetaan. Kilpaillaan siitä, kuka ehtii ensin. Toimituksessa keskustellaan helposti tyyliin ”Hesarissa oli tänään, onneksi me ehdittiin ensin” tai ”miksei meillä ollut, kun Hesarilla oli jo eilen”. Kaikki eivät kuitenkaan lue Helsingin Sanomia, ja televisiossa kulttuurijournalismilla on erilainen funktio. Kulttuuriuutisissa ei voida tehdä kritiikkejä. Silti Helsingin Sanomia seurataan siellä tarkasti.

Jaakkola toteaa, että kritiikkigenren hyödyntäminen myös lehdissä on vähentynyt. Arvioita tehdään sen sijaan yhä useammin uutismaisten juttutyyppeiden sisällä. (Jaakkola 2006, 140.) Televisio on tähän omiaan, sillä siellä varsinaisten kritiikkien esittäminen on hankalaa. Kulttuuriuutisten toimittaja-toimitussihteeri Miia Gustafsson sanoo, että Kulttuuriuutisten tavoite on yleisöpohjan laajentaminen ja yleisön kulttuurikäsitteen muuttaminen niin, että ihmiset oppisivat katsomaan elämää uudella tavalla. Kulttuuriuutisten tehtävä on kertoa, mitä kulttuurielämässä ja laajemmin maailmassa tapahtuu. Lähetys on eräänlainen keräyspiste, josta ihmiset voivat hakea tietoa. Jos kulttuuriasiat kiinnostavat, niin lähetysten avulla pitäisi tietää, mitä on ilmassa ja meneillään. Kulttuuria tulee joka paikasta paljon, mutta Kulttuuriuutisten tulisi olla napakka paketti ja alustaa keskustelua, jota muut voivat sitten jatkaa tai laajentaa.

Hurrin mukaan kulttuurijournalismiin sisältyvän normittavan arvottamisen kannalta tärkeää on myös kysymys kulttuurin muodosta. Perinteinen lähestymistapa on ollut jako kolmeen pääkategoriaan: taide-, populaari- ja perinnekulttuuriin. (Hurri 1993, 29.) Nykyisin myös populaarikulttuurista on tullut osa kulttuurijournalismin uutisoimaa aluetta. Keijo Virtanen kirjoittaa vuonna 1984 massakulttuurin noususta, kulttuurin käyttäjäkunnan laajenemisesta ja siitä seuraavasta eliitti-/populaarikulttuuridikotomiasta. Esimerkiksi Yhdysvalloissa ja Ranskassa populaarikulttuuri on otettu alusta asti todesta myös tutkimuksen kohteena. Teollisen vallankumouksen luoma yhteiskunnan taloudellinen ja sosiaalinen muutos, luokkatietoisuuden syntyminen ja nuoruuden muotoutuminen uudeksi tekijäksi vaikuttivat kaikki eliitti- ja populaarikulttuurin suhteeseen. Vielä 1700-luvulla taidetta tehtiin suppealle, yhtenäisen maan omaavalle yleisölle, kun taas 1800-luvun teollistumisen ja kaupungistumisen myötä yleisö laajeni ja alkoi vaatia viihdykettä itselleen. Tälle yleisölle suunnattu kulttuuri herätti huolta välittömästi. Esimerkiksi populaarikirjallisuutta ei pidetty taiteena, koska sen tarkoitus oli vain tyydyttää käyttäjänsä rentoutumistarvetta. Kulttuurin varsinaisen teollistuminen näkyi 1800-luvun lopulta alkaen suurelle yleisölle tarjotussa kulttuurissa, joka perustui kulttuurituotteiden standardoimiseen ja toistettavuuteen. (Virtanen 1984, 269–271.)

1970-luvulta lähtien populaarikulttuurin ja siihen liittyvän massakulttuurin tutkimus on laajentunut ja syventynyt. Populaarikulttuuritutkimuksen näkeminen sosiaalis-kulttuurisena prosessina on vähentänyt aiempia hyvä/huono-määrittelyjä eri kulttuurimuotojen välillä tutkimuksen piirissä. (Virtanen 1984, 275.) Silti ne elivät Virtasen mukaan 1980-luvulla sitkeästi tieteellisessäkin keskustelussa ja usein siinä mielessä vaarallisesti, että koska massakulttuurin katsottiin olevan

laadultaan huonoa, sitä ei ollut syytä tutkia. Reimer puolestaan kirjoittaa, että nykyisin vanha jako kyseenalaistetaan, kun kokonaiset sukupolvet ovat kasvaneet sekä pop- että korkeakulttuurin kanssa. Näiden sukupolvien ei tarvitse enää uhrata toista kulttuurin muotoa kuluttaakseen toista, ja tilanne näkyy myös mediassa. (Reimer 1994, 22.) Vaikka populaarikulttuurin tutkimus on lisääntynyt ja saippuaopperat ja tosi-tv kelpaavat luentosarjojen aiheiksi, jako hyvään ja huonoon kulttuuriin saattaa yhä heijastella tutkijoiden asenteissa. Samalla tavalla se näkyy myös tekijöiden ja katsojien oletuksissa siitä, mikä on arvostettua ja hyvää, mikä taas ei.

4.2 Kulttuuri muuttuu uutiseksi

Kun esimerkiksi Fiske (1987, 286) jakaa uutisia osastoihin Hartleyn pohjalta, ei kumpikaan määrittele kulttuuriuutisia omaksi osiokseen. Tuolloin kulttuuri ei ollut vielä uutinen! Uutisten kategorisoiminen ja jakaminen eri osastoihin ei ainoastaan yhdistä, vaan myös erottaa uutisia. On eri asia sijoittaa irtisanomisuutinen talousosastolle, kuin vaikkapa politiikan tai paikallisosastolle. (Mt., 287.) Myös Kulttuuriuutisissa voidaan miettiä, miten niiden merkitys muuttuisi, jos esimerkiksi Kansallisoopperan talousvaikeuksista kerrottaisiinkin Kulttuuriuutisten sijaan Talousuutisissa.

Suomessa tv-uutiset on perinteisesti katsottu kokonaan alusta loppuun. Television katselua pidetään helposti passivoivana, mutta uutisten seuraaminen legitimoii katselua. Televisio on keskeisessä osassa nykykansalaisuuden rakentumisessa. Murdockin mukaan television luoma jaettu kulttuuri pohjautuu nykyisin yhä enemmän kuluttajan hahmolle ja kuluttamisen ideologialle. Tämä kehitys asettaa henkilökohtaisen kuluttamisen sosiaalisen ja poliittisen osallistumisen edelle ja puhuttelee katsojia ostajina ennemmin kuin moraalisten yhteisöjen jäseninä. Kuluttamisen kulttuuri pitää sosiaalisia eroja samanarvoisina kuin tyylin vaihteluita. (Murdock 1999, 8–10.) Uutisissa kuluttamisen kulttuuri ei näy yhtä vahvana, mutta talousdiskurssin ja kulttuurituotteista puhumisen valuminen kulttuurijournalismiin on osa samaa kehitystä.

Television ohjelmamuodot ovat historiallisia sekoituksia, joissa yhdistyy vaikutteita monista eri mediamuodoista. Lehdistö on vaikuttanut erityisesti television uutismuotoon. Raymond Williamsin mukaan lehdistä ovat peräisin osastojako, uutisotsikoiden käyttö, uutiskärki, henkilöityminen ja visualisointi. Televisio, radio ja lehdet ovat käyneet myös konkreettista valtataistelua uutisista. (Hujanen 2007, 117–118.)

Kuten Hurri (1993) toteaa, kulttuurijournalismin sisältö on lähtökohtaisesti erontekoa korkean ja matalan kulttuurin välillä. Kulttuurijournalismin historia on paljolti kritiikissä, keskustelussa ja arvioissa, joissa tulkinnat ovat tosiasioita keskeisempi osa. Näin kulttuuri näyttää erottautuvan kovista uutisista. Ilkka Rentolan (1983, 15) mukaan uutiselle voidaan konstruoida kaksi päämääräsääntöä: 1. on olemassa täsmällisiä tosiasialauseita ja arvostuksia, ja ne on erotettava toisistaan, ja 2. uutisen on oltava kiinnostava. Rentola jakaa uutiset koviin ja pehmeisiin uutisiin. Risto Kunelius (1993, 34–37) määrittelee kovan uutisen ja pehmeän uutisen eron niin, että kovat uutiset ovat tärkeitä ja yleisesti merkittäviä, muut uutiset taas kiinnostavia ja merkitykseltään erityisiä tai yksityisiä. Kovien uutisten tekstin on tehtävä ero tulkintojen ja tosiasioiden välillä sekä eroteltava toisistaan varmat tiedot ja epävarmat tiedot. Jaakkola (2005, 77) puolestaan muistuttaa, että kulttuuritoimituksessa ollaan hanakoita mieltämään uutinen laveasti, mieluummin päivän mielenkiintoiseksi puheenaiheeksi kuin rutinoiduksi ja standardoiduksi faktavälitykseksi. Jaakkola ehdottaakin, että kulttuuriosaston kannalta järkevämpää olisi puhua uutisen sijaan uutisoinnista, mikä kattaa kaikki genret ja nojautuu enemmän uutisarvoisuuden käsitteeseen kuin pelkkään uutisen lajityyppiin (mt., 85).

Rentolan mukaan pehmeä uutistyyppi laajentaa uutistapahtumien kirjoa, ja pehmouutinen voidaan tehdä lähes mistä aiheesta tahansa. On kuitenkin olemassa tapahtumatyyppejä, joista kirjoitetaan vain pehmeitä uutisia, ja tapahtumatyyppejä, joista kirjoitetaan vain kovia. Kovan ja pehmeän uutistyyppien erossa on usein kyse vakavaksi ja ei-vakavaksi mielletyn välisestä erosta. (Rentola 1983, 30–31.) Kulttuuri on perinteisesti pehmeäksi mielletty uutisaihe. Toisaalta talousaspektin ja määrien vallan tuominen mukaan kulttuurijournalismin muokkaa sitä enemmän kovien uutisten suuntaan. Jos katsojalle tarjotaan KulttuuriUUTISIA Yleisradion asiapitoiseksi kanavaksi mielletyllä TV1:llä, odottaa katsoja ehkä saavansa eteensä muutakin kuin tapahtumakuvauksia ja tulkintoja. Ridellin (1994, 132) mukaanhan sisäislukijasta voi puhua tiedotusvälinekohtaisena ilmiönä, jolloin uutiseen kohdistuvat odotukset vaihtelevat kanavasta riippuen.

Jaakkolan mielestä yleisjournalismin lähtökohtainen vastaanottaja on kuka tahansa kansalainen, jolle uutisesta on apua ja hyötyä, kun taas kulttuurijournalismi on suunnattu valistuneelle, kulttuurista kiinnostuneelle kokijalle. Yleisjournalismissa on olemassa yleinen etu, jonka piiriin ”kunnon kansalainen” kuuluu. Kulttuurijournalismissa lähtökohta on ainoastaan yleinen kiinnostavuus, joka pyrkii herättämään ”kunnon kulttuurinkokijassa” ajattelemisen aihetta ja

virikkeitä. Kulttuurijournalismi antaa huomioarvoa esiin nostamilleen tapahtumille ja ilmiöille. (Jaakkola 2005, 79.)

4.2.1 Kulttuurin uutiskriteerit

Pehmeiden uutisten kriteerejä tutkineen Leena Honkavaaran (2001, 10) mukaan vain pieni osa televisiuutisten kulttuuria koskevista jutuista on lähellä perinteistä uutismuotoa, eli kärjellään seisovan kolmion mallia, jossa edetään tärkeimmästä asiasta vähemmän tärkeään ja vastataan järjestelmällisesti kysymyksiin mitä, missä, milloin, miksi ja miten. Kulttuuriuutisen uutisellisuutta verottaa muun muassa se, että uutisoitavat tapahtumat ovat varta vasten järjestettyjä ja siksi ennakoitavia. Itse tapahtuminen ei ole useimmiten uutisarvoinen asia, vaan uutisen arvoista on tapahtuman sisältö. (Jaakkola 2005, 77.) Honkavaara onkin kehittänyt Jo Bech-Karlsenin (1991) erotteluja soveltaen kulttuuria käsitteleville tv-uutisille omia uutiskriteerejä. Hän haastatteli myös Ylen kulttuuritoimittajia, ja heidän mukaansa kulttuuriuutisten epäviralliseksi uutiskriteeriksi nousi jo 1980-luvulla kiinnostavuus. Muita uusia kriteereitä olivat tunnettuus- ja julkkisarvon kasvu sekä aiheiden visuaalisuus ja toiminnallisuus. Myös kulttuuriuutisen esteettisyys ja tunteisiin vetoavuus nousi esiin haastatteluissa. (Honkavaara 2001, 20–21, 28–29.)

Jo Bech-Karlsen jakaa kulttuuriuutiset kolmeen luokkaan: 1) uutiset kulttuurisektorilta, siis kovat uutiset, joissa käsitellään määriä, rahoja, organisaatioita ja instituutioita, 2) taidetta ja kulttuuria koskevat uutiset, siis luomistyötä koskettavat uutiset, kuten palkinnot, yhteistyöt jne. ja 3) kulttuurikeskustelua koskevat uutiset, eli uudet ajatukset, ideat ja visiot (Bech-Karlsen 1991, 106–107). Bech-Karlsenin mielestä kulttuurin kovilla uutisilla on matala status uutisten joukossa, koska niiden sisältö liittyy usein moneen alaan, kulttuurin lisäksi esimerkiksi talouteen ja politiikkaan. Honkavaara on eri mieltä, ja samoin minä. Kulttuuriosastot nousevat korkeammalle lehtien ja tv-uutisten osastokriteereissä, kun ne sisältävät kovia uutisia. Niistä tulee yleisesti merkittäviä, tai ainakin siltä vaikuttavia.

Bech-Karlsenin määrittelemistä uutiskriteereistä kulttuuriuutiselle erityisen tärkeä on laatu. Onko teos, jota uutinen käsittelee, laadukas, missä määrin se koskettaa elämässä tärkeitä teemoja, miten nuo teemat liikuttavat, missä määrin tämä teos tai tuote luo uutta? Laatuksiteeri poikkeaa perinteisistä uutiskriteereistä vahvasti, samoin kuin uutiusarvon sijaan kulttuuriuutisissa toimiva ajankohtaisuus. Muut Bech-Karlsenin kriteerit, kuten tärkeys, samastuttavuus ja epätavallisuus ovat lähempänä perinteisiä kriteerejä. (Mt., 110–112.)

Galtung ja Ruge (1965) tutkivat klassikkotutkimuksessaan, kuinka tapahtumasta tulee uutinen. Heidän määrittämänsä uutiskriteerit, jotka vaikuttavat tapahtuman uutisarvoon, ovat toistuvuus, voimakkuus, yksiselitteisyys, kulttuurinen merkittävyys, odotettavuus, yllätyksellisyys, jatkuvuus, päivän valikoima, kohteen kuuluminen eliittiin, henkilöitävyys ja negatiivisuus. (Galtung & Ruge 1965, 64–90.) Uutiskriteereiksi on määritelty myös (vrt. Hietala 1990, Kunelius 1997) esimerkiksi tuoreus, läheisyys, jatkuvuus, eliittikeskeisyys, henkilökeskeisyys, negatiivisuus, epätavallisuus ja päivän valikoima. Reaaliaikaisuutta, paikallaoloa ja suoruutta korostetaan etenkin tv-uutislähetyksissä. On meriitti tuoda asiat yleisön tietoisuuteen ensimmäisenä ja liveinä (MacGregor 1997, 95). MacGregor muistuttaa, että televisio on määritelmällisesti epävakaa, aikaan sidottu media, jonka sisällössä nopeasti tapahtuvat muutokset ovat usein samansuuntaisia muodon kanssa. Nykyisessä kilpailuhenkisessä, teknologisesti edistyneessä yhteiskunnassa televisiolle on suuri arvo olla askelen edellä muita. Siksi sen on jatkuvasti etsittävä jotain uutta ja erilaista. Ristiriitaista kyllä, MacGregor huomauttaa, monet television ammattilaiset ovat varsin konservatiivisia otuksia, joihin termi ”kokeellinen” ei sovi. (Mt., 2) Ajankohtaisuuden arvot näkyvät jo ulkoasussa: studioiden näytetään olevan täynnä tietokoneita, tekniikkaa, ihmisiä ja kiirettä, alkutunnuksissa nähdään kelloja, karttoja ja nopeutettua ajankulkua. Televisio yrittää olla jo hieman uutisten edellä.

Eriyisesti Kulttuuriuutisiin sopivia uutiskriteerejä ovat ainakin eliittikeskeisyys ja henkilökeskeisyys. Hietalan (1990, 20–30) mukaan uutisen painoarvo on suoraan suhteessa siinä esiintyvän henkilön tai henkilöiden sosiaaliseen tai poliittiseen statukseen. Tv-uutiset ovat myös hyvin henkilökeskeisiä, selvemmin kuin sanomalehtiutiset. Kertovan luonteensa mukaisesti televisio esittää helposti tapahtumat henkilöiden tekojen seuraamuksina pikemminkin kuin laajojen ja abstraktien sosiaalisten tai poliittisten tapahtumasarjojen aiheuttamina. Jaakkola (2005, 78) painottaa varsinkin korkeakulttuurin uutisoinnin eliittikeskeisyyttä: ”Kulttuurin uutisissa seurataan eturivin tekijöiden uusimpia käännteitä ja pyritään myös huomaamaan uudet eturiviin nousevat tekijät ajoissa.” Kulttuurijournalismissa puhuvilla ihmisillä on symbolista valtaa, oikeus sanoa kulttuurista jotain. Kuten esimerkiksi Hartley (2005) toteaa, on journalismi kaikissa muodoissaan siirtynyt ”yksityiselämän” ja ”ei-uutisten” raportoimiseen. Samalla se häivyttää rajaa kansalaisuuden ja kuluttajuuden välillä laajentamalla uutistarjontaa perinteisestä politiikka–talous–kulttuuri–julkiset asiat–paletista esimerkiksi tyyliin, muotiin, matkailuun, asumiseen, vapaa-aikaan ja kulutukseen. Ja kuuluisuus on vallannut kaikki journalismin muodot. (Hartley 2005, 17.) Julkkistuminen etenee populaarin viihdeteollisuuden alueelta kohti vakavampia alueita kuten liikelämää, politiikkaa, tiedettä ja taidetta – siis myös kulttuurijournalismia.

Perinteisiin uutiskriteereihin nojaten toki esimerkiksi toistuvat, odotettavat ja merkittävät kulttuuritapahtumat, kuten Savonlinnan oopperajuhlat, nousevat helposti uutisiin, ja kulttuuriaihe sopii usein myös keventämään päivän uutisvalikoimaa, luomaan tasapainoisen kokonaisuuden. Kulttuurinen merkittävyys Suomelle on usein helposti havaittavissa, kun uutisoidaan vaikkapa suomalaisen kapellimestarin tai bändin liikkeistä maailmalla. Sen sijaan yllätyksellisyydestä ja negatiivisuudesta kulttuuriuutiset harvoin nauttivat. Esimerkiksi Helsingin Sanomien kulttuuritoimituksessa konflikteista syntyvät kulttuuriuutiset pyritään suorastaan sivuuttamaan tai jopa vaientamaan. Näistä ”intriigeistä” saa vain huonoja uutisia; jonkun määrärahoja on vähennetty, tai henkilökunnan ja johtajan välillä on konflikti. (Jaakkola 2005, 90.) Huono uutinen on harvoin hyvä kulttuuriuutinen.

Bech-Karlsenin mielestä kulttuurijournalismi on menossa huonoon suuntaan: persoonallinen kulttuurijournalisti katoaa, haastattelut kulttuurintuntijoiden kanssa dominoivat alaa, kulttuurituotteet nousevat prosesseja tärkeämmiksi ja kulttuurikeskustelu kituu ja kuolee. Uutismaistuminen, jonka myötä lopputulos on tärkeämpi kuin prosessi, eliitti tärkeämpi kuin tavis ja selkeys parempi kuin hankala keskustelu ja argumentointi, tukee valitettavasti tätä synkkää ennustusta. Samanlaisia kuvia talousdiskurssin ja poliittisen korrektiuden aiheuttamasta kulttuurijournalismin hampaiden tylsymisestä on maalannut myös esimerkiksi Aamulehden päätoimittaja, entinen kulttuuritoimittaja Matti Apunen (AL 22.3.2009).

4.2.2 Tv-uutisten ominaispiirteitä

Tarkasti noudatettu muoto sekä hyvin tunnistettava sisältö ja käsittelytapa erottavat tv-uutiset omaksi lajityypikseen, vaikka tunnusmerkit ovat lähetysten ja kanavien lisääntyessä muuttuneet häilyvämmiksi. Välillä uutis- ja ajankohtaisohjelman välinen rajanveto voi olla vaikeaa. Etenkin teemauutislähetykset, kuten välillä pitkäksi venyvä Urheiluruutu, hämmentävät tätä rajaa.

Uutiset ja ajankohtaisohjelmat poikkeavat muusta tv-tarjonnasta siten, että niiltä edellytetään tavanomaista korkeampaa totuudellisuuden ja objektiivisuuden astetta. Näiden ohjelmien koko esitysstrategia palvelee tätä objektiivisuuden illuusiota. Myös yleisö suhtautuu etenkin uutisiin asenteella, jota Margaret Morse on luonnehtinut runoilija Coleridgen kaunokirjallisuuden vastaanottoa kuvaavalla termillä ”tietoinen pidättyminen epäuskosta” (a willing suspension of disbelief). (Hietala 1990, 24.) Tv-uutisiin halutaan luottaa ja uskoa. Toisaalta tv-uutiset ovat myös

muuttuneet katsojille läheisemmiksi ja henkilökohtaisemmiksi, mikä näkyy Juha Kytömäen (2009, 121) tutkimuksessa siten, että puhe niistä on muuttunut tuttavallisemmaksi. Kaikista ohjelmista arvovaltaiset uutiset mukaan lukien puhutaan enemmän ohjelman, juontajan tai toimittajan nimillä.

Useissa tutkimuksissa on todettu, ettei televisionkatselulle lähellekään aina omistauduta täydellisesti, vaan televisio toimii ikään kuin elävänä tauluna, jonka ääressä keskustellaan, syödään, luetaan lehtiä ja puuhastellaan kaikkea muuta. Ellisin (1984, 113–115) mukaan televisio on erityisesti kotikeskeinen ilmiö, joka tapaa suunnata ohjelmansa ennakkoon oletetulle yleisölle. Perinteisesti suuri osa ohjelmista onkin suunnattu ydinperheelle. Televisio on myös nykyisin niin vakiintunut osa koteja, että jokainen televisio-ohjelma voi periaatteessa luottaa saavansa aina jonkinlaisen yleisön (mt., 160).

Television uutislähetys rakentuu kumulatiivisesti pienistä kertomuksellisista segmenteistä eli uutisinserteistä. Ellisin mukaan jaksot pirstotaan palasiin, jotta yleisö jaksaisi seurata uutissarjan jaksot loppuun asti, tai television sirpaleisen luonteen mukaisesti voisi tulla mukaan lähetykseen kesken kaiken tai keskeyttää katselun välillä ja palata takaisin. Yksi segmentti voi yleensä olla enintään viiden minuutin mittainen. (Ellis 1984, 112–113, 148–149.)

Siitä, mikä on tv-uutisten tulkinnan määrääviin ominaisuus, on käyty tiukkaa debattia. Bruunin ym. mukaan televisio muovaa jo välineenä uutisvalintaa kuvalliseen suuntaan, sillä on helpompi ottaa lähetykseen helposti kuvitettava, vaikka uutisarvoltaan pienempi, kuin vaikea, mutta uutisarvoltaan merkittävämpi juttu. Televisiossa kuva voittaa äänen ja elävän kuvan käyttö on siis ensisijaista. Onkin tärkeää antaa kuvan kertoa ja jättää tekstiosuuteen taukoja, jotka rytmittävät tekstiä ja antavat mahdollisuuden sataprosenttisten kuvien käyttöön. Sataprosenttiseksi kutsutaan ääntä, joka tallennetaan yhdessä kuvan kanssa autenttisena äänenä. (Bruun ym. 1986, 211–213.) On myös tärkeää, että teksti seurailee kuvaa, koska ristiriitatilanteessa kuva voittaa. Väärä valinta voi aiheuttaa sen, että teksti jää kuulematta, värityy väärin tai ymmärretään väärin. (Mt., 223–224, 256.) Toisaalta äänen rooli on televisiossa äärimmäisen tärkeä, sillä televisiota usein enemmän vilkuillaan kuin tuijotetaan. Ääni ankkuroi televisiolähetysten kuvalliset merkitykset. Se kertoo yksityiskohdat, kun taas kuvakerronta voi olla hyvin pelkistettyä ja yksinkertaista. (Ellis 1984, 128–130, ks. myös Hartley 1992, 83.) Tv-uutiset ovat jo tekotavoiltaan hyvin tekstilähtöisiä, sillä useimmiten toimittaja rakentaa ensin äänipohjan, joka kuvitetaan. (Bruun ym. 1986, 258.) Puheen todistusaineistona voidaankin käyttää jopa kuvaa, joka ei suoraan liity varsinaiseen aiheena olevaan tapahtumaan, esimerkiksi lähes aiheessa kuin aiheessa silloin tällöin käytettävä kuva kadulla

kävelevistä ihmisistä. Vaikka äänen ja kuvan dominoimisesta on esitetty erilaisia näkökantoja, kannattaa muistaa, että ääni ja kuva muodostavat televisiossa toisistaan erottamattoman kokonaisuuden, jota tulisi tulkita yhdessä, tapauskohtaisesti.

5 Kulttuuriuutisten rakenne

Tässä osassa käyn ensin läpi Kulttuuriuutisten lähetyksen rakennetta lähetyksen ulkoasusta ja yleisestä koostumuksesta alkaen. Kiinnitän eniten huomiota toimituksen tekemiin aihevalintoihin ja valikoimiin ja pohdin, millaisia tulkintoja näistä seikoista voidaan tehdä. Aihevalintojen taustalla on arvoja, jotka taas määrittävät koko kulttuurijournalismin agendalle hyväksytyyn kulttuurin käsitettä.

Kulttuuriuutiset koostuvat yleensä yhdestä pitkästä uutisjutusta ja yhdestä tai kahdesta pidemmästä sähkeestä, jonka perässä on toimittajan hakema kommentti haastateltavalta (myöhemmin tekstissä sähkesatanen). Näiden lisäksi tai sähkesatasten sijaan lähetyksessä on vaihteleva määrä ankkurin lukemia lyhyitä, kommentittomia sähkeitä. Tutkimusviikolla Kulttuuriuutisten pitkä juttu oli aina se, joka pääsi myös pääuutisiin. Vain yhtenä päivänä pääuutislähetyksessä näytettiin kaksi kulttuuriaihetta, joista toinen oli sähke.

Aineistoni koostuu siis Kulttuuriuutisten lähetyksistä ja niistä pääuutislähetykseen valituista tai versioiduista uutisjutuista viiden päivän ajalta maanantaista perjantaihin 19.2.–23.2.2007.

Lähetyksen sisällöt ovat lyhyesti seuraavat:

Maanantain lähetys alkoi sähkesatasella (sähke plus sataprosenttinen haastattelukuva ja -ääni) Taideteollisen korkeakoulun, Helsingin Kauppakorkeakoulun ja Teknillisen korkeakoulun yhdistymismietinnöstä. Sähkeen lopussa kaksi Taideteollisen korkeakoulun opiskelijaa kommentoi asiaa. Sen jälkeen pitkä uutinen kertoi Jukka-Pekka Sarasteen työstä budjettileikkausten keskellä Oslon Filharmonikkojen kapellimestarina. Lopuksi kerrottiin sähkesatasessa Tampereella järjestettävästä Juice Leskisen muistokonsertista. Sähkeen lopussa Juicea muisteli muusikko Mika Sundqvist. Tästä lähetyksestä pääuutisissa näytettiin Saraste-juttu eri juonnolla.

Tiistai käynnistyi Kiasman johtaja Berndt Arellin ehdotuksella tehostaa pääkaupunkiseudun taidemuseoiden välistä koordinointia. Sähkesatasten lopussa kommentoimaan pääsi itse Arell. Seuraavassa sähkesatasessa kerrottiin, miten Tampereen teatterit tiivistävät yhteistyötään ja Tampere julistautuu teatteripääkaupungiksi. Lopuksi tuli pitkä uutisjuttu kaupallisen radiokentän

tilasta kanava uudistuksen jälkeen. Juttu esitettiin myös puoli yhdeksän uutisissa, vain juonto muuttui.

Keskiviikon ensimmäinen lyhyt sähke kertoi Raija-Liisa Seilon valinnasta Turun kaupunginteatterin uudeksi johtajaksi. Sen jälkeen lähetyksessä oli pitkä uutisjuttu Helsingin taidemuseon johtajavalinnan pitkittymisestä. Lopuksi ankkuri luki neljä lyhyttä sähkettä: EU-maiden kulttuuri-instituutioiden kumppanuushanke käynnistyi tänään Brysselissä, kirjallisuuslehti Parnasson juttu kirjailija Arto Salmisesta on ehdolla Bonnier-palkinnon saajaksi, tulipalossa vaurioituneen Porvoon tuomiokirkon korjaus etenee aikataulussa ja Sibeliuksen unohdetut nuoruudenteokset on painettu nuoteiksi. Pääuutisissa ei näytetty mitään näistä jutuista.

Torstai käynnistyi sähkesatasella siitä, että Kansallisoopperan johto pyytää Mikko Franckia lähtemään talosta ennen irtisanomisajan päättymistä. Franck kommentoi sähkeen lopuksi asiaa. Ruotsin valtiollisten museoiden uusista sisäänpääsymaksuista johtuvasta kävijäkadosta nähdään lyhyt sähke. Lähetyksen pitkässä uutisessa huomenna ensi-iltaan tuleva kotimainen Miehen työ-elokuva kritisoii protestanttista työetiikkaa. Lopuksi näytetään sähkesatasessa, kuinka lappilainen muotoilu- ja käsityötaito esittäytyvät Helsingissä ja kuinka Lapin liiton projektipäällikkö kommentoi muotoilun kansainvälistymistä. Tästä lähetyksestä sekä Mikko Franck -sähke ilman kommenttia että Miehen työ -juttu näytettiin myös pääuutisissa. Sähkeen koko teksti ja elokuvajutun juonto oli kirjoitettu uudestaan.

Perjantain lähetyksen aloitti sähkesatanen kulttuuriministeri Tanja Saarelan vaatimuksesta, että vasta Kansallisoopperan uusi johto päättää Mikko Franckin irtisanomisajan työvelvoitteesta, Saarelan puhelinkomentilla höystettynä. Toisena esitettiin pitkä juttu Turun kaupunginteatterin viikinkimusikaalista. Viimeiseksi kerrottiin sähkesatasessa, että kansainväliset lasten ja nuorten teatteripäivät ovat taas Oulussa. Lastenteatteria kommentoi Petroskoin kansallisen teatterin taiteellinen johtaja. Jutusta Thorin vasara -viikinkimusikaalista oli tehty puoli yhdeksän uutisiin kokonaan uusi versio, jossa vain osa kuvamateriaalista ja kommentteista oli samaa kuin Kulttuuriuutisissa.

Ylen puoli yhdeksän pääuutisissa kulttuuriuutinen tai -uutiset ovat yleensä lähetyksen loppupuoliskossa, usein jopa aivan viimeisenä, ikään kuin keventävänä juttuna ennen säätiedotusta. Tutkimusviikolla vain yhteen kulttuuriaiheeseen viitattiin jo lähetyksen alun uutisotsikoissa, ja samaan aiheeseen vielä uudelleen puolivälin väliotsikoissa. Uutisotsikoissa siis kerrotaan

lähetyksessä tulevasta uutisjutusta yhdellä virkkeellä, johon liittyy otsikkokuva ja mahdollinen kuvaan sijoitettu teksti. Lähetyksen alussa esitellään muutama lähetyksen tärkeimmistä tai kiinnostavimmista aiheista, ja lähetyksen puolesta välissä kerrotaan (”Tässä lähetyksessä kerromme vielä...”) alkuotsikoita nopeammin muutama aihe. Lähetyksen puolen välin väliotsikoihin kulttuuriaiheet pääsivät kolmena päivänä viidestä. Yhtenä päivänä tutkimusviikolla pääuutislähetyksessä ei ollut lainkaan kulttuuriaihetta. Kulttuuriuutinen ei siis mitenkään automaattisesti pääse kovien yleisuutisten joukkoon.

5.1 Lähetyksen narratiivit

Mitä Kulttuuriuutisten sisällöistä sitten voi päätellä? Lähetykokonaisuuden jutut muodostavat suhteessa toisiinsa erilaisia merkityksiä kuin yksin esitettyinä. Kun lähetyksiä tarkastelee kokonaisina narratiiveina, löytyy niistä myös lähetykskohtainen sanoma.

Maanantain lähetyksen narratiivi rakentaa kuvaa taiteilijoista, jotka eivät taivu talouden edessä. Helsingin korkeakoulujen yhdistymisen etenemisestä kerrotaan korostetun neutraalisti, kaikkia osapuolia kuullen. Opiskelijoilta kuullaan puolesta ja vastaan -kommentit. Loppulähetyks kuitenkin kertoo selvästi, mitä taiteilijoiden kuuluisi tehdä: ei kuunnella talouselämää. Jukka-Pekka Saraste ei taivu budjettileikkauksien edessä viihteellistämään ohjelmistoaan, että saisi katsomot täyteen, Juicea taas muistellaan todellisena taiteilijana, joka ei tehnyt kompromisseja. Narratiivin perusteella ensimmäisen jutunkin voi lukea niin, että vaikka elinkeinoelämän järjestöt kiiruhtavat kiittelemään yhdistymisaietta, eivät taiteilijat ja kulttuuriväki ole samaa mieltä.

Tiistain lähetyks kulkee eri kenttien yhteistyön ja kilpailun ympärillä. Ensin Berndt Arell ehdottaa Helsingin taidemuseoiden tiiviimpää yhteistyötä nykyisen huonon tilanteen sijaan, sitten kerrotaan Tampereen teatterien yhteistyöstä ja lopuksi kaupallisten radiokanavien kuunteliijaosuuskilpailusta. Tässä nousevat esiin vastakkainasettelut epäkaupallisuus–kaupallisuus ja yhteistyö–kilpailu. Oman roolinsa radiokanavien kilvassa Yleisradio rajaa lähes kokonaan pois, mutta painottaa kovasti radioiden ”kaupallisuutta” ja jämähtämistä paikoilleen. Yleisradion toimijuus radiokentällä tulee esiin kanavaosuusgraafiikassa, jossa Ylen kanavat ovat ykkössijalla 52 prosentin kuunteliijaosuudellaan. Tämä vaikuttaa ylemmydentuntoiselta, Yle nostetaan muiden radiokanavien yläpuolelle huomaamatta, pidetään Ylen paremmuutta luonnollisena ilmiönä. Samalla nostetaan myös Ylen tv-kanavan katsojan statusta.

Keskiviikon lähetys muodostuu tarinoista erilaisista prosesseista. Raija-Lisa Seilon valinta Turun kaupunginteatterin johtajaksi on yhden, hankalaksi kuvaillun prosessin päätös. Helsingin taidemuseon johtajavalinnassa on hankaluuksia ja prosessi pitkittyy. Lopun sähkeet käsittelevät yhden hankkeen käynnistymistä, kilpailun ehdokkaita, aikataulun etenemistä ja uutta julkaisua. Kaikki uutiset käsittelevät jonkinlaisia prosesseja, lähinnä niiden alku- tai päätepisteessä, mutta myös ”aikataulussa etenevää Porvoon tuomiokirkon jälleenrakennusta”. Yleensä uutisarvoista on lähinnä jonkin prosessin päättyminen, kuten kilpailun voittajien valinta tai teoksen tai remontin valmistuminen. Myös prosessin alku voi olla uutinen, kuten se selvästi on EU:n uuden kulttuuri-instituuttien yhteistyöhankkeen käynnistymistä käsittelevässä jutussa. Prosessin keskivaiheilla seuranta sopii usein ennemminkin ajankohtaisohjelmille, koska esimerkiksi prosessin eteneminen aikataulussa ei ole uutinen. Tässä Kulttuuriuutiset siis käyttäytyy jopa tavallisesta uutislähetyksestä poikkeavasti ajankohtaisohjelman tavoin.

Torstain pääaiheissa puhutaan työstä. Mikko Franck haluaa olla töissä irtisanomisaikansa loppuun asti ja Miehen työ -elokuvassa kritisoidaan protestanttista työetiikkaa. Mikko Franck ikään kuin toteuttaa jälkimmäisessä jutussa kritisoitua työn ihannoitua, mutta molemmat jutut puolustavat ihmisen oikeutta mielekkääseen työhön. Työtä on myös se, että lappilainen muotoilu tähtää kansainvälisille markkinoille. Se, että Franck haluaa jatkaa työskentelyään ja että lappilainen muotoilu tähtää kansainvälisille markkinoille ovat automaattisesti hyväksyttäviä ja kannatettavia asioita, joita ei mitenkään kritisoida juttujen sisällä. Työetiikkaa käsittelevä elokuvauutinen tuo lähetykseen toisen, kriittisen näkökulman ja voi herättää ristiriitaisia ajatuksia. Juttu siitä, että ruotsalaiset eivät halua maksaa museoiden sisäänpääsymaksuja poikkeaa tästä kehyksestä ja näyttäytyy irrallisena, lähetuksen pakollisena ulkomaanaiheena. Toisaalta sekin puuttuu yksilön käyttäytymiseen. Katsoja voi tulkita uutisen valtion kannalta, jolloin on paheksuttavaa, etteivät ruotsalaiset halua maksaa museoistaan. Ehkä todennäköisempi tulkinta on kuitenkin se, että kansalaiset ovat oikeassa ja kävisivät kyllä museoissa, jos se ei olisi kiinni rahasta. Kulttuuriuutisten diskurssissa taide menee rahan edelle ja valtion tulisi kustantaa taide-elämys kansalaisilleen. Kaiken kaikkiaan lähetys puolustaa mielekästä työtä, mitä se sitten ikinä onkaan.

Perjantaina käsitellään vaikeita kohtaamisia, jotka voivat aiheuttaa konfliktin. Heti alussa kulttuuriministeri Tanja Saarela vaatii, että vasta oopperan uusi johto päättää Mikko Franckin töistä, vaikkei kulttuuriministeriöllä ole oikeasti asiaan sananvaltaa. Seuraavaksi viikinkimusikaali kertoo uskontojen ja kulttuurien ”kipeästä kohtaamisesta” sekä viikinkien matkoista ja taisteluista.

Lastenteatterissa murretaan kielimuuri, samalla kun kuvissa lavalle maaseutuidylliin saapuu kiltti lohikäärme. Kulttuuri voi siis auttaa kipeissä kohtaamisissa.

Sähköisen median erityispiirteenä pidetään tunteisiin vetoavuutta ja henkilöintiä. Televisiouutiset ovat siis vielä sanomalehti uutisiakin henkilökeskeisempiä, ja kulttuurijournalismi on paljolti juuri henkilöjournalismia. Journalismiin pääsevillä kulttuurin toimijoilla on usein vakiintunut tai ainakin jonkin instituution antama asema. Tätä henkilö- ja erityisesti eliittikeskeisyyttä tutkimusviikon Kulttuuriuutiset todentavat hyvin. Yhteensä yhdeksästätoista jutusta ja sähköisestä seitsemän käsittelee suoraan vain yhtä henkilöä, jonka lisäksi kaksi muuta juttua on keskittynyt vain yhden henkilön mielipiteeseen: Kiasman johtajan mielipide museoiden yhteistyöstä ja Aleks Salmenperän elokuva.

Henkilöiminen perustuu siihen tietoon, että keskiverto katsoja seuraa mieluummin kertomuksia ihmisistä kuin ryhmistä ja abstrakteista asioista. Nimenomaan henkilöidyt kertomukset synnyttävät tunteita, ja näitä kertomuksia säädellään dramatisoimalla. Dramatisointia voidaankin pitää henkilöimiskeinona ja toisinpäin. (Bennett 1988, 23, 35.) Dramatisointia on esimerkiksi asioiden esittäminen henkilöiden välisinä kamppailuina tai ristiriitoina. Kulttuuriuutiset toimii myös näin. Kokonaisnarratiiveiksi muodostuvat talouden vaikutukset, työ, prosessi, kohtaaminen ja konflikti, yhteistyö ja kilpailu – ei kuulosta kovin kulturellilta. Toisaalta uutisten objektiivisuuden ja molempien osapuolten näkemysten esittelyn vaatimukset, mutta myös dramaattisuuden vaatimus, tuovat väistämättä juttuihin kiisteleviä osapuolia. Juttuvalinnat ovat myös dramatisoimisen kannalla: onhan kiistelty johtajavalinta herkullinen aihe. Kamppailu tai ristiriita voidaan nähdä tutkimusviikolla jopa kolmen kokonaisen lähetyksen sisäisen narratiivin teemana. Lähetykokonaisuuksien ja niissä käytettyjen dramatisoimis- ja henkilöimiskeinojen perusteella voidaan siis sanoa, että Kulttuuriuutiset tavoittelee mahdollisimman suuren yleisön huomiota.

5.2 Lähetyksen ulkokuori

Uutislähetykset on tapana aloittaa ja päättää erityisin avaus- ja lopetusmenoin. Avaus kertoo tuotemerkin tavoin, minkä yhtiön, kanavan tai toimituksen lähetyksestä kulloinkin on kyse. Uutislähetystä seurattaessa katsoja siirtyilee kolmen piirin – katsomistilanteen, uutisstudion ja jutussa esittäytyvän maailman – välillä. Katsomistilanne edustaa tuttua, kun taas juttujen maailma edustaa siihen verraten jotain ennustamatonta. Uutislähetyksen avaus turvaa rituaalina tuohon tilaan siirtymistä. Myös uutisstudio tuttuine lavasteineen ja ankkureineen on osa rituaalikoneistoa, joka

vähentää epävarmuutta ja luo turvallisuutta. (Pietilä 1998, 172–173.) Tv on arkinen media, jota katsotaan ei-keskittyneesti. Muualle harhautuneen huomion takaisin televisioon kiinnittää usein ääni: musiikki, tv-sarjoissa taustanauru, ohjelmien tunnukset. Ellisin mukaan televisiossa oletetaan aina, että katselulle on kilpailevia tekijöitä, joten huomiosta pitää koko ajan taistella. (Ellis 1984, 160–162.) Oma tunnusmelodia pyrkii siis kiinnittämään katsojan huomion ja tiedottamaan, mikä tuttu lähetys nyt alkaa.

Tutkimusviikolla Kulttuuriuutisten lähetys alkaa lyhyellä alkumusiikilla, jonka aikana tehdään kamera-ajo kohti uutisankkuria. Ankkuri seisoo korkean pyöreän pöydän ääressä, plasmakuvaruutu otsikkokuvia varten on kiinnitetty ankkurista vasemmalle ylös, punatiiliseen seinänpalaan. Uutisstudiot näkyy taustalla lasiseinän takana vain vähän. Kuvan etualalla on teksti ”Kulttuuri” ja kuvaruudulla lukee teksti ”Kulttuuriuutiset” sinisävyisellä pohjalla. Studion kuvaruudun teksti ”Kulttuuriuutiset” on näkyvässä myös suuren osan koko lähetyksen ajasta, kun kuva on studiossa. Tämä poikkeaa pääuutisista, joissa lähes kaikkiin aiheisiin on tehty otsikkokuva uutisstudion näytölle. Tekstin näyttämällä ohjataan vastaanottoa ja varmistetaan entisestään, että myös kesken kaiken lähetyksen pariin eksyvä katsoja tietää katsovansa juuri Kulttuuriuutisia jonkin muun uutislähetyksen sijaan. Sillä siis otetaan huomioon universaaliyleisö.

Punatiilinen taustaelementti ja uutisstudion häivyttäminen taustalle viestivät halusta luoda Kulttuuriuutisiin tavallisia uutisia lämpimämpi sävy. Ankkuri seisoo ja voisi jopa nojailta edessään olevaan pyöreään pöytään. Seisova juontoasento luo rentoa ja läheistä ilmapiiriä, sillä siinä ankkuri voi liikkua vapaammin kuin istuessaan. Sitä hän ei tosin tee. Tutkimusviikolla molemmat uutisankkurit olivat naisia ja heidän pukeutumisensa oli siistiä, mutta pääuutislähetyksen puku/jakkupuku-linjaa rennompaa, esimerkiksi neuletakkeja. Näillä valinnoilla luodaan pääuutisia läheisempää tunnelmaa Kulttuuriuutisten studioon. Syksyllä 2007 Kulttuuriuutiset siirrettiin Ylen ohjelmakaaviossa kokonaan osaksi kello kuuden uutispakettia. Rituaalinomaista siirtymää tunnusmusiikin tms. avulla ei enää tarvita pääuutisten, talousuutisten ja kulttuuriuutisten välillä. Siirtymä aihepiiristä toiseen ilmaistaan sen sijaan uutisankkureiden keskinäisen keskustelun, kuvakulman leikkauksen laajan studiokuvan kautta ja hyvin lyhyen, äänimerkinomaisen siirtymämusiikin ja ruutuun ilmestyvän ”kulttuuri”-tekstigrafiikan avulla. Samalla Kulttuuriuutisten studion visuaalinen ilme muuttui, ja nyt ankkuri istuu saman pöydän ääressä pääuutisten lukijan kanssa.

Tv-uutislähetysten lopetusmenot ovat yleensä vaatimattomammat kuin avaus, mutta niiden tehtävä on sama käänteisenä: ne ilmoittavat yhtäältä, että aika uutisgenren parissa loppuu tältä erää ja tarjoavat toisaalta rituaalinomaisen turvatun kulkureitin pois uutismaailmasta (Pietilä 1998, 178–179). Näin oli tutkimushetkellä myös Kulttuuriuutisissa. Jos aloitusmenot ovat lyhyet, niin lopetusmenoja tuskin ehtii huomata. Ankkurin hyvästelyä yleisönsä yhdellä lauseella näytetään lähetyksen lopuksi yläviistosta otettua laajaa kuvaa ankkurista studiossa järjestelemässä papereitaan. Lyhyt tunnusmusiikki on sama kuin alussa, ja ruudulla näytetään tekijätiimin nimet pääuutislähetysten tapaan. Jo ennen liittämistä uutispaketin osaksi Kulttuuriuutiset oli sijoitettu TV1:llä yleisuutislähetysten jälkeen. Sen takia Kulttuuriuutisten pariin voidaan siirtyä nopein, nykyisin lähes olemattomin alku- ja loppurituualein. Katsojan ajatusten oletetaan olevan jo valmiiksi uutisgenren parissa, ja Kulttuuriuutiset voivat kevyemmiksi miellettyillä aiheillaan myös ikään kuin johdatella katsojaa yleisuutisista takaisin muun ohjelmiston pariin, olla itsessään koko uutispaketin loppurituuali.

Läheisyyttä korostavista valinnoista studion ja siirtymärituaalien ilmeessä voi päätellä, että ainakin ilmapiirin puolesta Kulttuuriuutiset tavoittelee jokaista katsojaa. Kovan uutismaailman sijaan ollaan lämpimän punatiilisessä, neuletakkien ja pehmeiden arvojen maailmassa. Tämän läheisyyden ja rentouden vaikutelman voisi nähdä vetoavan erityisesti naiskatsojiin. Kulttuurisivujen lukijat ovat suurelta osalta naisia, ja näin on todennäköisesti myös Kulttuuriuutisten katsojajakauman laita. Yhtäältä läheisyyttä korostavat valinnat muovaavat katsojakunnasta sisäpiiriä, johon ulkopuolisen voi olla vaikea yhtäkkiä orientoitua tutusta, viileän neutraalista uutisstudiomaailmasta, toisaalta läheisyys on lisääntynyt myös pääuutisissa. Todennäköisempi tulkinta on siis helppo ja tuttavallinen lähestyttävyyys, joka vetoaa mahdollisimman moneen katsojaan.

5.3 Aihevalinta ja yleisö

Se, mitä aiheita Kulttuuriuutisissa käsitellään, kertoo paljon myös lähetysten oletetusta sisäisyteisestä. Kulttuuriuutisten aiheiden valintaan vaikuttaa luonnollisesti ajankohtaisuus ja kiinnostavuus. Miia Gustafsson kertoo, että Kulttuuriuutisten toimituksessa on suunnittelukalenteri, johon merkitään ajankohtaiset tapahtumat, ja tärkeimmistä pyritään tekemään juttu. Kaikista toivottavinta olisi, että toimittajilla olisi omia juttuaiheita. Jokaisella on myös omaan kiinnostukseen perustuvat erikoisalueet. Käsiteltävien aiheiden määrä valikoituu senkin mukaan, että tekijöitä on vähän, keväällä 2007 samana päivänä oli työvuorossa keskimäärin kolme toimittajaa.

Mielenkiintoiset mutta selvittämistä vaativat aiheet saattavat mennä uutisilta sivu suun, koska paljon työtä vaativiin aiheisiin ei ole aikaa eikä tekijöitä.

Toimitussihteerit suunnittelevat ja taivattavat lähetyksen, mutta uutisankkurilla on oikeus tehdä muutoksia varsinkin silloin, jos uutisrintamalla tapahtuu illalla vielä jotain. Gustafssonin mukaan lähetyksessä pitää muistaa hyvä rytmi: sähkeitä, juttu, sähkeitä. Rakenne muotoutuu myös aiheiden painavuuden mukaan, ja suurin uutinen sijoitetaan ensimmäiseksi lähetyksen kärkeen. Rakenteen suunnittelussa täytyy kuitenkin ottaa huomioon se, että jos joku juttu on ollut jo paljon esillä muissa uutislähetyksissä, ei sitä laiteta lähetyksen alkuun sen tärkeydestä huolimatta.

Ihmisille tulee semmoinen olo että okei, tää on nähty. (Miia Gustafsson)

Kulttuuriuutisten toimitus yrittää saada juttujaan näkyviin myös puoli yhdeksän uutisiin, jotta kiinnostavat tai tärkeät aiheet saisivat omaa lähetystä laajempaa näkyvyyttä. Toimitus siis toivoo lähetykselleen mahdollisimman laajaa yleisöpohjaa. Pääsy puoli yhdeksän uutisiin koetaan toimituksessa hankalaksi, koska juttuvalinnoissa ei ole ollut selkeää linjaa. Valinta riippuu usein lähetyksen uutispäällikön henkilökohtaisista mieltymyksistä. Kesällä kaikki Kulttuuriuutisten aiheet kelpaavat pääuutisiin, kun muuta ei ole tarjolla ja kulttuuritapahtumia puolestaan on runsaasti.

5.3.1 Taidetta vai viihdettä?

Tutkimusviikkoa edeltävällä viikolla sattui yksi todellinen kulttuurin uutistapaus, kun ylikapellimestari Mikko Franck ilmoitti eroavansa Kansallisoopperasta huonon työilmapiirin ja oopperan taloussotkujen takia. Edellisellä viikolla tiedotusvälineet pursusivat oopperauutisia, mutta tutkimusviikolla tapaus oli jo rauhoittunut niin, että sitä käsiteltiin vain kahden sähkesatosen verran. Näin tutkimusviikolle ei tullut minkään uutistapahtuman takia vinoumia, vaan juttuvalikoima oli monipuolinen.

Kulttuuriuutisten aiheet liikkuivat ”tuotteistetusta lappilaismuotoilusta” yhtäkkiä löytyneisiin Sibeliuksen nuotteihin ja orkestereiden talous- ja johtajuustilanteisiin. Musiikki oli kulttuurin alueista eniten edustettuna, sitä jollakin tavalla käsitteleviä aiheita oli 19 jutusta kuusi. Teatteria käsitteleviä juttuja oli neljä, kuvataidetta kolme, ja muut jutut käsittelevät yksittäisiä aiheita kuten koulutusta, kirjallisuutta, arkkitehtuuria, muotoilua ja elokuvaa. Hurrin tutkimuksessa vuosilta 1945–1985 lehtien kulttuuriosastoja dominoi neljä taidelajia: musiikki, teatteri, kuvataide ja

kirjallisuus. Honkavaaran (2001, 53–56) tutkimuksessa Ylen tv-uutisten kulttuuriaiheista neljältä otosvuodelta välillä 1984–1998 taas musiikki dominoi aihevalikoimaa lähes 30 prosentin osuudella, toisena tuli kuvataide (yli 20 prosenttia), kolmantena kirjallisuus (noin 14 prosenttia) ja neljäntenä elokuva (noin 10 prosenttia). Esimerkiksi arkkitehtuuri ja tanssi esiintyivät Honkavaaran tutkimusaineistossa uutisaiheina erityisen harvoin. Musiikin ja kuvataiteen osalta Kulttuuriuutisten tutkimusviikon aihevalikoima noudattaa tätä kaavaa, mutta näyttää siltä, että Kulttuuriuutisten lähetyksessä teatteri nousee kärkeen lehtien kulttuuriosastojen tasolle. Tv:n yleisuutislähetyksissä sen osuus jäi viidennelle sijalle alle yhdeksän prosentin osuudellaan, vaikka osuus olikin nousussa (mt., 54). Kirjallisuuden vähäiselle edustukselle tutkimusviikolla on televisiossa luonnollinen syy: vaikea visualisointi. Honkavaarakin ihmettele epävisuaalisen kirjallisuuden suurta osuutta aineistossaan. Painotukset visuaalisuuden nimissä tekevät television kulttuurijournalismista aihevalinnoiltaan helposti hieman erilaista lehtiin verrattuna.

Kulttuuri voidaan jakaa kolmeen luokkaan, jotka erottuvat toisistaan sosiaalisen ja kulttuurisen tehtävänsä mukaan: eliitti- eli taidekulttuuri, kansan- eli perinnekulttuuri ja populaarikulttuuri. Keijo Virtasen jaon mukaan eliittikulttuuri on eksklusiivista, poissulkevaa. Sen taiteilijat määrittelevät tehtävänsä jonkin uuden ja erilaisen synnyttämisenä. Vastaanottajat näkevät eliittikulttuurin tuotteet useimmiten taiteena taiteen vuoksi. Kulttuuriosastojen kulttuuri on perinteisesti ollut juuri eliittikulttuuria. Kansankulttuuri taas on persoonallista. Se on arjen kulttuuria, ja sen tekijät ja vastaanottajat ovat välittömässä kontaktissa keskenään. Kansankulttuuri perustuu yksilöllisen perinteen siirtymiseen sukupolvelta toiselle. Populaarikulttuuri on laaja-alaista. Sen tekijät eivät yleensä tunne vastaanottajiaan, vaan työskentelevät suurten joukkojen tarpeisiin. Tämän taiteen tavoite ei ole kompleksisuus, vaan vastaanottajiin vetoaminen. Populaarikulttuurin vastaanottajat etsivät ennen muuta viihdettä tai sosiaalista tarkoituksenmukaisuutta, populaarikulttuuri on kysyntäorientoitunutta. (Virtanen 1984, 272–273.) Nykyisin myös kansan- ja populaarikulttuuri ovat nousseet kulttuuriosastojen käsittelemiksi aiheiksi. Populaarikulttuuri on myös muuttunut ja sirpaloitunut pienempien yleisöjen tavoittelijaksi: esimerkiksi yhteiskunnallista sarjakuvaa tai pienen indie-bändin ilmaiseksi ladattavaa levyä tuskin voi kutsua kovin kysyntäorientoituneeksi ja suuria joukkoja tavoittavaksi. Kaikki populaarikulttuuri ei siis ole massakulttuuria. Esimerkiksi kulttuuriosastoilla käsiteltävä kirjallisuus on itsestään selvästi korkeakulttuuria, mutta elokuva voi olla niin taidetta kuin viihdettä, ja se määritellään ehkä useammin populaarikulttuuriksi. Elokuvauutinen saadaan kuitenkin kuvitettua näppärästi laadukkaalla kuvamateriaalilla, mikä nostaa sen statusta tv-uutisaiheena.

Useimmiten populaarikulttuuri nähdään laajana, massakulttuurin sisäänsä sulkevana terminä, koska massakulttuuri yhdistetään yleensä pelkästään modernien tiedotusvälineiden välittämään kulttuuriin. Massakulttuurissa kulminoituu kaksi teollistumisen kauden kulttuurin ominaispiirrettä: kulttuurin kansainvälisyys ja kulttuurin saavutusten jakautuminen hyviin ja huonoihin. Massakulttuurin luomaa kansainvälisyyttä ei ole pidetty positiivisena ilmiönä, vaan vahingollisena. Kulttuurin käyttäjäkunnan laajentuessa massakulttuuriin on liittynyt demokraattisuuden ajatus, jonka mukaan jokaisella on oikeus valita kulttuurinsa ja vapaa-ajanviettotapansa. Nämä tekijät ovat myös olleet omiaan standardisoimaan kulttuuria ja sen käyttäjien makua, ja eliittikulttuurin on pelätty jäävän massakulttuurin jalkoihin. (Virtanen 1984, 274–275.) Hyvän ja huonon kulttuurin, massa- ja eliittikulttuurin kuluttamisen mukaan luokitellaan helposti yleisöjä, ja myös katsojat itse luokittelevat itseään sen mukaan, millaista kulttuuria he kuluttavat. Bourdieun (1987) mukaan kulttuurin tuotannon kenttää hallitsevat ne, joilla on eniten erityispääomaa – esimerkiksi valtaa tehdä esineistä harvinaisia käyttämällä nimeään. He vastustavat kaikin tavoin uusia yrittäjiä. Hienouden tavoittelun ja erottautumisen dialektiikka, joka on tuotannon kentän muutosten perustana, toistuu kulutuksen alueella. Toisella luokalla on jokin ominaisuus, toinen luokka hankkii itselleen tämän ominaisuuden, jolloin edellisen täytyy erottautua uudella tavalla ja niin edelleen. (Bourdieu 1987, 170–173.) Tietynlaisen kulttuurin kuluttamisesta saa siis arvostettua erityispääomaa, jolla voi erottautua muista luokista.

Jaottelin Kulttuuriuutisten aiheet eri kulttuurilajeihin. Klassinen musiikki, kuvataide ja kirjallisuus olivat automaattisesti jaottelussani korkea- tai eliittikulttuuria, samoin teatteri yhtä musikaalياهوetta lukuun ottamatta. Yksi eliittikulttuuriin laskemistani jutuista käsitteli Taideteollista korkeakoulua. Karkeasti arvioiden tutkimusviikon 19 aiheesta 12 käsitteli selvästi eliittikulttuuria, kuten Sibeliusta, taidemuseon johtajavalintaa tai kirjallisuuspalkintoja. Kolme taas liikkui selvästi populaarikulttuurin parissa: jutut Juicen muistokonsertista, radion kanavaudistuksesta ja Miehen työ -elokuvasta. Jutun Thorin vasara -musikaalista voi lukea molempiin kategorioihin, sillä siinä tavoiteltiin selvästi suuria yleisöjä ja sekä klassisen että populaarimusiikin kuluttajia. Kolme juttua ei ollut oikein kumpaakaan: Arktiset helmet -muotoilukilpailu lähenteli perinnekulttuuria samoin kuin Porvoon kirkon kunnostus, eikä EU:n kulttuuri-instituutioiden kumppanuushanke käsitellyt kulttuuria oikeastaan mitenkään. Tämän jaottelun perusteella Kulttuuriuutiset on siis ennen muuta korkea- ja eliittikulttuuria, vaikka toimituksella on pyrkimys muidenkin kulttuurin alueiden huomioimiseen. Populaari- ja kansankulttuuri ovat tulleet kulttuurijournalismiin jäädäkseen, esimerkiksi Honkavaaran (2001, 58) tutkimuksessa populaari aiheita oli vuonna 1998 noin viidennes, mutta eliittikulttuuri on yhä kulttuurin kova uutinen. Honkavaara pohtii, että Yleisradion

tv-uutisten harjoittama klassisen musiikin kuten oopperan uutisoiminen ylimitoitettuna katsojien todelliseen kulttuurinkulutukseen nähden on ylhäältä alaspäin annettua valistusta (Honkavaara 2001, 60). Kulttuuriuutisia nyt analysoidessani tunne on sama: tässä pyritään sivistämään.

Intellektuellin, taiteilijan tai koulukunnan olemassaololle ei ole muuta kriteeriä kuin se, miten he saavat itsensä hyväksytyiksi tietyn aseman haltijoina kentällä, aseman, jonka suhteen muiden on sijoitettava ja määriteltävä itsensä. (Bourdieu 1987, 182–184.) Kulttuuriuutisten asema yksittäisenä toimijana kulttuurijournalismin ja taiteen kentällä ei ole kovin vahva. Kuten Gustafssonkin toteaa, kulttuuriuutisoinnissa Helsingin Sanomat on kentän johtava toimija. Television uutisohjelman välineet analyysiin ja arvioihin ovat merkittävästi tätä huonommat. Silti Kulttuuriuutiset tavoittelee aihevalinnoillaan eliittiin kuulumista. Siinä auttaa taustalla oleva arvostetun Yleisradion tietotaito ja tuotantokoneisto.

5.3.2 Arvoja ja valintoja

Kulttuurin kuluttaminen ja kulttuurivalinnat liittyvät vahvasti ihmisten arvomaailmaan. Kulttuuriuutisten aihevalikoimassa painottui erityisesti musiikki. Bourdieun mielestä musiikista puhuessaan henkilö voi todella ilmaista sivistyksensä laajuutta ja monipuolisuutta.

Ei ole olemassa käytäntöä, joka olisi luokittelevampaa, distinktiivisempää, siis kiinteämmin yhteiskuntaluokkaan ja koulutukselliseen pääomaan liittyvää kuin konserteissa käyminen tai jalon instrumentin soittaminen. (Bourdieu 1987, 137–140.)

Miten kuluttajat sitten valitsevat kuluttamansa kulttuurin? On aina helppo sanoa, mitä ei halua. Bourdieun mukaan kuluttajat valitsevat usein negatiivisella tavalla jo toteutuneita makuja vastaan. Hänen tutkimuksissaan tämä maku näytti olevan enemmän suhteessa sosiaaliseen taustaan elokuvan osalta ja koulutukseen teatterin osalta. (Mt., 117)

Reimer muistuttaa, että samanlaisen sosioekonomisen taustan omaavat, samanlaisissa ympäristöissä asuvat ihmiset toimivat eri tavalla arjessaan, ja nämä erot pohjautuvat ainakin osittain erilaisiin arvoihin. Vaikka arvot muodostuvat sosiaalisesti, ne ovat yksityisiä, ja jokaista ihmistä ohjaa joukko erilaisia arvoja. Arvot muuttuvat nykyisin nopeammin kuin ennen, ja todistamme koko ajan uusien arvojen tai ainakin uusien arvoyhdistelmien syntyä. (Reimer 1994, 44–47, 57.)

Valintoja tehdään arvojen pohjalta myös median suhteen: joukkoviestinnän kulutus on vaihtoehtoista muiden asioiden tekemiselle. Mediasisällöt, joita kulutetaan, vastaavat katsojan arvoja. Arvot ovat keskeisiä, kun valitsemme elämäntyyliämme ja muodostamme makumme, etenkin kulttuurimakumme. Kulttuuriuutisten toimituksen oma tavoite aihevalinnoissa on pitää kulttuurin käsite mahdollisimman laajana. Toimitus haluaa irti sellaisesta kulttuurijournalismia määrittelevästä ajattelusta, jossa kulttuuriuutisointi mielletään vain vaikeaksi korkeakulttuuriksi. Lähetyksiin halutaan myös tavallista arki- ja kansankulttuuria, ja Gustafssonin mukaan sellaisista aiheista pyritään tekemään mahdollisimman paljon juttuja. Silti korkeakulttuuri dominoi tutkimusviikon lähetyksiä.

Musiikkimakua on Bourdieun jälkeenkin pidetty hyvänä mittarina *highbrow*- ja *lowbrow*-, eli eliitin ja rahvaan, mausta, koska joko klassista musiikkia tai oopperaa kuuntelevat ihmiset käyvät muita useammin myös teatterissa, baletissa, konserteissa, musikaaleissa, gallerioissa ja oopperassa. (Peterson & Kern 1996, 901.) Petersonin ja Kernin tutkimuksessa korkean statuksen omaavat ihmiset kertoivat muita useammin myös osallistuvansa matalan statuksen aktiviteetteihin hyvin laajalla skaalalla. Matalan statuksen ammattien omaavien ihmisten skaala taas oli hyvin rajattu. (Peterson 2005, 259.) Tämän löydöksensä he nimesivät kaikkiruokaisuudeksi (omnivorousness). Tosin samaan aikaan myös ei-älymystö laajentaa musiikkimakuaan ja älymystön määrä kaiken kaikkiaan vähenee. Maun laajentuminen on koko yhteiskunnan laajuinen trendi. (Peterson & Kern 1996, 902–904.) Suomessa saman ilmiön on tutkimuksissaan havainnut Pertti Alasuutari (2009).

Pelkästään aihevalintojen perusteella voisi päätellä, että Kulttuuriuutiset todellakin tavoittelee yleisökseen eliittimaun omaavia ihmisiä. Kertoessaan ”viihteellisemmistä” aiheista, se joko vähättelee niitä tai pyrkii nostamaan esimerkiksi suurelle yleisölle suunnatusta elokuvasta tehdyn uutisen korkeakulttuuriseksi yhteiskunnan kysymysten erittelijäksi, joka sopii kaikkiruokaisille kuluttajille. Kulttuuriuutisten arvovalintojen taustalla voi siis nähdä sekä eliitin miellyttämisen että kansan sivistämisen lähtökohdat.

6 Yleisö tekstin takana

6.1 Esisopimukset

Aihevalintojen ja lähetyksen rakenteen käsittelyn jälkeen on aika siirtyä tarkemmin sisäisyhteisön kimppuun. Käsittelen ensin niitä keinoja, joilla sisäisyhteisöä voidaan hahmotella, ja valotan

esimerkkien avulla niitä tulkintoja, joita Kulttuuriuutisten sisäisyleisöistä näillä keinoilla voidaan tehdä. Kun tekstistä etsitään sisäisyleisön ominaisuuksia, voidaan ensimmäiseksi kääntää huomio esisopimuksiin. Ne ovat kaiken argumentoinnin lähtökohta: esisopimukset ovat julkilausumattomia oletuksia siitä, millä perusteilla kyseistä yleisöä kannattaa lähestyä ja mihin yleensä on mahdollista vedota väittämän uskottavuuden lisäämiseksi. Näitä yleisiä perusteita ei oleteta kyseenalaistettavan argumentoinnin edetessä, eikä niitä siksi erikseen perustella. Esisopimukset voivat koskea yhtäältä sitä, mitä pidetään totena, ja toisaalta arvostuksia ja haluttuja asioiden tiloja. (Summa 1996, 70.) Ne siis liittyvät läheisesti myös aihevalintoja koskeviin arvoihin.

Puhujan lähtökohdiksi valitsemien yleisöä yhdistävien tekijöiden joukossa erotetaan todellisuutta koskevat tekijät (tosiseikat, totuudet ja otaksumat) ja suotavuutta koskevat tekijät (arvot, hierarkiat ja päätelmät) (Perelman 1996, 30). Otaksumien perustana on ajatus, että se mikä tapahtuu, on normaalia. Faktan aseman saavuttaa sellainen tosiasiapäätelmä, jonka universaaliyleisö voisi hyväksyä (Summa 1996, 70). Yleisö voi kuitenkin olla eri mieltä sekä otaksuman että tosiseikkana pidetyn asian kanssa. Näennäisesti yleispätevillä arvoilla (totuus, hyvyys, kauneus, oikeus) puolestaan on universaali hyväksyntä vain silloin, jos niitä ei määritellä, vaan ne ilmaistaan epätarkasti. (Mt., 33–34.) Näin jokainen voi tulkita arvot haluamallaan tavalla ja hyväksyä puheen helpommin.

Perelmanin mielestä arvoja koskevan argumentaation analyysissä on painotettava eroa abstraktien (kauneus, oikeus) ja konkreettisten (isänmaa, kirkko) arvojen välillä. Konkreettinen arvo liittyy aina johonkin erityiseen oloon, esineeseen, ryhmään tai laitokseen ainutkertaiseksi ymmärrettynä. Ainutkertaisuuden korostaminen merkitsee samalla harvinaisen arvottamista korkealle. Konkreettisiin arvoihin perustuva päättely näyttää olevan luonteenomaista konservatiivisille yleisöille, kun taas abstraktit arvot sopivat paremmin yhteiskunnallisen kritiikin lähtökohdiksi. (Perelman 1994, 34–36.) Kulttuuriuutisten tarjoama arvomaailma vaihtelee sujuvasti kulttuuriin helpommin liitetyistä abstrakteista arvoista, kuten kauneus, laatu, uutuus ja taitavuus, konkreettisiin, kuten Suomi, työ, suosio ja raha. Konkreettisiä arvoja, kuten rahan valtaa, tosin myös kritisoidaan. Esimerkiksi loppunmyyty musikaali on kiinnostava asia ja loppunmyyminen, raha ja suosio, siis arvoja sinänsä. Samoin taloudellinen menestys on tärkeää orkesterin toiminnan mahdollistajana Oslossa tai Tampereen teattereiden yhteistyössä. Työtä pidetään itsestään selvästi tärkeänä esimerkiksi Mikko Franckille, jota pyydetään lähtemään ennen irtisanomisajan päättymistä, tai Raija-Liisa Seilolle, joka sai johtajan työn hankkimillaan kannuksilla. Kansainvälinen työkokemus vasta arvostettavaa onkin, kuten Gallen-Kallela-Sirénin tapauksessa, samoin lappilaisen muotoilun

oletetaan itsestään selvästi haluavan kansainvälisille markkinoille. Silti mikään ei mene Suomen edelle.

Toimittaja: Helsingistä etsitään ponnahduslautaa kansainvälisille markkinoille.

(...) hänellä on hyvin vahva kansainvälinen kokemus hyvin monentyyppisistä laitoksista. (Mikko Vanni Gallen-Kallela-Sirénistä)

Toimittaja: Taidemuseon henkilökunta taas pitää tärkeänä museokokemusta kotimaasta.

Toisaalta työn ja rahan liiallista arvostusta myös kritisoidaan esimerkiksi Miehen työ -elokuvasta kertovassa uutisessa ja Oslon Filharmonikkojen talousongelmista kerrottaessa. Työn tulee ainakin olla mielekästä.

Et mitä kautta ihmiset itsensä määrittää eli työn kautta ja työn arvostus on niin raju, ja sit siis, et elämä eletään niinkun työtä varten. (Aleksi Salmenperä)

Kaikkiruokaisten kulttuurinkuluttajien suosima harvinaisuus ei tule esille, mutta uutisoitavien kulttuuritapausten laatua sen sijaan painotetaan kulttuurin omien uutiskriteereiden mukaisesti. Uutuus on arvo sinänsä, ja kun esimerkiksi radiokentän uudistus ei tuonut mitään uutta, on se huono asia. Taiteilijat puhuvat paljon työnsä haastavuudesta, mikä tarkoittaa sen vaativan erityistaitoja ja tarjoavan laatua.

Tässä on ihan toisenlaisia haasteita kun taas oopperassa jossa tehdään taas niinku akustisesti keholla. Tässä syntyy aivan, tää on sen takia mielenkiintoinen koska tässä on ihan toisenlaiset vivahteet (...) (Seppo Ruuhonen)

Toimittaja: Lastenteatterin tekeminen on haasteellista mutta teatteri on myös hyvä keino murtaa kielimuuri.

Myös tinkimättömyys taiteen tekemisessä ja siitä seuraava laatu on tärkeää.

(...) mä oon useaan otteeseen sanonut että niistä ei kyllä tingitä, että se on ollut niinku lähtökohta täs koko ajan ja must tuntuu et kaikki on sen myöskin ymmärtäneet ja kyllä mä meinaan niinku säilyttää tässä asiassa ryhtini ja vaatimukseni. (Jukka-Pekka Saraste)

Toisaalta todelliset taiteilijat on juuri sellaisia että ne ei tee kompromisseja. (Mika Sundqvist Juicesta)

Kulttuuriuutisten yleisönsä kanssa solmimat esisopimukset ovat aika yleispäteviä ja laajoja. Vaikka aivan universaaliyleisöstä ei ehkä voida puhua, on sisäisyleisö esisopimusten ja niihin liittyvien arvojen perusteella ainakin hyvin laaja.

6.2 Koodit ja merkitykset

Kun etsitään tekstistä sisäisyleisöä, täytyy tuntea ja tunnistaa myös erilaiset koodit. Stuart Hall (1992) muistuttaa, että televisio on viestin tuottaja, ja kuten muutkin kommunikaation tai kielen muodot, se toimii koodien ja diskurssien välityksellä. Mitään tapahtumia ei voida näyttää esimerkiksi tv-uutisissa siinä muodossa kuin ne todellisuudessa tapahtuvat, vaan ne on merkityksellistettävä televisuaaliseen diskurssiin. Televisuaalinen merkki on mutkikas, sillä se yhdistää kaksi diskurssia, visuaalisen ja auditiivisen. Ymmärrettävää diskurssia ei voida tuottaa käyttämättä koodia. (Hall 1992, 138.) Merkin denotatiivinen, kirjaimellinen taso on lyöty lukkoon tietyn koodin avulla. Sen konnotatiivinen, tapasidonnainen taso taas on avoimempi muuntamiselle. Joistain merkityksistä siis tehdään rutiininomaisia, jotta uusille merkityksille saadaan tilaa ja pohjaa. Diskurssin useimmissa merkeissä yhdistyvät sekä denotatiiviset että konnotatiiviset puolet. Konnotatiivisen tason koodit rakentavat merkille yhteyksiä yhteiskunnan laajempaan ideologiamaailmaan ja merkityskarttoihin. Niiden avulla valta ja ideologiat saavat merkityksiä diskursseissa. (Mt., 140–142.) Ennen kuin sanoma voi vaikuttaa, aktuaalisen vastaanottajan on uloskoodattava se. Sanoman sisäänkoodaus ja uloskoodaus eivät ole välttämättä samanlaisia. Niiden vastaavuuden asteesta riippuu ymmärtämisen ja väärinymmärtämisen aste sisäänkoodaajan (lähettäjä) ja uloskoodaajan (vastaanottaja) välillä. Uloskoodaaja tunnistaa yleensä katsomansa ohjelman säännöt, genren, joiden mukaan hän tulkitsee mediatekstiä. Tämä tulkinta ei aina ole sama ja pysyvä. (Hall 1973, 4–6.)

Kaikki diskurssit tai merkitykset eivät kuitenkaan ole yhdenvertaisia. Ydinkysymys on se, mitkä diskurssit ovat kulttuurisessa valta-asemassa niitä hallitsevia tai etusijan saaneita merkityksiä, jotka esittäytyvät ainakin enemmistölle yhteisinä. Luonnollistuneimmillaan tällaiset merkitykset näyttävät vain ilmaisevan asioiden normaalin tilan tai esittävän asiat sellaisina kuin ne ovat. Lehmää esittävän merkin ajatellaan olevan lehmä. Näissäkin merkeissä on silti koodeja välittäjinään. Näihin etusijaistettuihin merkityksiin on tiivistynyt koko yhteiskunnallinen järjestys. (Hall 1992, 139–142; Ridell 1998, 21–22.) Tarkasteltaessa tv-uutisjournalismia kriittisestä genrenäkökulmasta yksi kysymys koskeekin sitä, millaisia merkityksiä tv-uutiset luonnollistaa ja minkä toimijoiden

erityisiin näkökulmiin ja intresseihin nämä merkitykset perustuvat. Toisin sanoen, mitkä asiat on esisopimuksissa oletettu hyväksyttäviksi.

Ikoniset merkit näyttävät todellisen maailman objekteilta. Ne tunnistetaan sellaisten peruseriaatteiden mukaan, jotka lähes kaikki kulttuurin jäsenet jakavat. Hall pohtii, että koska nämä koodit jaetaan ihmisten kesken niin laajalti, tarjoavat denotatiiviset visuaaliset merkit todennäköisesti vähemmän mahdollisuuksia väärinymmärryksille. Toisaalta ikoniset merkit tuottavat väärinlukemisia yksinkertaisesti koska ne ovat niin ”luonnollisia”. Lukijalle on selvää mitä kuvassa on, mutta luonnollisuus houkuttaa lukemaan kuvan väärin kirjaimellisesti. Visuaaliset merkit ovat yhtä lailla konnotatiivisia merkkejä. Mainonnan kielessä kaikki kuvat sisältävät runsaasti konnotaatioita, esimerkiksi mallin pukeutumisesta voi tehdä paljon tulkintoja. Konnotaatiot kommunikoivat ideologian, historian, sosiaalisen todellisuuden, kulttuurin ja tiedon kanssa. Konnotaatioiden vaihtelevuudesta huolimatta on olemassa etusijaistettujen luentojen joukko. Nämä luennat pitävät sisällään institutionaalisen, poliittisen tai ideologisen järjestyksen, ja ne ovat itse institutionalisoituja. (Hall 1973, 11–14.) Esimerkiksi t-paita tai villapaita päällään tv-lähetyksessä esiintyvä taiteilija on luonnollinen asia, koska taiteilijat saavat olla boheemeja, eikä heidän tarvitse kiinnittää pukeutumiseensa huomiota. Sen sijaan virkamiehillä ja johtajilla on asemaa korostavat puvut. Tämän voi ajatella olevan myös pukeutumiseen liittyvä esisopimus.

Kun katsoja tulkitsee tv-uutista tarkoitetulla tavalla, hän toimii hallitsevan koodin sisällä. Dominoivat luennat eivät kuitenkaan ole ainoita vaihtoehtoja, vaan televisio-ohjelmaa tulkittaessa sisään- ja uloskoodaajan välillä syntyy myös väärinkäsityksiä. Katsoja ei puhu samaa kieltä, ei pysty seuraamaan ohjelman tai argumentoinnin logiikkaa, sen käsitykset ovat liian vieraita, se on liian hienostunut, vaikea tai erikoinen. Katsojat voivat myös ymmärtää viestin aivan eri tavalla kuin sisäänkoodaaja on tarkoittanut. Silloin katsoja ei tee yhteistyötä hallitsevan luennan kanssa. Varsinaiset virheet luennassa ovat kuin häiritsevää kohinaa kanavalla. Viestin tahalliset väärinluennat konnotatiivisella tai kontekstuaalisella tasolla ovat kuitenkin toinen juttu. Niillä on kommunikaation sijaan sosiaalinen pohja. (Hall 1973, 15–16.) Entä jos nuorta, partaista, hämyisessä valaistuksessa villapaita päällään istuvaa Aleks Salmenperää pidetäänkin pätevän ja taiteellisen ohjaajan sijaan epäsiistinä hippinä?

Tahallisia tai tahattomia väärinluentoja voidaan tehdä melkein kaikista kohdista, joissa esitetään jonkinlaisia arvotuksia. Oman orkesterin, siis vakituisen työpaikan, esitetään olevan hyvä asia, mutta toisinkin voi ajatella ja lukea: Oslon Filharmonikkoja käsittelevässä jutussa tulee esiin myös

vakituisen työläisen kohtaama kylmä arki. Erilaisia instituutioita ja suuria kulttuurilaitoksia lähetyksen diskurssissa arvostetaan paljon ainakin sillä perusteella, kuinka näkyviä ne lähetyksissä ovat. Kulttuuriutiset tavoittelee sillä varmasti kaikkien yleisöjen hyväksyntää, mutta asian voi lukea toisinkin. Monen mielestä instituutiot tarjoavat huonointa kulttuuria, ja Kulttuuriutiset on siksi konservatiivinen ja kehno lähetys.

Tulkitessaan lähetystä yleisö voi hallitsevan tai virheellisen luennan lisäksi valita myös neuvottelevan tai vastustavan luennan. Legitiimit, hegemonian tekemät määrittelyt eivät aina kelpaa yleisölle, sillä ne ovat globaaleja ja laajoja. Ne liittävät asiat ”kansalliseen merkitykseen” ja saattavat samalla muuttaa ja mystifioida asioita. Neuvottelevan luennan uloskoodaus sisältää sekä hegemonian hyväksyviä että vastakkaisia elementtejä. Vastustavassa luennassa henkilö kyllä ymmärtää sekä kirjaimelliset että konnotatiiviset merkitykset, joita sisäänkoodaaja tarjoaa, mutta uloskoodaa silti viestin kokonaan vastakkaisella tavalla. (Hall 1973, 16–18.) Hegemonian tekemäksi määrittelyksi voi ajatella esimerkiksi Kulttuuriutisissa näkyvää, kaiken kattavaa talousdiskurssia, jota toisaalta myös kritisoidaan ja kannustetaan vastustamaan taiteen nimissä.

Hallitsevien koodien tunnistaminen on vaikeaa, koska ne on esitetty luonnollisina totuuksina, jotka tutkijaluentakin helposti vain hyväksyy. Tekstistä kuitenkin nousee esimerkkejä. Kulttuurin budjettileikkaukset ovat kylmää arkea, jolle ei voi mitään, vaikka niiden ei esimerkiksi Oslon Filharmonikkojen toimintaan annetakaan vaikuttaa. Taideteollisen korkeakoulun, Helsingin Kauppakorkeakoulun ja Teknillisen korkeakoulun yhdistäminen niin sanotuksi innovaatioyliopistoksi etenee, siis tulee varmasti tapahtumaan, opiskelijoiden vastaväitteistä huolimatta. Kaupallinen radio on yllätyksetön ja huono. Ruotsissa asiat ovat paremmin, ja kansainvälisyys on aina hyvästä. Tuotteistaminen johtaa kansainvälistymiseen, joka on kannatettavaa. Viikingit kiinnostavat, koska he ryyppäävät ja ovat julmia, siis julmuus kiinnostaa. Miehet kaipaavat sitä, että kulissit ovat kunnossa ja kotoa löytyy pelit ja vehkeet.

Esimerkki Kulttuuriutisten esittämästä hallitsevasta koodista on suhtautuminen Yhdysvaltoihin. Lähes jokainen katsoja ymmärtää, että ”lääke Atlantin toiselta puolelta” ei ole hyvä eikä parantava. On kuitenkin aivan mahdollista tehdä tästä myös päinvastainen, vastustava luenta jolloin lääkkeellä saataisiinkin orkesterin asiat kuntoon.

Toimittaja: Mutta vaikka orkesterin talous on siis tiukalla, niin filharmonikkojen johto ei ole puuttunut Sarasteen valitsemaan ohjelmistoon ja vaatinut sen viihteellistämistä. (taustalla riitasointuja...)

100% Ei, se tommonen ajattelutapa niinku viittaa vähän tonne Atlantin toiselle puolelle, että siellä otettais tällöinen lääke käyttöön aika helposti. (Jukka-Pekka Saraste)

Amerikkaa pidetään kulttuuridiskurssissa yleisesti pahana, mutta eihän se ole sitä kaikille ihmisille.

Yksi tuotannon kentän tärkeimmistä ominaisuuksista on Bourdieun mukaan menneisyyden jatkuva läsnäolo. Siitä muistuttavat esimerkiksi suorat maininnat, viittaukset ja vihjeet, jotka ovat silmäniskuja muille tuottajille ja niille kuluttajille, jotka määrittelevät itsensä legitiimeiksi kuluttajiksi osoittaessaan olevansa kykeneviä havaitsemaan ne. (Mt., 185.) Esimerkiksi animaatio-sarja Simpsonien sisältämistä populaarikulttuuriviittauksista on kirjoitettu usein, ja osittain niiden avulla sarja on saanut legitiimin leiman kulttuurin kentällä. Kulttuuriuutisissa ei näy vitsikkäitä viittauksia tv-sarjan tapaan, mutta kyllä taiteentuntija palkintonsa saa. Moni tietää Helsingin taidemuseota käsittelevässä jutussa näytetyn Doisnean näyttelyn suudelmakuvan, tunnistaa Straussin tai tietää, minkälaista musiikkia siellä Sävelradiossa soitetaan. Etenkin taidemuseojutussa taustalla vilahtelevista teoksista suurin osa on kuitenkin tuntemattomampia, eikä niitä esitellä sen enempää. Samoin kuultu musiikki jää esittelemättä, eikä television uutisformaattissa edes pystytä kertomaan henkilöiden taustoista kuin pintaraapaisu, heidät on tunnettava entuudestaan. Entä mitä ovat Suomen 17 kulttuuri- ja tiedeinstituuttia? Paljon jää kuluttajan oman havainnon ja tietopohjan varaan. Tällä kosiskellaan tietäväistä erityisyleisöä mutta tavalla, joka ei haittaa universaaliyleisöäkään.

6.3 Vaikuttavat argumentit

Koodeihin ja esisopimukseen liittyvät erilaiset argumentaatiotekniikat. Ne ovat kielen resursseja, joilla rakennetaan väitteiden uskottavuutta (Summa 1996, 70). Yleisöön pyritään vaikuttamaan mitä erilaisimmilla kytkennöillä, kuten vertauksilla, analogioilla, esimerkeillä ja vastakkainasetteluilla. Perelman jakaa argumentaatiotekniikat kahteen osaan: sidos- ja erottelumuotoisiin eli assosiatiivisiin ja dissosiatiivisiin. Sidosmuotoisissa argumenteissa erillisiä käsitteitä kytketään yhteen, erottelumuotoisissa yhteen kietoutuneita käsitteitä ja ilmiöitä erotellaan. (Perelman 1996, 58.)

Retorisessa argumentaatiossa voidaan turvautua hierarkioihin. Esimerkiksi ihmiset ovat eläimiä ylempiä, yksilöitä koskevat arvot ovat korkeampia kuin esineitä koskevat, oikeus on ylempi kuin hyöty. Laatuun liittyvässä säännössä taas suositaan seikkaa siksi, että se on ainutkertainen, harvinainen tai korvaamaton, että on kyse tilaisuudesta, joka ei toistu. Tämä sääntö johtaa eliittien suosimiseen massan kustannuksella, poikkeuksellisen asettamiseen normaalin edelle. (Perelman 1996, 36–39.)

Sidosmuotoisia argumentteja on kolmenlaisia: kvasiloogisia, todellisuuden rakenteeseen nojautuvia ja todellisuuden rakennetta määritteleviä (Perelman 1996, 59; Summa 1996, 71.) Kvasiloogisia argumentteja ovat muun muassa ristiriita, samastaminen ja vertailu. (Perelman 1996, 60–63, 70, 86.) Todellisuuden rakenteeseen nojaavissa argumenteissa luodaan sidoksia yleisesti hyväksytyyn ja hyväksyttäväksi haluttavan välille useimmiten peräkkäisyys- ja rinnakkaisuussiteiden avulla. Peräkkäisyysiteitä ovat esimerkiksi kausaalisuhteet ja keino-päämäärä-suhteet. Rinnakkaisuussiteissä argumentit perustuvat esimerkiksi henkilön ja tämän tekojen vuorovaikutukseen. (Mt., 93–102.) Todellisuuden rakennetta luovia argumentteja puolestaan ovat esimerkiksi havainnollistukset, mallit, esimerkit ja analogiat. Myös metaforat kuuluvat siis näihin keinoihin. (Mt., 120–129.) Erottelumuotoisissa käsitelmissä puolestaan erotellaan ilmiö ja todellisuus niin, että ilmiö on tietoisuuden lähtökohta ja todellisuus kriteeri ilmiöiden arvioimiseksi. Arkiajattelussa käytettäviä erotteluja ovat muun muassa keino ja päämäärä, seuraus ja tosiseikka sekä teko ja henkilö. (Perelman 1996, 142–146.)

Ehkä parhaiten sisäisyys näkyy Kulttuurituotissa käytetyissä todellisuuden rakennetta luovissa argumentointikeinoissa. Kulttuurituotisten käyttämät metaforat ovat yllättävän sotaisia. Lastenteatteri murtaa kielimuurin, teatterinjohtaja hankkii kannuksensa, kulttuuri-instituutit kokoavat voimiaan ja hanke tähtää. Argumentaatio saa dramaattisuutta ja voimaa ja vetoaa muihinkin kuin kaunotaiteista kiinnostuneihin. Helsingin taidemuseon johtajavalintaa koskevassa jutussa asetetaan henkilöstö ja johto vastakkain, ja asian päättävistä äänestyksistä odotetaan tiukkoja. Todennäköisesti asia ei ole aivan näin yksinkertainen, mutta näin esitettynä se on dramaattinen ja urheilukilpailun tai taistelun kaltainen. Suurelle yleisölle myös havainnollistetaan asioita: orkesteri on instrumentti (soitin ja väline), Franck pääsee sisään vain maksetulla pääsylipulla, musikaalissa tehdään töitä keholla, Thorin vasara on kuin ballistinen ohjus... Suurin osa käytetyistä havainnollistuksista esiintyi haastateltavien kommentteissa, ei kertojan diskurssissa. Kertoja on siis yleinen ja jopa ylimielinen, kun taas haastateltava selittää ja selventää asiaa. Voidaan ajatella, että haastateltava pyrkii identifioitumaan kehen tahansa katsojaan, tavoittelemaan itselleen

mahdollisimman suurta yleisöä, kun taas kertoja identifioituu asiantuntijana erityisyleisöön. Välillä roolit menevät tosin toisinkin päin.

Peräkkäisyysiteet liittyvät usein talouteen. Rahan tai sen puutteen takia tapahtuu asioita. Oslossa eläkkeet ovat syy taloustilanteeseen, joka on syy Sarasteen nihkeään alkuun. Järjestyksen avulla luodaan samanlaisia luonnollisen näköisiä lopputuloksia. Tuotteistamiskisa tuo Lapin muotoilun Helsinkiin, ja sieltä pääsee ulkomaille. Raflaavat metaforat ja havainnollistavat argumentointikeinot pyrkivät siis vetoamaan laajaan yleisöpohjaan.

Hierarkiat toimivat myös käsitteiden tasolla. Kahden tekijän suhteuttaminen toisiinsa esimerkiksi rinnastuskonjunktion avulla merkitsee niiden lähentämistä, asettamista samalle tasolle. Sama ajatus voidaan muotoilla myöntävästi tai kieltävästi: jälkimmäisessä tapauksessa se näyttää kiistävän jonkun muun esittämän myönnön. Kielto voi myös näennäisen viattomasti vihjata, että kiistetyssä ajatuksessa on jotain perää. (Perelman 1996, 55–56.) Kun jutussa Oslon filharmonikoista viitataan moneen kertaan siihen, miten johto ei ole puuttunut ohjelmistovalintoihin eikä käsenyt viihteellistämään niitä, niin herää kysymys, olisiko syytä, kun sitä näin kovasti kielletään? Juice, oikea taiteilija, ei tee kompromisseja. Radion kuuntelussa ei ole ollut muutoksia eikä tarjonta ole monipuolistunut, vaikka tähän varmasti pyrittiin, siis uudistus on epäonnistunut. Franckin puolesta ei järjestetä uusia mielenilmauksia. Toimittajan diskurssi lähes ehdottaa, että pitäisi järjestää. Aalto-yliopiston muodostamisedotusta taas kiirehditään kiittelemään. Se viittaa siihen, että negatiivinen näkökanta elää hyvin vahvana. Kulttuuriuutiset ottaa tällä tavalla yllättävän paljon kantaa asioihin, ja tekee sen lähinnä kertojadiskurssissa. Jopa ”radio laulaa vanhaa laulua”, siis sanontaa mukaillen veisaa vanhaa virttä, mikä on selvästi huono asia. Nopeassa televisioilmaisussa myönteinen ilmaisu on aina kielteistä parempi, että katsoja varmasti ehtii tajuta sen. Siksi kieltävällä rakenteella kikkailu vetoaa varmasti paremmin asioista perillä olevaan asiantuntijayleisöön.

Kulttuuriuutisten käyttämät argumentointikeinot viittaavat siihen, että vaikka ollaan suuren yleisön asialla, ollaan myös kulttuurin puolella. Argumentaatioissaan Kulttuuriuutiset pyrkii miellyttämään sekä universaali- että erityisyleisöjä. Universaaliyleisöihin kuitenkin vedotaan jopa vähän halvoilla keinoilla, kuten sotaisilla metaforilla, ja asiantuntijayleisöjen annetaan samalla oivaltaa itse asioita.

Määrän argumentoinnilla perustellaan, että paljon on parempi kuin vähän – on peräti 17 kulttuuri-instituuttia tai kuuntelijoita on näin ja näin paljon. Määrät liittyvät myös siihen, miten kulttuurista

tehdään tosiasioista pursuava uutinen. Seuraavaksi siirryn siihen, kuinka kulttuuriuutisesta tehdään talouden ja tosiasioiden avulla uutisagendalla entistä merkittävämpi.

6.4 Talous tekee kulttuurista uutisen

Talousretoriikan yleisyys kulttuurijournalismissa on kiinnostava kysymys. Ylen tv-uutisia koskevassa tutkimuksessaan Pietilä (1998, 170–172) kiinnittää ainoassa analysoimassaan kulttuuria käsittelevässä jutussa (Mirjam Helin -laulukilpailu, 16.8.1994) huomiota siihen, että lyhyen uutissähkeen kuudesta virkkeestä viiteen on saatu tungetuksi luku- tai numeromaininta. Joistakin uutistutkijoista lukujen esittäminen on retorinen keino, jolla uutisen vaikutelmaa puhtaasta tosiasiallisuudesta silataan vielä entisestään.

Toimipa niiden esittäminen tässä näin tai ei, ainakin se säästää selostuksen jopa stereotyyppistä YLEmäisyyttä: asiaa, asiaa ja vielä kerran asiaa – niin kuivasti että natisee. (Pietilä 1998, 170.)

Hartley esimerkiksi kirjoittaa, että sanavalinnoilla luodaan totuudellisuutta – totuus tapahtui eilen tai tänään, on faktoja, nimiä, numeroita ja sitaatteja, jotka kaikki todentavat uutista (Hartley 1992, 58). Tosiasiallistamisen retoriikka näkyy myös Kulttuuriuutisissa, vaikka niiden ei tarvitse kilpailla oman lähetyksensä sisällä muista aiheista kertovien juttujen kanssa. Puoleen aiheista (10/19) liittyi jollain tavalla kysymys taloudesta tai hallinnosta, esimerkiksi budjetista tai johtajanvaihdoksesta. Huomio luku- tai numeromaininnoista ei toteudu aivan yhtä huomattavasti kuin Pietilän tutkimuksessa. Radion kanavaosuuksia käsittelevässä jutussa kerrotaan prosentteja sekä kuuntelijamääriä ja Helsingin taidemuseon johtajavalintäänestyksestä kerrotaan kandidaattien äänimäärät. Faktuaalistamista ilmentäviä numeromainintoja ovat lähinnä EU:n kulttuuri-instituutioiden kumppanuushankkeessa esitelty EU:n jäsenmaiden ja Suomen kulttuuri-instituuttien määrä sekä prosenttiluku, joka kertoo, paljonko Ruotsin taidemuseoiden kävijämäärä on vähentynyt pääsymaksujen säätämisen jälkeen.

Toimittaja: Uudessa katto-organisaatiossa on mukana 19 jäsenmaata. Suomesta mukana on kaikki 17 kulttuuri- ja tiedeinstituuttia.

Toimittaja: Dagens Nyheter -lehden tutkimuksen mukaan valtion museoissa kävi tammikuussa keskimäärin 35 prosenttia vähemmän ihmisiä kuin viime vuoden alussa.

Kenneth Burken retoriikkateorioissa esiintyy käsite terministinen ilmaisu. Nämä ilmaisut ovat tyhjentäviä ja lopullisia ja samalla vääristäviä tapoja kuvata todellisuutta. Ne pohjautuvat usein eräänlaisiin jumala-termeihin perustuvaan kielenkäyttöön. Burke väittää rahan olevan modernien länsimaisten yhteiskuntien jumala-termi: kun jokin toiminta on selitetty rahallisesti, ei muuta tarvitse sanoa tai selittää. (Summa 1996, 60.) Lukujen ja numeroiden viljelemisen lisäksi kulttuurista tehdään tosiasiallinen uutinen vetoamalla talouden termeihin ja yhteiskunnan instituutioihin. Budjettileikkaukset, talous, ministerit ja ministeriöt, erilaiset johtajat ja johtokunnat, hallitukset, valtuustot, hankkeet, organisaatiot, tutkimukset, kilpailut, tehostaminen, koordinointi, näkyvyys, markkinat, myynti, kansainvälisyys, rahoittajat ja asiantuntijat seikkailevat lähes jokaisessa tutkimusviikon uutisessa. Talous on uutisten kovaa ydintä, joka tekee myös kulttuuriuutisista entistä kovempia ja vakavampia.

Toimittaja: ...heti alkajaisiksi Saraste törmäsi Oslossa kylmään arkeen, kun filharmonikkojen toimitusjohtaja erosi marraskuussa protestiksi orkesterin budjettileikkausten johdosta.

Toimittaja: Ennen kuin SanomaWSOY pääsi valtakunnallisille radiomarkkinoille, liikenne- ja viestintäministeri siivosi radioaalloilta Sävelradion sekä Radio Cityn. Järjestelyn seurauksena Erkot perivät taajuuden, joka aiemmin kuului ruotsalaiselle Bonnierille.

Toimittaja: Kiasman tuore johtaja Berndt Arell tehostaisi pääkaupunkiseudun suurten taidemuseoiden välistä koordinointia.

Toimittaja: Helsingistä etsitään ponnahduslautaa myös kansainvälisille markkinoille.

Tämä talousdiskurssi puuttuu oikeastaan vain muutamasta jutusta: Juicen muistokonsertista, Porvoon tuomiokirkon jälleenrakennuksesta, Sibeliuksen unohdetuista nuoruudenteioista ja kansainvälisistä lasten ja nuorten teatteripäivistä. Bonnierin journalismipalkintoehdokkaat ovat uutinen, koska kyseessä on kilpailu. Vilpittömimmin talousdiskurssia välttelisi varmasti juttu Miehen työ -elokuvasta, mutta onnettomuudekseen elokuva käsittelee protestanttisen työetiikan kritiikkiä ja sitä kautta tietysti työtä ja rahaa. Viikinkimusikaali-juttu hakee oikeutta varsinaisen talousretoriikan sijaan vetoamalla kansainväliseen yhteistyöhön, asiantuntijoihin ja esityksen loppuunmyymiseen. Vastaanottajia suostutellaan hyväksymään vallitseva esisopimus: talous on tärkeää, talous on uutinen. Erkki Karvonen huomauttaa, että talous ja politiikka kulttuuristuvat samalla kun kulttuuri ja politiikka ekonomisoituvat. Tällöin kulttuurin osa-alueita aletaan esimerkiksi brändätä ja markkinoida entistä tehokkaammin, entistä enemmän talouden ehdoilla.

(Karvonen, luento 13.9.2007.) Talouden merkitys kasvaa siis koko kulttuurin kentällä jatkuvasti. Kulttuuriuutisten kannalta talousretoriikka tekee uutisista kovempia ja tuo niihin poliittisen aspektin. Talouden ja politiikan avulla kulttuuriuutiset kilpailevat uutisagendan kärkeen pääsemisestä muiden aihealueiden uutisten kanssa ja ovat varteenotettavampia kisaajia uutiskilpailussa. Siksi nämä aiheet näkyvät Kulttuuriuutisten diskurssissa niin selvästi. Niiden kautta Kulttuuriuutisten näkökulma tuntuu kääntyvän universaaliyleisöön, sillä uutisten kovien aiheiden ajatellaan olevan sellaisia, joiden pitäisi kiinnostaa kaikkia – perinteisesti siis miehiä.

Myös Kulttuuriuutisten toimituksessa talousdiskurssi tunnustetaan. Gustafsson kuvailee, että kun nyt on keksitty, että kulttuuri on myös taloutta, on virkamiestasollakin alettu ottaa huomioon kulttuurin tekijät. Gustafssonin mielestä talousdiskurssi ei ole kulttuurijournalismille uhka, vaan se voi auttaa perustelemaan juttujen merkittävyyttä.

Meidän [Kulttuuriuutisten] ongelma on se että kun me joudutaan aina taistelemaan olemassaolosta tai oikeutuksesta, niin ehkä pitää tavallaan myös myydä itsensä sitten näille uutispääliköille ja muille. (...) Onhan raha tärkeää, ei siitä pääse mihinkään, on se tärkeä edellytys kulttuurille, että kyllä siitä pitääkin uutisoida ja laskea. (Miia Gustafsson)

Gustafssonin mielestä vientibändeistä ja muista vastaavista lähtenyt kulttuuritaloushuuman yleinen diskurssi on kuitenkin hiipumassa. Toimittajatkään eivät enää jaksaisi tehdä kulttuurivienti- tai elokuvarahoitusjuttuja. Tutkimusviikon juttuvalikoimassa talousdiskurssi näkyy silti edelleen. Toisaalta vaikka talouden ylivalta näkyy, voi Kulttuuriuutisista tehdä myös sitä vastustavia luentoja. Esimerkiksi Saraste ei suostu viihteellistämään ohjelmistoaan budjettileikkausten takiaakaan, liiallista työn arvostamista kritisoidaan Miehen työ -elokuvassa ja sisäänpääsymaksut vähentävät kävijöitä. Helsingin korkeakoulujen yhdistäminen Aalto-yliopistoksi sai elinkeinoelämän järjestöt kiittelemään: argumentin voi lukea myös niin, että tätä taloudesta lähtenyt muutosta tulisi Kulttuuriuutisten mukaan vastustaa. Kulttuuriuutisissa taide on yhä rahaa arvokkaampaa.

6.5 Johtajia ja julkkiksia

Samalla, kun kulttuuri ekonomisoituu, etenee myös julkkistuminen populaarin viihdeteollisuuden alueelta kohti vakavampia alueita kuten liike-elämää, politiikkaa, tiedettä ja taidetta (Karvonen, luento 13.9.2007). Informatiivisten ohjelmien sisältö on keventynyt, ja ohjelmat ovat muuttuneet ammattitaitoisemmiksi mutta samalla laskelmoivammiksi. Televisio on tehnyt entistä suuremman harppauksen populaarikulttuurin ja pintajulkisuuden kentälle. (Aslama ym. 2007, 74–77.)

Julkiskulttuuri valuu myös taiteeseen ja sen mukana jo ennestäänkin henkilöityneeseen kulttuurijournalismiin. Tästä voidaan nähdä hyvänä esimerkkinä Mikko Franckin erouutisointi. Nuori kapellimestari on julkkis sanan varsinaisessa merkityksessä, vaikka tuleekin korkeakulttuurin puolelta. Vaikka ei olisi koskaan kuunnellut klassista musiikkia tai käynyt Franckin konsertissa, on mies tuttu tv:stä ja iltapäivälehdistä.

Tutkimusviikolla Ylen Kulttuuriuutisissa uutinen on johtajan valinta, ajankohtainen tapahtuma, palkinto tai katsaus päättäneeseen tai meneillään olevaan prosessiin. Uutinen on kova, ja siihen liittyy olennaisena talous tai hallinto, vaikka talousdiskurssia myös vastustetaan. Kritiikin perinteeseen pohjautuvaa arvottavaa uutisointia ei näissä lähetyksissä juuri nähdä.

Viikinkimusikaalin maailmanensi-iltaan sentään viitataan visuaalisesti häikäisevänä ja nykymiehen arvojen käsittely Miehen työ -elokuvasta tehdyssä jutussa sisältää myös arvio-ominaisuuksia. Pääuutisten Thorin vasara -jutussa ryypäävien viikinkien todetaan kiinnostavan ihmisiä, koska teos on loppuunmyyty. Tätä painotetaan kahteen otteeseen. Kulttuuriuutisissa loppuunmyymistä ei mainita. Sen sijaan siinä korostetaan, että vaikka musiikki on oopperan lisäksi poppia, rockia ja etnoa, on se oopperalaulajallekin haastava. Musikaalin visuaalisuutta kehutaan, sisällöstä ei sanota mitään. Musikaalin kuvailemisen tulta ja savua pursuavaksi ja loppuunmyydyksi voi lukea arvottavan Thorin vasaran massakulttuuriksi, siis huonoksi. Miehen työ taas on protestanttisen työmoraalin käsittelyllään laadukas. Uutisankkuri eli ylin kertoja tosin muistuttaa, että työmoraalia kritisoi ohjaaja Aleks Salmenperä, ei toimittaja. Toimittaja-kertoja suhtautuu elokuvaan ja sen päähenkilöön hieman huvittuneesti. Juha on yritteliäs mies, jolla pitää olla pelit ja vehkeet. Kun päästään elokuvan sanomaan, huvittuneisuus kuitenkin katoaa. Miehen työ on jokaista koskettavista arvoista ja tuntemuksista puhuva elokuva, joka siis täyttää kulttuurin laatuksiteerit. Massojen mielestä kiinnostaviin korkeakulttuurin tuotteisiin, pop-musikaaliin ja elokuvaan, suhtaudutaan siis ristiriitaisesti, toisaalta kehuun, toisaalta vähän alentuen.

Suosion, johtajuuden ja julkkisten korostuminen kuitenkin viittaa jälleen universaaliyleisön kosiskeluun. Kun kaikilla lähetyksessä seikkailevilla hahmoilla on joltain kannalta korkea status, korottaa se myös Kulttuuriuutisten uutisarvoa tavallisen katsojan silmissä. Tuntematon, vaikka kuinka kriitikkojen ylistämä, taiteilija ei tekisi sitä yhtä hyvin.

Universaaliyleisöön vetoaa myös se, että perinteiset uutiskriteerit ovat suurimman osan ajasta merkittävässä roolissa myös Kulttuuriuutisissa. Ajankohtaisuutta korostetaan usein kertomalla esimerkiksi päivämääriä ja viittaamalla tulevaisuuteen. Toimijat ovat lähinnä eliittejä. Negatiivisuus

ei ole yhtä tärkeä kriteeri kuin yleisuutisissa, mutta yllättävän moni uutisista on silti negatiivissävytteinen. Läheisyys on tärkeää, ja kansainvälisyys, erityisesti Suomen näkyminen maailmalla, on selvästi yksi Kulttuuriuutisten suuntautumisalue. Ainoastaan Ruotsi kelpaa aiheeksi ilman näkyvää sidettä Suomeen.

Pääuutislähetyskseen nousi tutkimusviikolla viisi aihetta: jutut Oslon Filharmonikkojen budjetista, kaupallisista radioista, Mikko Franckin irtisanomisajan lyhentämisestä, Miehen työ -elokuvasta ja Thorin vasara -musikaalista. Kolme ensimmäistä aihetta toteuttaa perinteisiä uutiskriteerejä: ne koskevat eliittiä, ovat negatiivisia, henkilöityneitä, kulttuurisesti merkittäviä, yllättäviä ja ajankohtaisia. Kaksi viimeistä taas sopii kulttuuriuutisen kriteereihin: ne ovat kiinnostavia, ajankohtaisia ja visuaalisia. Laatumäärettä, teemojen koskettavuutta, molemmissa korostetaan. Tämän perusteella Kulttuuriuutinen voi nousta ”oikeisiin uutisiin” sekä tasapainoista lähetystä tuottavan kiinnostavan uutisen avulla, tai sitten kovien talousdiskurssiin liittyvien uutisten avulla. Päivän valikoima vaikuttaa tähän varmankin eniten. Yhtenä päivänä yhtään kulttuuriuutista ei nostettu pääuutisiin.

6.6 Sana, kuva ja ääni

Sanan ja kuvan suhteet voidaan jakaa neljään: sana ja kuva (1) vastaavat toisiaan täysin, (2) vastaavat toisiaan osittain, (3) eivät vastaa toisiaan ja (4) niillä on vastakkainen suhde. Suhteet voidaan jakaa Peircen merkkiteorian pohjalta ikonisiin (kuva esittää sitä, mistä sana puhuu), indeksisiin (kuva esittää jotain sanoin kerrottuun kytkeytyvää, esimerkiksi rutistuneet autot, kun kerrotaan, miten onnettomuus tapahtui) ja symbolisiin (kuva esittää muuta kuin mistä sana puhuu, mutta se voidaan tulkita vertauskuvaksi). Pietilän mielestä nämä jaottelut yksinkertaistavat suhteita liiaksi, sillä sana ja kuva tuottavat useammalla eri tasolla tietyn merkityksen, joka on enemmän kuin niiden merkitysten summa. (Pietilä 1998, 186–187.) Yhdestä otoksesta voi löytyä useampia suhteita.

Sanan ja kuvan suhteista puhuessaan Pietilä viittaa niiden yhtymäkohtaan, jossa epäsuoratkin vastaavuudet tunnistetaan kulttuurisen tietämyksen perusteella. Selostuksen yhteydessä kuva alkaa kertoa meille jostakin, mistä se erillään selostuksesta olisi vaiti. Mutkikkaimmissa sana–kuva-suhteen tapauksista kuvat eivät saa merkitystään otoskohtaisesti, vaan vasta jutun laajemmassa kokonaisuudessa. (Pietilä 1998, 187–192.) Samaa kulttuurista tietämystä ja merkitysten siirtoa voidaan käyttää äänen tai musiikin ja niiden herättämien mielikuvien tunnistamisessa.

6.6.1 Kuva ohjaa tulkintaa

Vaikka Kulttuuriuutisten katsojan voidaan olettaa olevan tietoinen ohjelman genrestä, ja siksi tunnustavan myös sanan ja kuvan epäsuoria vastaavuuksia, voi kuvien nähdä muodostavan myös monella tapaa ristiriitaisia merkityksiä. Esimerkiksi jutussa korkeakoulujen yhdistämisestä sana ja kuva yhdistyvät vain tekstin avulla. Jos kuvan tapahtumista ei kerrotaisi heti tekstillä ”TaiKin promotio 11.1.2007”, ei katsoja varmasti tietäisi, missä mennään. Kun puhutaan Raimo Sailaksesta, nähdään kauttaaltaan maalattu mies hiippailemassa valkeassa luolassa. Vasta kun puhutaan painopisteen siirtymisestä pois taiteen ja kulttuurin aloilta, kuvitukseen tulee järkeä. Tämä on sitä taidetta ja kulttuuria, josta puhutaan: omituista performanssia, mutta myös vaikkapa lopussa kuultavaa viulumusiikkia. Kontrasti ruokalassa kuvattuihin haastattelukuviin on suuri. Riviopiskelijat eivät näytäkään promotion oudoilta hörhöiltä, vaan tavallisilta nuorilta aikuisilta.

Saraste-jutussa taas puhutaan kangerteleavasta alusta, mutta päinvastoin, johtaminen näyttää keskittyneeltä ja sujuvalta. Haastattelukuvassa Saraste istuu sohvalla taaksepäin nojaten, käsi polvella. Asennon voi tulkita joko rennoksi tai varautuneeksi, pois päin vetäytyneeksi. Seinällä hänen takanaan ja vieressään on kultakehyksisiä mustavalkoisia valokuvia henkilöistä, ehkä entisistä kapellimestareista? T-paidassa ja neuletakissa, kuvien kehystämänä Saraste on selvä taiteilija, jolla on haastattelutilanne hallussa. Virkamies, orkesterin toimitusjohtaja, taas nähdään ovensuussa mainosten keskellä puvussaan. Hän edustaa rahaa, ei näkemystä, ja hänelle annettu asema ovensuussa on selvästi Sarastetta epävarmempi.

Välillä teksti ohjaa tekemään kuvista vääriä päätelmiä. Radiojutun kuvituskuviin näyttäisi olevan pelkkiä miehiä, kun tekstissäkin painotetaan koko ajan äijäradion menestystä. Vasta lopussa selviää, että yksi kuvien hahmoista onkin lyhyttukkainen nainen. Kuvissa näkyvien radiotoimittajien puhetta ei kuulla lainkaan, jolloin tilaa katsojan omille tulkinnoille jää paljon.

Kun kuvissa mennään pääkaupunkiseudun ulkopuolelle, näyttäytyy esimerkiksi tamperelainen kulttuuri vähän rahvaanomaisena Juicen muistokonsertista kertovassa jutussa, samoin kuin myöhemmässä teatteripääkaupunkijutussa. Juicen konsertissa soittaa kaksi kantritähden tyyliin pukeutunutta, hattupäistä miestä. Kuvat Vuonna 85 -manserockmusikaalista näyttävät korkeakulttuurisen teatterinkin farkkuliivisenä kansankulttuurina, ei eliittikulttuurina. Ei turkulaisilla tai lappilaisillakaan hyvin mene korkeakulttuurisessa mielessä: lappilainen muotoilu on

huopatossuja, turkulainen kulttuuri markkinoita ja taistelukohtauksia teatterissa. Näissä esimerkeissä kuva ja teksti eivät vastaa toisiaan kovin hyvin ja kuva muuttaa tekstin merkityksiä.

Toisaalta esimerkiksi Helsingin taidemuseon johtajavalintaa käsittelevässä jutussa kylttejä, joissa eri tavoin lukee sana ”museo”, näytetään läkähdyttävän paljon. Orkesterinjohtajia käsittelevissä jutuissa kyseessä oleva johtaja pidetään tiukasti kuvissa lähes koko ajan. Kun puhutaan koruista, näytetään koruja, Sibeliuksesta puhuttaessa Sibeliusta, lehtijutuista puhuttaessa niitä lehtijuttuja, kuvitetaan tekstiä kaiken kaikkiaan hyvin tarkasti. Jutut paikannetaan usein avausotoksella, joka kertoo, missä ollaan: Kiasmassa, radion studiossa, Ruotsissa, Brysselissä ja niin edelleen.

Epstein uskoi, että visuaalisesti epätydyttävät uutiset voivat saada katsojan vaihtamaan kanavaa (Epstein 1973, 261). Kulttuuriuutisilla on mahdollisuus pelata juuri aiheidensa visuaalisuudella. Teatterista tai elokuvasta saa helposti hyvää kuvaa. Toisaalta taas kirjallisuusaiheiden esittäminen televisiossa voi olla hankalaa. Näyttääkin siltä, että ilmiselvästi visuaalisia aiheita, teatteria ja elokuvaa, lukuun ottamatta Kulttuuriuutisten kuvamaailma on yllättävän staattinen ja etäinen, täynnä still-kuvia, julkisivuja ja käveleviä ihmisiä, tv-uutisten varmaan yleisintä kuvituskuva.

Musiikin jälkeen yleisimmät aiheet tutkimusviikolla olivat teatteri ja kuvataide. Maalauksia ja veistoksia näkyy kuvissa paljon. Suurin osa niistä on moderneja ja abstrakteja, esittävimpinä Tennispalatsin Doisneau-valokuvanäyttelyn kuvat. David Hallen (1992) mukaan juuri abstraktia taidetta idealisoidaan ja ajatellaan sen vaativan ylempiä kykyjä. Abstraktin taiteen näyttelyt on usein suunnattu vain kultivoituneimmalle yhteiskunnan segmentille. Halle tutki käsityksiä abstraktista taiteesta haastatteleamalla ihmisiä eri naapurustoissa ja vierailemalla heidän kodeissaan katsomassa, millaista taidetta siellä on. Abstrakti taide todellakin kuuluu eliitin makuun. Työväenluokan kodeissa sitä ei näy. (Halle 1992, 131–136.) Abstraktia taidetta esittelemällä, samoin kuin esimerkiksi TaiKin valmistujaisperformanssia näyttämällä, Kulttuuriuutiset siis flirttailee eliitin ja asiantuntijayleisön kanssa, vaikka muuten kuvitus on helposti turhankin itsestään selvää ja universaaliin makuun suuntautuvaa.

Autenttisuus on yksi uutisten vaatimus (esim. Fiske 1987, 289). Erityisesti tv-uutiset korostavat filmimateriaalinsa autenttisuutta mahdollisimman paljon, esimerkiksi näyttämällä toimittajan olevan paikalla. Autenttisuus on yksi syy siihen, miksi taustamusiikkia ei uutisissa juuri käytetä. Kulttuuriuutiset poikkeaa tästä musiikin käytössä, mutta toimittajan läsnäoloa korostetaan välillä: mikrofoni näkyy useissa kuvissa ja tutkimusviikolla oli myös yksi stand up -juonto, radiokilpailua

käsitlevässä jutussa. Tällaisen juonnon ainoa tarkoitus ei ole korostaa läsnäoloa, vaan niin toimitaan lähinnä ulkomaan uutisissa. Aivan tavallisessa kotimaan uutisjutussa stand upin tehtävä voi olla pelastaa yksi spiikki kuvittamiselta: toimittaja otetaan kuviin, jos muuta kuvamateriaalia on vähän. Tässä tapauksessa kyse on jälkimmäisestä. Vaikka radion lähetysstudio on ulkopuolisen silmin mielenkiintoinen paikka, ei sieltä löydy kovin paljon erilaista kuvattavaa.

Normaali kameran etäisyys televisiossa on puolikuvasta lähikuvaan. Fiktiossa dramaattinen lähikuva täyttää lähes koko ruudun, kun asiaohjelmissa lähikuva on hieman hillitympi, pään ja olkapäät kattava kuvakoko. Lähikuvat tuottavat tasavertaisuutta ja intiimiyttä katsojan kanssa. Etäisyyttä käytetään siirtämään katsojan sympatiat roistoista sankareihin. Fiske muistuttaa, että tämä pätee muka-objektiivisiin uutisiin ja ajankohtaisohjelmiin siinä missä fiktioonkin. Toinen television kuvailmaiselle ominainen asia ovat yksinkertaiset, vähän yksityiskohtia sisältävät kuvat, joita leikataan nopeaan tahtiin. (Ellis 1984, 131; Fiske 1987, 7–8.) Kulttuuri uutisten kuvat sisältävät aika paljon yksityiskohtia, esimerkiksi teatterissa tai orkesterin kuvauksessa, ja niitä leikataan rauhallista tahtia. Haastateltavat esiintyvät lähes aina lähikuvassa. Pari kertaa haastateltavaan zoomataan, kuin hän olisi kertomassa jotain dramaattista. Näin ei käy. Helsingin taidemuseon johtajavalintaa käsittelevässä jutussa apulaiskaupunginjohtaja Björklund kertoo: ”Tarkoitus on käsitellä se lähiviikkoina ja tavoitteena on kyllä se että maaliskuussa kaupunginvaltuusto voisi taidemuseon johtajan valita.” Franck sentään kertoo zoomauksen jälkeen hymyillen pääsevänsä sisään vain pääsylipulla. Lähetyksissä yritetään ihmisten tuomista lähelle ja tunteiden näyttämistä, mutta se ei oikein onnistu. Lastenteatterijutussa on kuvattu läheltä katsomossa istuvia lapsia, mutta valitettavasti kuviin ei siinäkään satu voimakkaita tunnereaktioita. Kaiken kaikkiaan Kulttuuri uutisten juttujen kuvituksissa ihmiset jäävät etäisiksi ja kuvat jättävät katsojan ulkopuolelleen. Kovien uutisten ehdoilla mennään tässäkin: uutisen muoto on hyvin tarkkaan määritelty myös kuvallisesti, eikä uusia asioita kokeilla. Tuttu ja turvalliseen tyytyvä kuvamaailma sopii varmasti kaikkien katsojien silmille, vaikka vetoavat tunnereaktiot jäävätkin uupumaan.

6.6.2 Musiikki muuttaa merkitystä

Kulttuuri uutiset, jotka eivät kykene räväyttämään kovilla uutisilla, saavat helposti katsojan huomion (vrt. Ellis 1984, 160–162) visuaalisuuden lisäksi auditiivisuudella, ja siksi Kulttuuri uutisissa musiikilla on uutislähetyskeksi poikkeuksellisen vahva merkitys. Tutkimusviikolla jutuista kolme käsitteli orkesterien asioita niin, että kuvissa näytettiin soittajia, yksi käsitteli muistokonserttia, kaksi juttua oli kuvitettu musikaalilla, ainakin yhteen oli valittu taustamusiikki ja muutamassa

muussa jutussa musiikkia kuullaan kuvaustilanteen taustalla. Orkesteriharjoituksista on kuvaustilanteessa voitu ottaa erikseen nauhalle pidempi pätkä teoksesta, jota soittajat harjoittelevat, mutta leikkauksen takia luonnollista, sataprosenttista ääntä ei voi käyttää.

Jukka-Pekka Sarasteen työstä Oslon Filharmonikkojen johdossa kertovan uutisen taustalla soi moderni klassinen musiikki. Kuvissa näytetään Sarastetta johtamassa keskittyneesti orkesterin keskellä. Erityisesti viulistit esiintyvät kuvissa. Viihteellistämisestä puhuttaessa orkesterin soittama teos sattuu olemaan varsin riitasointisessa kohdassa.

Toimittaja: Mutta vaikka orkesterin talous on siis tiukalla, niin filharmonikkojen johto ei ole puuttunut Sarasteen valitsemaan ohjelmistoon ja vaatinut sen viihteellistämistä.

*Ei, se tommonen ajattelutapa niinku viittaa vähän tonne Atlantin toiselle puolelle, että siellä otettais tämmönen lääke käyttöön aika helposti
(Jukka-Pekka Saraste, Kulttuuriuutiset, ilman kuvaa)*

Tästä voi helposti tehdä kaksi luentaa. Myötäilevä luenta näkee, että juuri tällaista taidemusiikkia tuleekin soittaa, vaikka se ei välttämättä iske suuren yleisön makuun. Vastustava luenta taas voi ottaa toimittajan sanat vihjeenä. Miksi ei epämääräisten riitasointujen sijaan viihteellistetä ja soiteta sitä, mistä ihmiset oikeasti pitäisivät?

Perjantain jutussa kapellimestari Mikko Franckista soi taustalla Straussin monelle ei-niin-kulttuurintuntijallekin tuttu valssi Tonava kaunoinen. Torstaina näytetyissä Franckia käsittelevissä sähkeissä musiikki taas on häivytetty taustalle tunnistamattomaksi, mutta vaikka kuvaustilanne on selvästi sama (jutuissa on käytetty jopa aivan samoja kuvia), ei musiikki ole. On musiikkivalinta sitten toimittajan, orkesterinjohtajan tai autenttisen tilanteen sanelema, herättää se tyystin toisenlaisia mielikuvia kuin Saraste-jutun moderni musiikki. Tonava kaunoinen on kepeä ja duurivoittoinen ja edustaa monelle miellyttävintä ja tutuinta klassista musiikkia, jota radiosta ja televisiosta kuulee. Franckin ikävää tilannetta korostamaan olisi Saraste-jutun tapaan sopinut moderni, räikeän riitasointinen musiikki. Jutun aihe on kulttuuriministeri Tanja Saarelan vaatimus siitä, että vasta oopperan uusi hallitus päättäisi Franckin irtisanomisajan työvelvoitteesta. Ehkä toimittaja haluaa kyseisessä jutussa luoda toivoa Franckille, tai sitten kenties jopa pilkata tätä, luoda juttuun ristiriitaa?

Todennäköisempi vaihtoehto musiikkivalinnan taustalla on toisenlainen. Kulttuuria koskevien kysymysten esittäminen tutkimustilanteessa ihmisille, jotka eivät pidä itseään kultivoituneina, sulkee helposti heidän vastauksistaan pois sen, mikä heitä todella kiinnostaa, sillä he keskittyvät etsimään kaikkea sellaista, mikä voisi muistuttaa kulttuuria. Esimerkiksi Straussin valssit vastaavat tavallisten ihmisten käsityskannalta sitä, mistä porvarit pitävät. (Bourdieu 1987, 96.)

Kulttuuriuutiset uppoavat tähän ansaan tai haluavat tietoisesti miellyttää tavallista talleajaa, joka mieltää Straussin ainoaksi klassiseksi musiikiksi, lisätessään juuri tällaista ”kevyttä klassista” orkesterijuttujen taustalle.

Kolmas, erilainen esimerkki musiikin käytöstä on lappilaisen käsityö- ja muotoilutaidon esittäytymisestä Helsingissä kertovassa sähkössä. Juttu alkaa kuvalla huopatuotteista ja taustalla soi koko sähkökuvituksen ajan joiku. Tässä musiikki on selvästi toimittajan taustalle valitsema, sillä kuvamaton pohjalla on äänenä pelkkä musiikki, ei lainkaan taustahälyä, kun taas samassa näyttelytilassa haastatellun projektipäällikön puheen taustalla musiikkia ei kuulu lainkaan. Tämä sähkö luo musiikin avulla hyvin perinteistä kuvaa lappilaisuudesta, ja samaa tekee etenkin jutun lähtökuvana huopatuotteista ja pannunalusista. Näyttelyssä esitellään muutakin, kuten moderneja painokankaita ja niistä tehtyjä alusasuja, mutta muuttuuko katsojan mielikuva enää alun jälkeen? Ensimmäiset esittelykuvat ja ääni ovat niin voimakkaita, ettei muita kuvia välttämättä oteta enää vastaan erilaisena lappilaisuutena, vaan perinteinen mielikuva säilyy. Perinteisellä joiulla helsinkiläistoimitus joka tapauksessa tuottaa eteläsuomalaisille eksotiikkaa ja varmistaa, että katsoja tietää mistä on kyse: tämä on nyt aitoa ja oikeaa Lappia. Jos taustalle olisi valittu saameksi räppäävän Amokin musiikkia, olisi vaikutelma ollut varsin erilainen.

Musiikin käytöllä mielikuvia voidaan ohjailla, ja etenkin Lappi-uutinen on siitä hyvä esimerkki. Musiikin käyttö sopii elementtinä Kulttuuriuutisiin tavallisia uutislähetystyyppejä paremmin, tietysti luonnollisista tilanteista tulevan musiikin takia, mutta myös muuten aiheiden ja yleisön odotusten puolesta, sillä Kulttuuriuutisilta voi odottaa vapaampaa, taiteellisempaa muotoa. Näissä esimerkeissä musiikkivalinnat ovat yllättäen tyypillisiä, ja aiheuttavat jopa ristiriitoja tai turhia merkityksiä uutisiin. Kuvien ja musiikin tulkinnassa katsojaa pidetään välillä vähän tyhmänä, välillä tarjotaan esittelemättömiä taideteoksia sivistyneen eliitin bongattavaksi ja välillä jälleen viitataan, että muualla kuin pääkaupunkiseudulla sitä vasta pöljiä ollaankin.

Musiikin käyttö uutisjutuissa on selvästi vaikeaa. Sen avulla olisi mahdollisuus vedota niin asiantuntija- kuin universaaliyleisöön, mutta näissä esimerkeissä musiikki lähinnä hämmentää

merkitysten tulkintaa. Se onnistuu kuitenkin kiinnittämään huomion ja tekemään jutuista muista uutisista erottuvia. Näin tulkittuna musiikin käyttö Kulttuuriuutisissa vetoaa erityisyleisöjä enemmän massoihin.

7 Toimijat ja näkökulmat sisäisyleisön paljastajina

7.1 Kulttuuriuutisten näkökulma ja diskurssi

Tässä tutkimuksessa olen nyt tarkastellut Kulttuuriuutisia sekä yleisesti rakenteen ja ulkoasun tasolla että yksityiskohtien, argumenttien ja kuvavalintojen tasolla. Seuraavaksi kiinnitän huomion lähetyksissä esiintyviin näkökulmiin, toimijoihin ja diskursseihin, joiden avulla kuva sisäisyleisöstä hahmottuu lopullisesti.

Tv-uutiset pyrkivät näkökulmattomuuteen: ymmärrettävyyteen, puolueettomuuteen ja totuuden esittämiseen. Television toimiminen ilman näkökulmaa on kuitenkin mahdotonta. Kaikki kuvat ja äänet ovat alisteisia kuvitteelliselle katsojalle, ja kamera asettaa katsojan aina johonkin näkökulmaan, esimerkiksi keskustelun toiseksi osapuoleksi (Hartley 1992, 77–78). Näkökulma voidaan jakaa fokalisaatioon (kuka näkee?) ja ääneen (kuka puhuu?), ja sen kannalta voidaan pohtia myös sitä, kuka tietää ja kuka kokee? (Tammi 1992, 15–16.)

Kulttuuriuutisissa kamera asettaa katsojan etäälle tapahtumista. Teoksia tarkastellaan kunnioittavan välimatkan päästä niin teatterin lavalla kuin taidemuseossakin. Haastateltavat eivät tule mitenkään poikkeuksellisen lähelle muihin uutislähetysiin verrattuna. Orkesteriharjoitukset sentään ottavat katsojaa mukaan sisäpiiriin, kun kamera pääsee kurkistamaan siviilivaatteissa harjoittelevia soittajia kohtalaisen läheltä. Kamera ei kuitenkaan vie missään vaiheessa kenenkään iholle ja tunteisiin.

Näkökulmaa voidaan tutkia esimerkiksi esiintyjien katseen suunnan erittelyn avulla. Uutisankkurin asemaa vahvistetaan sallimalla hänelle suora katsekontakti kameraan ja sen kautta yleisöön. Haastateltavat sen sijaan katsovat hieman kameran ohi. (Esim. Ellis 1984, 132–134.) Katsekontakti toimittajan ja katsojan välillä vahvistaa mielikuvaa siitä, että yleisö ja toimittajat ovat meitä, kun haastateltavat puolestaan kuuluvat ulkopuolisiin niihin. Näin katsojat ovat toimittajien tapaan tapahtumien sivustaseuraajia, tosin ilman pääsyä paikan päälle, kotiinsa eristettyinä. Katsojat ja toimittajat (yksityinen) ovat siis samalla puolella, haastateltavat (julkinen) toisella. (Ellis 1984 134, 160, 166–167, Hartley 1992, 76–77.) Monet tutkijat kuitenkin esittävät, että katsojat voivat

samastua myös uutisissa haastateltaviin ihmisiin toimittajien sijasta. (Esim. Hartley 1992, 77, Bennett 1988, 34.) Kun on tutkittu ihmisten käsityksiä siitä, kuka puhuu totta kuvassa, niin kameran sivuun katsovaa ihmistä pidetään luotettavampana kuin suoraan kameraan tuijottavaa. Ilmeisesti juuri siksi, että kameran ohi katsovat mielletään toimittajien haastattelemiksi asiantuntijoiksi ja auktoriteeteiksi.

Näkökulman yhteydessä voidaan puhua myös diskurssista. Diskurssin voi määritellä lausetta suuremmaksi kielenkäytön yksiköksi sosiaalisessa kontekstissa. Sen analyysi sisältää kielenkäytön mikrotason ja kontekstin makrotason. (Leiwo & Pietikäinen 1996, 103.) Diskurssi on siis eräänlainen puhetapa.

Kertoja on tärkeässä asemassa uutisten ideologisen puhuttelevuuden tarkastelemisessa, sillä kertojan kautta yleisön suhde uutistekstiin välittömimmin solmiutuu. Narratologian mukaan näkökulma on se prisma, jonka kautta kertojan tekstissä kielellisesti esittämä asia välittyy havaittuna, koettuna tai tiedettynä. Näkökulma voi olla kertojan oma tai kuulua esimerkiksi jollekin tekstin henkilöistä. Ridellin mukaan uutisessa kertojan ja henkilöiden diskurssit ovat tasavertaisempia kuin narratologiassa yleensä on ajateltu, sillä uutisten tuottamista säätelee normatiivinen kielto puuttua henkilöiden puheen sisältöön (Ridell 1994, 117). Etenkään tv-uutisessa puheen sisältöä ei voi muokata mielivaltaisesti. Näin toimija tai haastateltava voi päästä puhuttelemaan yleisöä omaehtoisesti ja voi onnistua huutelemaan omia kutsuhuutojaan kertojan ohi. Toisaalta se, jolla on pääsy televisioon, ei puhu enää omasta puolestaan. Henkilön statukseksi tulee sitaatti, ja sen panos ryöstetään semioottisesti. Sanottava muuttuu fiktioksi, draaman osaksi. (Hartley 1992, 28.)

Kertoja on tekstiä hallitseva diskurssi siinä mielessä, että toimittaja on rakentanut sen turvin juttunsa sekä organisoanut ja muokannut siihen sisällyttämiään muita diskursseja sekä niiden painotuksia. Tämä tekninen hallintakin tarjoaa mahdollisuuden huomattavaan vallankäyttöön siinä, kenen tai minkä hyväksi kertojan valtaa uutisissa käytetään. Hedelmällisintä onkin tarkastella kertojan ja henkilöiden diskurssien suhteita niiden välisen potentiaalisen kamppailun kannalta. Diskurssien väliset suhteet ovat tärkeitä siksi, että niitä erittelemällä saadaan ote siitä, että uutisten objektiivisena esittäytyvä merkityksenanto itse asiassa määräytyy erisuuntaisten intressien kamppailussa. Samalla selviää se, keiden ääniä uutistekstissä kertojan vallalla tuetaan ja keiden horjutetaan, ketkä pääsevät itse ääneen ja keitä referoidaan, keiden puhetta lukijoille erityisesti totena suositellaan. (Ridell 1994, 114–118, Hartley 1992, 86–87.)

7.2 Toimijat ja lähteet

Seuraavaksi tarkastelen lähetysten toimijoita. Kulttuuriuutisissa taiteilijoita nähdään itse asiassa vähän, vain kuusi kappaletta koko viikon aikana. Taiteilijoiden sijaan tutkimusviikon aikana Kulttuuriuutisissa ääneen pääsivät liikenne- ja viestintäministeri, kulttuuriministeri, Helsingin apulaiskaupunginjohtaja ja Lapin liiton projektipäällikkö. Taiteilijoita eivät ole myöskään Oslo Filharmonienin toimitusjohtaja, Suomen Radioiden Liiton puheenjohtaja ja SBS Finlandin toimitusjohtaja, radion ohjelmajohtaja, Kiasman johtaja tai Tampereen Työväen Teatterin markkinointipäällikkö. Ankkurin tai toimittajan puheissa viitattiin myös valtiosihteeri Raimo Sailaksen johtamaan työryhmään, opetusministeri Antti Kalliomäkeen, Erkkoihin, Kansallisoopperan johtoon, elinkeinoelämän järjestöihin, SanomaWSOY:hyn ja Ruotsin hallitukseenkin. Ääneen päässeitä taiteilijoita olivat ainoastaan kapellimestari Jukka-Pekka Saraste, ohjaaja Katariina Lahti, ohjaaja ja käsikirjoittaja Aleks Salmenperä, ylikapellimestari Mikko Franck, muusikko Mika Sundqvist ja ”turkulaistenori” Seppo Ruohonen. Muut jutuissa esiintyneet ihmiset edustivat kyllä taideinstituutioita, mutta johtajan, työntekijän tai opiskelijan asemassa, ei taiteilijana. Taideteollisen korkeakoulun opiskelijat ovat näistä ääneen päässeistä lähimpänä tavallista ihmistä. Toisaalta esimerkiksi henkilövalintojen ympärillä pyöriviin aiheisiin tavallisen tallaajan mielipidettä on hyvin hankala sovittaa.

Naiset ovat Kulttuuriuutisissa vähemmistössä, kuten uutisissa yleensäkin. Heitä on viikon otoksesta seitsemän, kun miehiä taas on äänessä kolmetoista kappaletta. Myös kertojan diskurssissa referoidut tai muuten nimeltä mainitut henkilöt olivat suurimmaksi osaksi miehiä. Kuvissa nähdään paljon kadulla, tapahtumassa tai museossa kulkevia ihmisiä.

Rentolan mukaan vakiintunutta journalismin lähdeyyppiä luonnehtivat seuraavat asiat: lähde edustaa tiettyä tahoja, hänellä on tietty, vakiintunut asema, jonka nojalla hän toimii lähteenä ja hänellä on vakiintunut suhde toimitukseen. Ensimmäisen lähdesäännösten mukaan lähdeyyppi kykenee välittämään täsmällisiä tosiasialauseita erotukseksi silminnäkijälausunnoista, jotka ovat epätasällisiä. Kiinnostavuuteen nojaavan toisen lähdesäännösten mukaan lähteeksi valitaan henkilö pelkän kiinnostavuuden, ei uutiskriteerien mukaan. Rentolan mukaan lähdeyyppi luo uutisen ”todellisuuspohjan”. (Rentola 1983, 33–38.)

Gustafsson kertoo Kulttuuriuutisten haastateltavien valinnasta, että koska lähetys on niin lyhyt ja usein haastateltavalta tarvitaan vain yksi kommentti, pitää haastateltavan puhua todella hyvin. Usein

joudutaan hylkäämään mahdollisia haastateltavia, jotka puhuvat esimerkiksi liian hitaasti tai muuten epäselvästi. Samat tutut henkilöt valikoituvat lähetykseen juuri siksi, että he ovat hyviä tai televisionomaisia. Usein instituutioiden johtajat ovat hyväpuheisia, kun monien taiteilijoiden ilmaisu taas ei sovi television lyhyeen formaattiin. He eivät ehkä osaa kielellistää tai tiivistää sanomaansa tai taidettaan – mikä on tietysti ihan ymmärrettävää, siksi he tekevät taidetta, Gustafsson muistuttaa. Haastateltavien valintaan vaikuttaa aina myös se, että töitä joudutaan tekemään kiireellä, ja virkamiehet ja instituutioiden johtajat ovat helposti tavoitettavissa. Taiteilijoiden yllättävän vähäiselle näkyvyydelle on siis käytännön syy, mutta samalla tekijöiden puuttuminen tekee uutisista jälleen kovempia.

Passiivista käytetään erityisesti silloin, kun teko on sen luonteinen, ettei sen tekijää haluta korostaa (Kuusisto 1996, 277). Kulttuuriuutisissa sitä esiintyy tutkimusviikolla hyvin vähän. Pikemminkin tekijän määrittely joka kerta esimerkiksi kaupunginvaltuustoksi korostaa sen tärkeyttä, että tekijänä on mahdollisimman usein joku vaikuttava ihminen tai instituutio.

Ellisin (1984) mukaan uutiset voidaan nähdä myös jatkuvana ei-fiktio-sarjana, joka ei tähtää mihinkään tiettyyn lopputulokseen, vaan lähetysten välissä päädytään vain väliaikaiseen nollatilaan. Tällainen avoimen lopun sarjamuoto tarjoaa katsojalle pysyvän ja vakaan tilanteen, jossa tapahtuu erilaisia asioita viikosta ja päivästä toiseen ja puidaan samoja ongelmia. Kuten fiktiosarjoissa, myös uutisissa voidaan seurata tuttujen henkilöiden seikkailuja: mitä heille tapahtuu ensi viikolla? (Ellis 1984, 123–125, 154–157.) Tutkimushetkellä kulttuuriuutisissa seikkaili esimerkiksi Mikko Franck, ja varmasti vaikkapa kulloisenkin kulttuuriministerin puuhia seurataan tässä jatkosarjassa tarkkaan. Kulttuurin kenttä on Suomessa pieni, mikä lisää entisestään tuttujen ihmisten esiintymistiheyttä Kulttuuriuutisissa.

Perelmanin mukaan henkilön maine vaikuttaa siihen, miten hänen sanansa tulkitaan. Kun kyse ei ole teoista vaan mielipiteistä ja varsinkin arvoarvostelmista, puhujan henkilön lisäksi myös hänen tehtävällään ja roolillaan on oma vaikutuksensa hänen saamaansa vastaanottoon. Samat huomautukset ymmärretään eri tavoin riippuen siitä esittäkö ne asianajaja, syyttäjä vai tuomari. Tämän henkilö/teko -sidoksen perusteella kehitellään muita sidoksia, kuten yksilö/ryhmä -sidos. Vähemmistöryhmän edustajaa pidetään esimerkiksi herkemmin edustavana kuin enemmistöryhmän jäsentä. Tiettyjä yksilöitä, kuten suurlähettiläitä, pidetään edustavina asemansa nojalla. Henkilö voi toimia myös jonkin asian tai aikakauden symbolina, tai jos hän tekee symboloimansa asian läsnä olevaksi, hän toimii metonymiana. (Perelman 1996, 111–116.)

Perelmanin esittämiä tilanteita, joissa henkilö toimii symbolina, ei tutkituissa lähetyksissä ollut. Sen sijaan metonymiana toimiviksi henkilöiksi voi lukea esimerkiksi Taideteollisen korkeakoulun opiskelijat, jotka tuovat näkyväksi uutisankkurin sähkötekstissä mainitsevat puolesta ja vastaan olevat opiskelijat. Kaikissa jutuissa kommentoijaksi on lähdetty hakemaan hierarkialtaan mahdollisimman korkeaa eliitin edustajaa. Ehkä asiantuntijayleisön ei luoteta hyväksyvän, että taiteesta voi lausua myös joku joka ei kuulu kulttuurieliittiin. (Vrt. Perelman 1996).

Kulttuurieliittiä eivät siis suinkaan ole vain taiteilijat. Erilaisten taidelaitosten ja valtionhallinnon johtajat ovat kulttuuria seuraavalle kansalaiselle kaukana kulttuurin lopputuotteesta, mutta Kulttuuriuutisissa pääsevät ääneen niin liikenne- ja viestintäministeri kuin teatterin markkinointipäällikkökin. Tämä viittaa pyrkimykseen universaalista kovasta uutisesta: ei yritetä vedota tiettyä taidelajia tuntevan erityisyleisön mieltymyksiin, vaan tehdään takuuvarmasti arvostettua uutismattoa.

7.3 Kenelle kertoja puhuu?

Toimijoiden analysoiminen ei sekään vielä riitä, vaan on pohdittava, miten ja kenelle lähetysten toimijat puhuvat. Ridellin mukaan kertovalla diskurssilla ja toimijoiden diskurssilla on omat yleisöoletuksensa, joita voidaan tutkia erikseen. Aiemman tutkimuksen mukaan kaikki television uutislähetykset on suunnattu kenelle tahansa, joka sattuu kanavalle kääntämään (esim. Ellis 1984, 137–138; Hartley 1992, 111). Silloin olisi helppo olettaa, että toimittajien luoma kertova diskurssi on tehty universaaliyleisölle. Nyt pirstoutuneiden yleisöjen digiaikana, ja varsinkin kun kyseessä on teemautislähetys, ei tämä oletus pidä enää paikkaansa, vaan yleisökäsitys on tutkittava ja muodostettava uudelleen.

Narratologian hierarkkisessa mallissa kertoja, henkilöt ja teksti ovat hierarkkisessa suhteessa toisiinsa (Tammi 1992, 12). Uutisankkuria voi verrata fiktion kaikkitietävään, luotettavaan kertojaan. Hän on siis ylin auktoriteetti, joka antaa muille ikään kuin luvan puhua. Jutuissa eniten lähetysten välillä muuttuneiden juontojen ja sähkeiden kirjoittaminen uusiksi liittyy lähinnä uutisankkurin työhön, sillä jokainen ankkuri muokkaa toimittajien tekemät tekstit suuhunsa sopiviksi. Uutistoimittaja taas on ankkurin alainen, ja haastateltavat puolestaan uutistoimittajan alaisia. Mitä alemmaksi tässä hierarkiassa laskeudutaan, sitä epäluotettavampia ja subjektiivisempia kertojat – toimijat – ovat.

Alustavasti voidaan tulkita, että Kulttuuriutisten kertoja puhuu universaaliyleisölle ja haastateltavat erityisyleisöille. Heti maanantain lähetyksessä Jukka-Pekka Saraste kertoo johtamastaan Oslon Filharmonisesta orkesterista:

Se tekijä että on niinku oma instrumentti niin se on yhtäkkiä tuntuu et se niinku merkitsee paljon. Oman instrumentin kans voi harjoittaa ohjelmistopolitiikkaa ja tehdä laajempaa repertuaaria ku mitä silloin kun vierailee. (Jukka-Pekka Saraste, Kulttuuriutiset)

Saraste voisi lisätä kommenttinsa väliin vielä ”tiätsä”. Hän tajuaa, ettei moni ymmärrä, miltä oman orkesterin johtaminen tuntuu, ja käyttää metaforana omaa instrumenttia, puhuu siis musiikin ammattilaiselle tai vähintäänkin harrastajalle, joka tietää, millaista sitä omaa instrumenttia on soittaa. Ehkä Saraste suuntaa sanansa Kulttuuriutisten toimittajalle, jonka hän olettaa työn puolesta ymmärtävän asiasta jotain. Hurrin mukaan kulttuuriosastojen toimittajat ja avustajat ovatkin varsin koulutettua joukkoa. Siitä syntyvä näkökulmien vastakkaisuus ja ristiriidat maallikkojen ja asiantuntijoiden välillä ovat kaiken tiedonvälityksen ongelma. (Hurri 1983, 164.)

Tiistaina kerrotaan radiotoimilupien hakemuksista. Kaupallinen radio laulaa yhä vanhaa laulua, tuomitsee toimittaja heti alkuun. Suomen radioiden liiton puheenjohtaja, SBS Finlandin toimitusjohtaja Leena Ryyänen kommentoi uusia kanavia, etteivät ne tuo kuulijalle mitään hyötyä, vaan soittavat samaa rokkia.

Kuuntelijat eivät ole hyötyneet, radiotarjonta ei ole mitenkään.... monipuolistunut tai muuttunut, rokki on rokkia ja suurin osa kanavista toimii ja soittaa ihan sitä mitä ennenkin. (Leena Ryyänen, Kulttuuriutiset)

Mikä monipuolistumisen tekisi, jää katsojan tulkittavaksi. Olisiko se kenties klassinen musiikki, vai tarkoittaako Ryyänen indiepopia? Tässä tapauksessa Ryyänen esittämät vaihtoehdot huonolle massamusiikille taitavat olla iskelmä ja ikivihreät lakkautetun Sävelradion muistoissa. Osa katsojista ehkä tietää, että SBS Finlandille kuuluvat valtakunnalliset kanavat Iskelmäradio ja populaarimusiikkia soittava The Voice, sekä muutama paikallisradio. Tavallisten, kaupallisten rokkiradioiden kuunteleminen arvotetaan toimittajan diskurssissa kaiken kaikkiaan huonoksi, Yle on niiden yläpuolella. Ryyänen puhuu kuitenkin eri diskurssissa kuin toimittaja, Ryyänen puhuu Sävelradion kuuntelijalle.

Ruotsin museoiden yhteistyöstä puhuessaan Kiasman johtaja Berndt Arell suuntaa sanansa kaikille, mutta keille kaikille:

Siellä on ihan normaalia, että museonjohtajat tapaavat säännöllisesti ja keskustelevat aikataulusta ja projekteistaan, mutta Suomessa on jotenkin tällainen ilmapiiiri, ettei haluta kertoa omia salaisuuksia ja suunnitelmia toisilleen ja sit lopputulos voi olla tällainen et kaikki kärsivät siitä. (Bendt Arell, Kulttuuriuutiset)

Siis näyttelyiden yhtäaikaisista käynnistymisistä kärsivät kaikki? Siitä kärsivät erityisesti museotoiminnan pyörittäjät ja taiteilijat, joille näyttelynavauksen saama julkisuus on tärkeää, ehkä siitä hieman kärsivät myös aktiiviset museossa kävijät, ja heistäkin vain pääkaupunkiseudulla asuvat. Eivät kaikki suomalaiset.

Erityisen hyvin sisäisyleisöön ja toimijoiden diskursseihin päästään käsiksi perjantain jutussa Thorin vasara -musikaalista, josta on tehty täysin eri versio pääuutisiin ja Kulttuuriuutisiin. Pääkaupunkiseudun kulttuurieliitin diskurssi näkyy siinä selvästi. Pääuutisten kärki Thorin vasarasta lähtee tiedolla musikaaliensi-illan suosioista ” Julmat ja paljon ryyppäävät viikingit tuntuvat kiinnostavan, sillä musikaali on lähes loppuunmyyty.” Sitten siirrytään lähes puolen jutun ajaksi viikinkimarkkinoille. Musikaalin varsinaista tekemistä käsitellään lyhyesti ja sitten palataan taas tosiasiaan, että musikaali on lähes loppuunmyyty.

Kulttuuriuutisissa kärkenä ankkurin juonnossa on suomalais-virolainen yhteistyö ja saman päivän maailman-ensi-ilta. Markkinoilla ei käydä, ne vain mainitaan jutun alussa. Kulttuuriuutisten viikingit ovat hurjia, julmia ja raakoja, pääuutisissa julmia, paljon ryyppääviä ja pelottomia, intiaanivanki taas kaunis. Pääuutisissa annetaan monipuolisemmin määreitä, että musikaali kiinnostaisi useampaa ihmistä – siis niin naiskauneuden, julmuuden kuin ryyppäämisen ystäviä, molemmissa lähetyksissä mainittujen räiskeen ja tietysti monipuolisen musiikin lisäksi. Tuntuu kuin kulttuuri ei voisi kiinnostaa massayleisöä itsessään, vaan siihen on haettava mahdollisimman paljon raflaavia elementtejä.

Kulttuuriuutisten jutussa virolaisista tekijöistä mainitaan kaksi, libretisti ja sanoittaja Ville Kangur sekä tallinnalainen säveltäjä Aivar Joonas, pääuutisissa vain jälkimmäinen, jonka tunnettuutta kotimaassaan painotetaan. Kulttuuriuutisten yleisö saa itse päätellä herrojen olevan tunnettuja. Kulttuuriuutisissa mainitaan sekä tuli- että viikinkiasiantuntijat, pääuutisissa vain jälkimmäiset.

Jonna Kosonen on pääuutisissa Nylon Beatista tuttu, siis kaikkien katsojien tuttu. Kulttuuriuutisissa hän on noussut tunnetuksi Nylon Beatista, siis etäisempi ja hierarkiassa ylempi kuin kaikkien tuttu.

Kiinnostavinta on tenori Seppo Ruohosen kommentti, joka on lähetyksissä eri. Pääuutisissa hänellä ei ole titteliä lainkaan, vain toimittajan spiikissään mainitsema ”turkulaistenori”. Kulttuuriuutisissa Ruohonen saa tämän lisäksi nimiplanssiin tittelin ”professori”.

Tässä on ihan toisenlaisia haasteita kun taas oopperassa jossa tehdään taas niinku akustisesti keholla. Tässä syntyy aivan, tää on sen takia mielenkiintoinen koska tässä on ihan toisenlaiset vivahteet ja myöskin haastava tieteenki ja sitten toisaalta on myöskin se asia että nyt saa taas esittää sitä ikäistään niinkuin hahmoa. (Seppo Ruohonen, pääuutislähetys)

Pääuutisten katsojalle puhutaan ympäröivästä keholla tekemisestä ja ikäisensä hahmon esittämisestä, siis asioista, jotka jokainen voi ymmärtää tai ainakin tulkita haluamallaan tavalla. Kulttuuriuutisissa Ruohonen on päästetty puhumaan äänialoistaan, tenorista ja bassobaritonista, ja roolien vaatimasta lähes kolmen oktaavin laulamisesta. Hän myös ottaa kontaktia Kulttuuriuutisten yleisöön tai toimittajaan viittaamalla, että jokainen laulaja ymmärtää nämä haasteet ja sen, miksi roolin laulaminen on jopa naurettavan haastavaa. Jokainen laulaja voi naureskella asialle yhdessä Ruohosen kanssa.

Tenoria tää ensimmäinen rooli ja sit on niinku bassobaritonia toinen rooli täs on myöski tämmönen aika laaja kolmatta oktaavia tää ääniala niin sekin on semmonen haasteellinen ainaki laulajalle, (naurahdus) niinkun jokainen laulaja tietää et siin on, sen takia antaa myöskin kiehtoo kovasti tehdä tätä. (Seppo Ruohonen, Kulttuuriuutiset)

Äänialojen nimeitykset ovat selvästi kulttuurin erikoissanastoa. Jutun toimittaja on päättänyt, että Kulttuuriuutisten katsoja ymmärtää laajan äänialan vaatimat haasteet, kun taas pääuutisten katsojalle haasteiksi tarjotaan ”erilaisia vivahteita verrattuna oopperaan”.

Edellyttäessään yleisöltä juuri tietynlaisen tiedon ja tietynlaisten merkitysten hallintaa lajityypit, tässä tutkimuksessa siis kulttuurijournalismi ja uutinen, pitävät yllä tietynlaista sosiaalista toimijuutta (Ridell 1998, 47). Kaikki seikat, joista puhuja puhuu, on kuvattava kielellä, jota yleisö ymmärtää. Näin ne sisältävät tosiasialuonteensa ohella aina myös kuvauksensa ja tulkintansa tavan. Tekstin tulkinnassa merkitys tuntuu annetulta, kun teksti on selkeää eli sillä näyttää olevan vain yksi mielekäs tulkinta. Tällainen selkeyden kokemus voi tosin johtua myös tietämättömyydestä.

(Perelman 1996, 50–51.) Esimerkiksi Ruohosen kommentin kehollisuudesta voi ottaa vain jonkinlaisena fyysisyytenä tietämättä sen tarkemmin, millaista lihastyötä laulaminen vaatii.

Kulttuuriuutisten kertojat puhuttelevat siis kulttuurieliittiä aina kun voivat. Jutuissa pyritään universaaliyleisöön, mutta toive asiantuntijayleisöstä putkahtelee esiin jatkuvasti. Vaikka aiemmin tuli ilmi, että suurin osa jutuissa käytetyistä havainnollistuksista esiintyi haastateltavien puheessa, näyttää siltä, että erityisesti haastateltavat puhuvat silti erityisyleisölle, asiantuntijayleisölle, korkeakulttuuria tuntevalle eliitille. Ehkä haastattelutilanteessa helposti oletetaan toimittajan olevan perillä asioista ja Kulttuuriuutisten toimittajalle puhutaan kuin lähes vertaiselle. Kyllä uutisten kertojakin silti olettaa selvästi, että on olemassa jotain tiedon tasoa koskevia esisopimuksia yleisön kanssa.

Hartleyn mukaan seitsemän eri identifikaatiota, jotka ovat yleisöjen saatavilla ja joita television katsojia rohkaistaan valitsemaan, ovat itse, sukupuoli, ikäryhmä, perhe, luokka, kansa ja etnisyys. Ne ovat eriarvoisia: esimerkiksi perhettä rohkaistaan televisiossa enemmän kuin luokkaa. (Hartley 1992, 29.) Kulttuuriuutiset ehdottaa katsojalleen eniten luokkaa (eliitti) ja kansaa (Suomi). Perhe, jota tutkimuksissa on pidetty television suurimpana määrittävänä kohdeyleisönä, jää sivuun. Vain yhdessä sähkejutussa käsitellään lastenkulttuuria. Muuten perheet, lapset ja nuoret unohdetaan, ja tarjotaan katsojalle identifioitumista itsenäiseen aikuisuuteen. Etnisyyttä ei käsitellä. Naiset jäävät vähemmistöön, Kulttuuriuutisten pääasiallinen toimija, ja siis identifikaation kohde, on mies.

Kulttuuriuutiset pyrkii Ylen tavoitteiden mukaan olemaan aidosti kansallinen ja käsittelemään koko maata. Tämä rajoittuu silti lähinnä suuriin kaupunkeihin, tietysti jo tapahtuma- ja uutistarjonnan sekä työvoiman puitteissa. Jokaisessa lähetyksessä käytiin ainakin kerran Helsingin ulkopuolella, mutta paikkakuntia ei tarjota identifikaation kohteiksi Helsinkiä lukuun ottamatta. Neljässä lähetyksessä viidestä käännettiin katsetta ulkomaille, mutta Suomi-kytkös on aina kansainvälisyysuutisten taustalla. Ruotsi on erityistapaus, jota voi käsitellä ilman erikseen mainittua Suomi-yhteyttä. Honkavaara havaitsi saman asian tutkimuksessaan: Ruotsia käsitellään maan oman kulttuurikentän, ei Suomen, kautta. Hän epäilee, että Ruotsi-uutiset voisi olla suunnattu lähialueilla liikkuville suomalaisturisteille. (Honkavaara 2001, 71.) Näissä lähetyksissä tulee kuitenkin ennemmin sellainen vaikutelma, että Ruotsi on ihannoitu malli tai isovelji, jonka tekemisistä pitäisi ottaa oppia hyvässä ja pahassa. Esimerkiksi museoiden ilmaisuuden loppuminen Ruotsissa esitettiin niin, että Suomi voisi ottaa siitä opikseen. Helsingin lisäksi Suomen muista kaupungeista lähetyksissä esiintyivät Tampere (2 kertaa), Turku (2 kertaa), Porvoo (kerran) ja Oulu (kerran).

Lapista puhutaan samassa mielessä kuin kaupungeista, huomioimatta sen laajuutta. Lappi on tosin tullut toimituksen ja yleisön luo pääkaupunkiin. Helsinki edustaa eliittiä, muut Suomen kaupungit kansankulttuuria ja eksotiikkaa.

Ellisin mukaan televisio esiintyy usein ensimmäisessä persoonassa (minä, me) ja osoittaa puheensa katsojalle toisessa persoonassa (sinä, te). Tämän television ja katsojien muodostaman me-konsensuksen ulkopuolelle jääviin muihin (kolmas persoona, hän, ne), joita sekä televisio että katsojat seuraavat, kohdistetaan usein esimerkiksi vihaa, huolta, välinpitämättömyyttä, sääliä ja holhoamista. (Ellis 1984, 139.)

Kulttuuriuutisten lähetyksissä meitä ovat perinteisesti suomalaiset. Meitä ovat myös suomirokin ja Juicen ystävät, radion kuuntelijat, laulajat (”niin kuin jokainen laulaja tietää...”), helsinkiläiset, eurooppalaiset ja suomalaiset miehet. Niitä, ulkopuolisia, lähetyksissä on enemmän. Niitä ovat lapset, muita kieliä puhuvat, Atlantin toisella puolen asuvat, muu maailma, ruotsalaiset, opiskelijat, todelliset taiteilijat, tamperelaiset, turkulaiset, lappilaiset, julmat ja ryyppäävät viikingit, ne, jotka eivät tule esitykseen, museon työntekijät ja erilaiset hallinnolliset johtajat.

Katsoja samastetaan siis pääkaupunkiseudulla asuviin ja eurooppalaisiin ihmisiin, enemmän miehiin (jopa äijiin) kuin naisiin. ”Me” kuuntelemme radiota, mutta kaipaamme sinne monipuolisuutta, ja harrastamme musiikkia, ehkä laulua. Juicesta me pidämme. Ruotsalaisista puhutaan pariinkin otteeseen ulkopuolisina, mutta ihailten. Kyllä Ruotsissa osataan. ”Me” käymme esityksissä, emme ole lapsia, nuoria tai opiskelijoita, emme ihan todellisia taiteilijoitakaan. Katsojat ovat ulkopuolisia, vailla vaikutusmahdollisuuksia hallinnossa, mutta alan harrastajia, joilla on tavallista enemmän tietämystä. Julmat ja ryyppäävät viikingit on toki fiktiivinen tuote, mutta siitä puhutaan lähetyksessä niin, että ”me” emme ryyppää, ryyppääminen on jotenkin eksoottista ja näyttää kiinnostavan ”niitä”, sillä esitys on loppuunmyyty. ”Meitä” se lähinnä huvittaa.

8 Lopuksi: Laaja erityisyleisö vai asiantunteva massa?

Tv-uutisissa on oleellisesti kyse kollektiivisten identiteettien esittämisestä ja yhteisöllisyyden symbolisesta tuottamisesta. Tuotantokäytäntöihin ankkuroituu tapoja, joiden nojalla tekstissä etusijaistetaan merkityksiä ja suostutellaan vastaanottajia niiden kannalle tarjoten heille samalla kuviteltujen yhteisöjen jäsenyyksiä. Journalististen tekstien osalta erittely kohdistuu tällöin oleellisesti niihin diskursiivisiin strategioihin, joilla tekstiin tuotetaan yhtenäisyyttä. (Ridell 1998,

72–73.) Ridellin mukaan kansallisuus on se kollektiivinen identiteetti ja kansakunta se ”kuviteltu yhteisö”, joita tv-uutisissa nykyisellään representoidaan erityisen keskeisesti. Kansallisuuden ohella tv-uutisissa representoidaan myös pienempiä ryhmiä tai ryhmäkohtaisempia kollektiivisia identiteettejä, kuten perhettä. Kiihtynyt tv-utiskilpailu ja lisääntynyt uutistarjonta eivät ole muuttaneet lajityyppiä sen kansallisen kehyksen osalta, vaikka paineita on muuttaa julkisen palvelun asiapitoista uutismuotia viihdyttävämpään suuntaan. (Mt., 90–91.) Suomalaiset – ja helsinkiläiset – näyttävät olevan myös Kulttuuriuutisten ensisijaisesti tarjoama yhteisö. Toki halutaan olla myös eurooppalaisia, mutta ei missään nimessä amerikkalaisia eikä oikein tamperelaisia tai turkulaisiakaan. Ruotsalaisia ihaillaan. Viihdyttävyyden ja kansallisen kehyksen yhdistäminenkin onnistuu kulttuurigenressä, kun puhutaan esimerkiksi kaikkien suomalaisten suosikkimuusikko Juice Leskisestä.

8.1 Kulttuuriuutisten sisäiskatsoja

Naiset pitävät yleisesti korkeakulttuuria selvästi tärkeämpänä asiana elämässään kuin miehet, ja nuoret taas suhtautuvat siihen nuivasti. Vaikka kulttuurisivujen lukija on tutkimusten mukaan useimmin nainen, on Kulttuuriuutisiin pääsy yhä helpompaa miehille, ja naistoimijat ovat vähemmistössä. Uutiset ovat miehinen genre. Vaikka toimittajat olisivat jo kyllästyneitä talouden korostamiseen, tuovat edelleen näkyvä talustematiikka ja uutisten muuttuminen entistä kovemmiksi Kulttuuriuutisia muutenkin lähemmäs miehistä uutismaailmaa. Kulttuurituote on helposti nimenomaan tuote, ja tuotteistamisdiskurssi ja -vaatimus näkyvät myös tv-uutisissa. Kaikkien tuotteiden pitää myydä itsensä jollekin yleisölle, myös Yleisradion Kulttuuriuutisten. Nykyisessä mediamaailmassa uutisia tehdään liukuhihnalta, nopeasti ja mahdollisimman halvalla, jolloin aikaa vievä analyysi väistämättä jää vähemmälle. Ehkä sen paikka ainakin kulttuurin kentällä onkin muualla, ajankohtaisohjelmissa, liitteissä ja aikakauslehdissä.

Tv-uutisten lupaus läpinäkyvyydestä ehdottaa katsojan rooliksi helposti sivullisuutta tai ulkopuolisuutta: esitetyillä tapahtumilla ei näytä olevan yhteyttä jokapäiväiseen elämään. Samalla tapahtumat itsessään esittäytyvät sellaisiksi, joihin ainakaan tavalliset ihmiset eivät voi vaikuttaa. Katsojien asema suhteessa uutistodellisuutta esittävään journalistiseen koneistoon on alisteinen esitysteknisesti tarjotusta me-liitosta huolimatta. (Ridell, 1998, 99.) Ellis toteaa, että suhteessa televisiossa esitettäviin tapahtumiin voimattoman sivustakatsojan ainoiksi vaihtoehtoisiksi jäävät suuttuminen tai sympatisoiminen (Ellis 1984, 170). Kulttuuriuutiset jäävät niin etäisiksi ja tunteita herättämättömiksi, ettei sivustakatsoja tee kovin voimakkaasti kumpaakaan, vaikka lähetys siihen

selvästi pyrkii luomalla vastakkainasetteluja sekä kertomalla konflikteista ja ristiriidoista esimerkiksi taidelaitosten johtajavalinnoissa. Osa lähetyksissä esitellyistä tapahtumista tai teoksista on kuitenkin sellaisia, että ne voivat ainakin aktivoida katsojaa tarttumaan kirjaan tai menemään teatteriin, vaikka varsinaiseen uutiseen, kuten Tampereen julistautumiseen teatteripääkaupungiksi, ei omalla toiminnalla mitään vaikutusta olisikaan. Osallistumaan innostavia juttuja on jopa yllättävän paljon verrattuna yhdestä lähetyksestä aiemmin tekemääni koeanalyysiin. Esimerkiksi Thorin vasara -musikaalin ja Miehen työ -elokuvan voi mennä katsomaan, jälkimmäisen missä päin Suomea tahansa. Myös radionkuuntelu on kaikille mahdollista. Kulttuuriuutisten katsoja ei ole aivan ulkopuolinen.

Hartleyn mielestä televisio suhtautuu yleisöön opettavaisesti, ja pitää sitä lasten kaltaisena (Hartley 1992, 17). Tanskalaisia televisionkatsojia tutkinut Klaus Bruhn Jensen toteaa, että monissa projekteissa on tullut ilmi, että median yleisöt osaavat tunnistaa, tulkita ja arvostaa myös tekstin ja kuvan diskurssin muita, piilotettuja todellisuuksia. Yleisöissä on kuitenkin kaksi eri ryhmää. Ensimmäinen viittaa tähän tuplatodellisuuteen ”salaliittoina”, joita nähdään sekä itse uutistapahtumien että niistä teytyjen uutisten taustalla, esimerkiksi uutisessa verotuksesta, jossa näytetään tiettyä automerkkiä. He kuitenkin näkevät ainakin suuressa osassa uutisia vain selviä ”superteemoja”, joiden taakse heidän on vaikea päästä. Toinen ryhmä taas edustaa koulutettua eliittiä, joka näkee myös superteemojen taakse. (Bruhn Jensen 1999, 133.) Jos Kulttuuriuutisten sisäisyleisön oletetaan olevan koulutettua eliittiä, voi tällaisen sisäiskatsojan olettaa näkevän myös raha ratkaisee -superteeman taakse, kuten myös uutisten yksi luenta ehdottaa. Television yleisesti tavoittelema suuri massayleisö taas ottaa superteemat annettuina. Kumpaa Kulttuuriuutiset sitten oikein yrittää puhutella? Ehkä molempia.

Kulttuuriuutisten analyysissä laajan universaaliyleisön näkökulma ja huomioon ottaminen nousi hyvän tietopohjan omaavia erityisyleisöjä useammin esiin. Kulttuuriuutisten toimitus pyrkii selvästi miellyttämään universaaliyleisöä juuri perinteisillä uutiskriteereillä, dramatisoimalla ja henkilöimällä aiheita entistä enemmän. Vanha vitsi ”Pihtiputaan mummosta”, jonka pitäisi ymmärtää jokainen uutinen ilman sen suurempia pohjatietoja, elää yhä toimittajien keskuudessa. Pihtiputaan mummo ei kuitenkaan taitaisi ymmärtää Kulttuuriuutisten sisältöä mitenkään kokonaisvaltaisesti, ja tuskinpa Helsingin taidemuseon johtajavalinta, niin ristiriitainen kuin se onkin, mummoa kauheasti hetkauttaisi. Vaikka Pihtiputaan mummo voidaan nykyisessä sirpaloituneessa mediamaailmassa haikein mielin unohtaa mökkiinsä, ei Kulttuuriuutiset aivan onnistu yrittämässään universaaliyleisön tavoittamisessa, vaan luisuu ja lipsahtelee jatkuvasti

kulttuurijournalismin vanhaan, kulttuurisivujen eliittilukijaa miellyttävään puhetapaan. Tämä eliittilukija ei Kulttuuriutisten tapauksessa kuitenkaan ole talouseliittiä, vaan talouden arvot myös kyseenalaistavaa joukkoa.

Universaaliyleisö siis nousee teksteistä esiin voimakkaammin kuin joku tietty erityisyleisö, mutta jälkimmäinen kulkee silti vahvasti mukana. Ehkä Kulttuuriutisten sisäisyleisön voisi ajatella olevan jonkinlainen laaja erityisyleisö tai asiantunteva massa, ei varsinaista eliittiä eikä silti kuka tahansa. Sisäiskatsoja olisi tavallinen kansalainen, jolla kuitenkin on vähän naapuriaan enemmän kiinnostusta kulttuuriasioihin. Jos hän asuu muualla maassa, hän haluaakin samastua pääkaupunkiseudun kulttuurieliittiin ja kerätä näin Kulttuuriutisten avulla omassa lähipiirissään harvinaista kulttuuripääomaa.

Jos oikein tarkasti maalaillaan, Kulttuuriutisten tekstien tarjoama sisäislukija olisi siis keski-ikäinen tai sitä vanhempi, asuu tai haluaisi asua pääkaupunkiseudulla ja suhtautuu myönteisesti kansainvälistymiseen, kun puhutaan Euroopasta tai muista Pohjoismaista. Hän kuuluu ylempään keskiluokkaan mutta ei varsinaiseen eliittiin ja harrastaa tai vähintään kuluttaa kulttuuria aktiivisesti. Hyvä kysymys kuuluu, katsooko tällainen ihminen oikeasti Kulttuuriutisia, ainakaan muuten kuin sattumalta uutispaketin osana? Ylen tutkimusosaston selvitys (ks. liite 2) paljastaa, että kyllä katsoo, mutta niin katsoo moni muukin. Kulttuuriosio voi olla töistä palaavalle ihmiselle miellyttävä osa illan avaavaa uutislähetysrutiinia, mutta ei jotain, jonka olisi vaivautunut myöhäisillasta kaivamaan. Ristiriitaiset puhetavat saattavat aiheuttaa sen, että lähetys pyllistää joka suuntaan, ei onnistu miellyttämään massaa eikä eliittiä. Erityisyleisölle puhutaan vähän vaivihkaa, kuin silmäiskun kera: tätä kaikki eivät ehkä tajua, mutta me kyllä ymmärrämme. Universaaliyleisön huomiosta taas tunnutaan välillä taistelevan rautalangasta vääntämällä. Ensin puhutaan oopperatermeillä, joita ei avata, ja sitten jotain aivan muuta asiaa selitetään juurta jaksan. Puhetapojen ja sisäisyleisöjen ristiriitaisuus voi kuitenkin olla myös hyvä asia. Rutiinikatsoja voi saada universaaliyleisöä ajatellen tehdystä, mutta asiantuntijatermejä tipauttelevasta lähetyksestä myös erityisesti Ylen ohjelmilta toivotun tunteen sivistävyydestä. Vaikka ei ihan täysin ymmärtäisi, voi vain nyökkäillä tyytyväisenä. Kallistun jälkimmäiselle näkökannalle.

Entä toteutuuko Kulttuuriutisissa Murdockin (1999) peräänkuuluttama kulttuurisen kansalaisuuden luominen? Jotta olisi mitään mahdollisuutta saavuttaa valmis kansalaisuus yksityistämisen aikakaudella, on meidän Murdockin mukaan puolustettava julkisen palvelun peruseriaatteita. Yleisradion täytyisi siis tarjota suhteellisen avoin näyttämö eri asioiden edustajille, häivyttää eroja

massan ja vähemmistön, valtavirran ja marginaalin välillä, tasapainottaa tieto- ja kokemustulvaa ja varmistaa täysi valikoima palveluja kaikkien saataville. (Murdock 1999, 15–16.) Tavoittelemalla sekä universaaliyleisöä että eri kulttuurinlajeista ymmärtäviä asiantuntijayleisöjä Kulttuuriuutiset toimii ainakin osittain Murdockin haluamalla tavalla. Se on valtavirtaa enemmän kuin marginaalia, massa enemmän kuin vähemmistöä ja pyrkii todella palvelemaan kaikkia. Lähetys pyrkii monipuolisuuteen, mutta kovin avoin näyttämö se ei tunnu olevan edes eri kulttuurialojen toimijoille, vaan painottuu voimakkaasti hallintoeliittiin. Hyvästä yrittämisestä Kulttuuriuutiset saa silti kymmenen pistettä ja papukaijamerkin.

8.2 Keskustelua kulttuurijournalismin todellisesta yleisöstä

Esimerkiksi Helsingin Sanomien kulttuuritoimitukselle yleisön on väitetty olevan epämääräinen käsite. Kohderyhmän ulkoiset tuntomerkit tiedetään, mutta muuten erikoisyleisöt ovat tiedontarpeeltaan mysteeri. Pro gradu -tutkimuksessaan Maarit Jaakkola arvelee, että siinä missä toimittajat myös lukijat ovat jossain määrin paikantuneet tietyn taiteenalan seuraajiksi. Kun yleisjournalismin vastaanottajamalli on kansalaisen rooli (yleinen etu), ei kulttuurijournalismissa ole tällaista ”jokaisen täytyy tietää” -doktriinia. (Jaakkola 2005, 136–137.) Kulttuurisen kansalaisuuden rakentuminen tosin voi vähitellen luoda lisää tällaisia vaatimuksia myös kulttuurin suhteen.

Bo Reimerin Ruotsissa tekemän tutkimuksen mukaan vähiten katsottu genre televisio-ohjelmissa on kulttuuriohjelmat. Sen sijaan uutisia väittää katsovansa lähes jokainen. Eniten kulttuuriohjelmia katsovat ne, jotka eivät muuten katso paljon televisiota, ylempään luokkaan kuuluvat, yli keski-ikäiset ja erityisesti naiset. Erityisesti yhteiskuntaluokan vaikutus kulttuuriohjelmien katsomiseen on kasvanut. (Reimer 1994, 139–141.) Nuoret ihmiset katsovat televisiota vähemmän kuin keski-ikäiset, ja kaikista eniten tv:tä katsovat vanhat. Kaupungeissa katsotaan kulttuuriohjelmia enemmän kuin maaseudulla (mt., 167).

8.2.1 Kuinka katsoja valitsee ohjelman?

Kulttuuriohjelmien katsojien arvoja ovat Reimerin tutkimuksen mukaan postmaterialismi, tasa-arvoisuus ja viisaus (Reimer 1994, 174). Reimer samastaa mediankulutuksen ja myös televisio-ohjelmien genrejen valinnan hyvin voimakkaasti Bourdieun esittämään erottautumiseen, distinktion. Sillä, mistä hankimme uutisemme ja mitä katsomme televisiosta, määritämme, keiden kanssa olemme samanlaisia ja mihin luokkaan kuulumme. Televisiomaut ja katselukäytännöt

eriytyvät toisistaan yhä enemmän. Vaikka väitetään, että valinnat tehdään yksilöllisesti, niin ainakin tämä 1990-luvulla tehty tutkimus osoittaa, että todellisuudessa valinnat pohjautuvat myös luokkiin hyvin paljon. Etenkin tältä kannalta Reimer uskoo tutkimuksensa olevan relevantti myös muissa länsimaissa kuin Ruotsissa (mt., 203–206). Toki televisionkatselu on voinut viidessätoista vuodessa muuttua etenkin digitalisoitumisen myötä.

Kulttuurin kuluttamiseen ja televisio-ohjelmien valintaan on monia syitä, joista yksi on juuri kulttuuripääoman kerääminen. Kulttuuripääoma on kuluttajille ja kansalaisille tärkeää esimerkiksi koulutusmarkkinoilla. Kulttuuripääoma tuottaa distinktioetua, joukosta erottumista, mikä johtuu harvinaisen pääoman epätasaisesta jakautumisesta. Hallitseva distinktion määritelmä kutsuu hienostuneeksi sellaista käyttäytymistä, joka erottuu tavanomaisesta ilman erottumisen aikomusta. Pierre Bourdieu muistuttaa, että esimerkiksi taideteoksen oivaltaminen edellyttää ajattelun ja tulkinnan välineitä, jotka eivät ole jakautuneet universaalisti. Siksi näiden välineiden omistajat saavat tämän distinktion tuottaman voiton, joka on sitä suurempi, mitä harvinaisemmasta instrumentista (esim. avantgardistinen taide) on kyse. (Bourdieu 1987, 31–32.)

Kulttuurijournalismin seuraaminen tuo yhdenlaisen distinktiovoiton, vaikka Suomen hallitseva media tällä kentällä on Helsingin Sanomat, ei Kulttuuriuutiset. Kulttuuriuutiset voi kuitenkin olla Helsingin Sanomia tasa-arvoisempi eri yhteiskuntaluokkien suhteen, ja kulttuuriaiheinen tv-uutislähetys voi sopia hyvin juuri kaiken kansan kulttuurisen kansalaisuuden muodostumiseen ja kulttuuripääoman keräämiseen.

Entinen tai nykyinen harrastaja tietää, päinvastoin kuin yksinkertainen kuluttaja, että on olemassa täydellisyyttä. Kun yleisö laajenee varsinaisten harrastajien piirin ulkopuolelle passiivisiin ihmisiin, huonolaatuisen tuotannon kehitys tulee mahdolliseksi. Bourdieun mielestä passiivisuus on tyypillistä levyteollisuuden tai television luomille yleisöille, siis massakulttuurin ja populaarikulttuurin yleisöille. Taiteentuntijalla on havainto- ja arvostusvälineitä, jotka sallivat hänen nähdä paljon sellaista, mitä tavallinen katsoja ei näe. Mitä pinnallisempaa havaintokyky on, mitä sokeampaa se on nyansseille ja hienouksille, sitä vähemmän se tuottaa nautintoa teoksesta itsestään ja sitä enemmän se on alttiina sensaatioiden tavoittelulle, näennäissuorituksille ja näyttävälle virtuoositempuille. (Bourdieu 1987, 160–161.) Erityisesti kulttuurijournalismista puhuttaessa on muistettava, että harrastajien lisäksi myös taiteilijat ovat tärkeä osa sen yleisöä. Juuri he ovat Bourdieun tarkoittamia ammattilaisia, jotka arvostavat eri asioita ja saavat nautintoa hienommista sävyistä kuin passiivinen kuluttajayleisö. Herää kysymys, vetoavatko lyhyet, tehokkaat Kulttuuriuutiset enemmän taiteilijoihin ja aktiiviharrastajiin vai passiivisiin kuluttajiin?

Näiden tv:n katsomista ja kulttuurin kuluttamista koskevien tutkimusten perusteella Kulttuuriutisten todellinen katsoja olisi keski-ikäinen, ylempään keskiluokkaan kuuluva, nainen useammin kuin mies, korkeakulttuuria laajasti seuraava ja harrastava, sivistystä arvostava ihminen. Massayleisön miellyttämiseen pyrkiminen ei oletusarvoisesti kulje käsi kädessä tällaisen katsojan mielitekojen kanssa.

8.2.2 Kulttuurikulutuksen kaikkiruokaistuminen

Yhteiskuntaluokat ovat nykyisin sisäisesti fragmentoituneet erilaisiin elämäntyyliin ja kulttuuriluokkiin, jotka menevät päällekkäin ja sekoittuvat toisten yhteiskuntaluokkien kanssa. Korkeakulttuuria ei voida määritellä vain sen sisällön avulla (esim. pop-taide ja Campbell's-tölkit), vaan se liittyy tiettyyn sosiaaliseen kontekstiin, joka ei ole kaikille avoin, kuten museoihin, gallerioihin ja sinfoniaorkestereihin. Sama pätee kirjoihin ja esimerkiksi teatteriin: Broadway on korkeakulttuuria, koska kaikilla ei ole mahdollisuutta päästä näkemään sitä. (Crane 1992, 68.)

Bourdieuun mukaan korkeammassa asemassa vaikuttavat ihmiset ilmaisivat muita useammin pitävänsä korkeakulttuurista ja myös osallistuvansa korkeakulttuurisiin tapahtumiin. Näillä intellektuelleilla on myös korkeampi koulutus, paremmat tulot ja usein he asuvat suuremmassa kaupungissa. Peterson ja Simkus tutkivat kulttuurimakua vuonna 1982 päätyen Bourdieun kaltaisiin tuloksiin. Tutkiessaan kulttuurimakua vuonna 1992 ja verratessaan sitä näihin kymmenen vuotta aiempiin tuloksiin, Petersonin ja Kernin yllätykseksi korkean statuksen omaavat ihmiset kertoivat muita useammin myös osallistuvansa matalan statuksen aktiviteetteihin hyvin laajalla skaalalla. Matalan statuksen ammattien omaavien ihmisten skaala taas oli hyvin rajattu. (Peterson 2005, 259.) Tämän löydöksensä he nimesivät kaikkiruokaisuudeksi (omnivorousness). Tämä kaikkiruokaisuus siis oli lisääntynyt kymmenessä vuodessa huomattavasti erityisesti ylimpiin luokkiin kuuluvilla. Vanhemmat ikäluokat alkoivat olla kaikkiruokaisempia kuluttamansa kulttuurin suhteen, ja toisaalta nuoret korvasivat näitä vanhoja kaavoihinsa kangistuneita. (Peterson 2005, 260.) Tosin samaan aikaan myös ei-älymystö laajentaa musiikkimakuaan. Maun laajentuminen on siis koko yhteiskunnan laajuinen trendi. (Peterson & Kern 1996, 902–904.)

Vuonna 2002 sama tutkimus kulttuurimausta toistettiin. Peterson oletti kaikkiruokaisuuden levinneen alempiin luokkiin, mutta toisin kävi: dramaattisin muutos oli älymystön väheneminen. Nuoremmat ikäluokat, joista ei tule niin todennäköisesti älymystöä, alkoivat korvata vanhempia.

Erityisesti kaikkiruokaisten älykköjen määrä putosi, tipahtaen lähes samalle tasolle kuin vuonna 1982. (Peterson 2005, 263.) Kaikkiruokaisten älykköjen määrän putoaminen Yhdysvalloissa vuosina 1992–2002 saattoi kuitenkin johtua siitä, että vuonna 2002 tutkimus toteutettiin eri tavalla kuin aiempina vuosina. Huomattavasti suuremman kysymysmäärän takia haastateltaville saattoi iskeä haastatteluväsymys, ja he yrittivät välttyä jatkokysymyksiltä.

Kun korkean statuksen omaavat ihmiset (highbrow) etsivät alempaan luokkaan kuuluvia musiikkimuotoja, he suosivat marginaaliryhmien, kuten mustien, nuorten tai maaseudulla eristyksissä elävien, tekemää kulttuuria (Peterson & Kern 1996, 901). Kaikkiruokaiset eivät pidä kaikesta musiikista valikoimatta, vaan kaikkiruokaisuus merkitsee ennemminkin avoimuutta kaiken arvostamiselle. Tärkeää ei ole niinkään se, mitä kulutetaan, vaan miten kulutetaan. Kulttuuria ymmärretään omilla termeillä. Kaikkiruokaisista älyköistä ei tule vähäarvoisen kantrimusiikin faneja, vaan he arvostavat sitä hienojen esiintyjien, yhteyksien muihin kulttuurimuotoihin ja omien tietojensa valossa. Samalla tämä vähän arvostettu musiikkityyli otetaan vakavasti myös mediassa ja tutkimuksessa. (Mt., 904.)

Suomessa toteutuu sama ilmiö, mutta vähän jälkijunassa Yhdysvaltoihin verrattuna, sillä täällä kaikkiruokaistuminen havaittiin tutkimuksissa juuri vuonna 2002. Alasuutarin mukaan Suomen eliitti on samaten alkanut arvostaa sekä taidetta että viihdettä, ja kaikkiruokaisuus on yleisempää korkeasti kuin vähän koulutetuilla. Se näkyy erityisen voimakkaasti suurten kaupunkien väestössä, mutta vähintään maisterin tutkinnon suorittaneet ovat kuitenkin muualla Suomessa kaikkiruokaisempia kuin esimerkiksi pääkaupunkiseudulla – pääkaupunkiseudulla on varaa olla runsaan kulttuuritarjonnan suhteen krantumpi. Korkeakulttuuri ei kuitenkaan menetä arvostustaan eikä korkean ja matalan erottelu ole jäämässä kokonaan historiaan. Myös kaikkiruokaisilla on arvojärjestyksiä. Klassista musiikkia kuuntelevat olivat kaikkiruokaisempia kuin ne, jotka eivät kuuntele klassista. Jazzmusiikki nousi Alasuutarin tutkimuksessa yllättäen arvostetuimmaksi musiikinlajiksi, kun taas suomalaista iskelmä- ja tanssimusiikkia eliitit eivät kuuntele lainkaan. Nimenomaan kaikkiruokaisuus, eli suvaitsevaisuus ja monipuolisuus, on nykyisin kulttuuripääomaa ja keino ilmaista yhteiskunnallista asemaa. (Alasuutari 2009, 88–100.)

Mikä tähän kaikkiruokaistumiseen sitten on johtanut? Yhteiskunnallinen rakennemuutos on yksi syy. Elintason nousu, laajempi koulutus ja taiteiden näkyvyys mediassa tuovat eliitin esteettisen maun helpommin muiden kansankerrosten saataville, jolloin eliitin maun avulla erottautuminen vaikeutuu. Samaan aikaan maantieteellinen ja luokkien välinen liikkuvuus ovat sekoittaneet eri

maun omaavia ihmisryhmiä. Myös arvojen muuttuminen suvaitsevammiksi on vaikuttanut eliitin muuttumiseen snobeista kaikkiruokaisiksi. Taidemaailma on laajentunut: vielä 1800-luvulla kaikilla oli yhteinen käsitys siitä, mikä on korkeakulttuurin standardi, mutta etenkin 1900-luvun jälkipuoliskolla taiteilijoiden määrä ja variaatiot ovat kasvaneet niin suureksi, että taiteen arvottaminen on vaikeutunut. Ennen 1900-luvun puoliväliä nuorten oletettiin pitävän pop-musiikista ja -kulttuurista yleensä ja siirtyvän aikuistuessaan vakavammiksi kulttuurinharrastajiksi. 1950-luvulla kuitenkin syntyi rock'n'roll, eikä 1960-luvun Woodstock-sukupolvi enää pitänyt nuorisokulttuuria jonain läpikäytävänä vaiheena, vaan oikeana vaihtoehtona eliittikulttuurille. Dominoivat statusryhmät ovat aina määrittäneet populaarikulttuurin omien etujensa mukaisesti, joko pitämällä sitä vältettävänä ja brutaalina tai ottamalla osia ja elementtejä siitä mukaan eliittikulttuuriin. Kaikkiruokaistumiseen on vaikuttanut etenkin käytännön muuttuminen jälkimmäiseen, populaarikulttuurin hyväksyvään malliin. Kaikkiruokaisuus sopii globaaliin maailmaan, jossa täytyy osoittaa kunnioitusta toisten kulttuureille. (Peterson & Kern 1996, 905–906.)

Kaikkiruokaisuudesta tuli hyvän maun standardi tietyille ajanjaksolle, mutta kuten kaikki aiemmatkin määritelmät, se todennäköisesti ensin leviää kaikkialle kunnes surkastuu. (Peterson 2005, 261.) Peterson esittääkin, että uudet hyvän maun kriteerit voisivat pohjautua pieniin markkinarakoihin ja harvinaisuuteen. Ne eivät ole yksinkertaisesti arvotettavissa statuksen mukaan, toisin kuin 1900-luvun luokkarajoitteinen hierarkia. (Peterson 2005, 273.) Tällainen käytäntö on ehkä näkyvissä jo pop- ja rockmusiikin puolella, jossa maut eriytyvät entisestään yhä pienempien bändien saadessa mahdollisuuksia internetin ja pienten levy-yhtiöiden avulla. Arvostus ei enää pohjautu musiikkityyliin, vaan eri tyylilajien sisällä on erilaisia arvoja korkean statuksen saavuttamiselle.

Jos kaikkiruokaistuminen alkaa USA:ssa olla jo ohitettu vaihe, tulee Suomi ja hitaasti muuttuva tv-uutisjournalismi tässä jälkijunassa. Kulttuuriuutisissa näkyy nimenomaan pyrkimys tehdä juttuja korkeasti koulutetulle eliitille, joka on nykyisin kulttuurimaultaan kaikkiruokaistunut. Kulttuuriuutisten toimitus itse voi ajatella kohdeyleisökseen universaaliyleisöä, mutta siitä huolimatta Kulttuuriuutisten yleisöllä oletetaan selvästi olevan tietyt pohjatiedot ja kiinnostus tiettyihin kulttuurin osa-alueisiin, enimmäkseen korkeakulttuuriin. Kulttuurieliitin jatkuvan muuttumisen seurauksena myös kulttuurijournalismin muutos on väistämätön.

8.3 Mitä seuraavaksi?

Televisiosta keskusteltaessa puheessa esiintyvät usein fiktiiviset katsojahahmot kuten nainen, joka katsoo saippuaa ja muuttuu häiriintyneeksi kotirouvaksi, tai lapsi, joka katsoo televisiota ja muuttuu zombieksi. Kriittinen lukija on harvoin ohjelmien tekijän tai tutkijan mielessä. (Hartley 1992, 123.) Hartley muistuttaa, että se, kuinka me katsomme televisiota, ei määrää sitä, miten televisio oikeasti toimii tekstuaalisesti tai institutionaalisesti (mt., 17). Kuten jo alussa painotin, ovat tässä tutkimuksessa tehdyt tulkinnat henkilökohtaisia tutkijaluentoja, eivätkä yleispäteviä totuuksia. Kulttuuriuutisten keski-ikäinen, pääkaupunkiseutulainen eliittikatsoja voi olla yhtä fiktiivinen hahmo kuin häiriintynyt kotirouvakin. Totuuden tavoittaminen sisäisyteisistä on varmasti mahdotonta. Kulttuurijournalismin yleisöjä ja uutismaistumista voisi kuitenkin tutkia myös muilla tavoin kuin narratologian avulla, tai ainakin vaihtaa tutkimuskohdetta ja saada näin lisää vastauksia tutkimuskysymyksiin.

Kulttuuriuutisten lähetys sopii hyvin tällaisen tutkimuksen aineistoksi, koska uutismaistuminen leviää kulttuurijournalismin kaikissa välineissä, mutta on erityisesti television piirre. Sitä olisi kiinnostava selvittää myös perinteisten sanomalehtien kulttuurisivujen, ja vaikka erityisesti kulttuurijournalismin vanhimman muodon, kritiikin, kannalta. Kritiikkikin voi olla uutinen, jos esimerkiksi arvostettu kriitikko haukkuu arvostetun kirjailijan uusimman kirjan. Näkyykö kritiikeissä tai lehtien uutismaistuneissa kulttuurisivuissa se, kenelle niitä tehdään? Entä mitä uutismaistuminen tekee kulttuuriuutisen esteettisyydelle ja laadun uutiskriteerille? Jos kova uutinen on tärkein asia, väheneekö vaikkapa visuaalisuuden arvo kulttuuriosastoilla?

Lähetysten tekijät käyttävät viestejä välittäessään ammattilaiskoodia. Se on kohtalaisen itsenäinen hallitsevasta koodista, koska sillä on omat kriteerinsä, mutta se toimii silti hallitsevan koodin hegemonian alla. Ammatillaiset linkittyvät hallitsevaan eliittiin sekä lähetystoiminnan institutionaalisen aseman takia, mutta myös pääsyn, siis lähetyksiin pääsemisen välityksellä. Niinpä ammattilaisten tekemä hegemonian ideologian uudelleentuottaminen tapahtuukin tiedostamatta, vaikka myös tietoisia vastaansanomisia ja virheitä sattuu hallitsevien ja ammattilaiskoodien merkitysten välillä. (Hall 1973, 16–18.) Voisikin tutkia, kenelle kulttuuritoimittajat itse kuvittelevat uutisia tekevänsä, millainen on heidän käsityksensä yleisöstä, ja millaisia ideologioita he kantavat?

Ridell täydensi väitöskirjassaan (1998) narratologisen mallinsa tulkintakehikkoa vielä vastaanottotutkimuksellakin. Retoriikan, narratologian ja vastaanottotutkimuksen yhdistäminen tuo varmasti niin kokonaisvaltaisen kuvan uutisten katsojista, kuin tutkimuksen avulla on ylipäänsä

mahdollista saada. Omasta tutkimuksestani vastaanottotutkimus jää kuitenkin pois. Se olisikin yksi mahdollinen tulevan tutkimuksen aihe kulttuuri- ja teemautisiin. Millaisia luentoja todelliset katsojat tekevät, mikä heitä kiinnostaa ja mitä he ymmärtävät? Tätä voisi tutkia antropologisen havainnoinnin ja haastattelujen avulla.

Kulttuurijournalismi on joka tapauksessa murroksessa, joten lisätutkimukselle olisi tilausta.

Lähteet

Alasuutari, Pertti (2009) Snobismista kaikkiruokaisuuteen: musiikkimaku ja koulutustaso.

Teoksessa Liikkanen, Mirja (toim.) *Suomalainen vapaa-aika*. Arjen ilot ja valinnat. Helsinki: Gaudeamus, 81–100.

Aslama, Minna, Hellman, Heikki, Lehtinen, Pauliina ja Sauri, Tuomo (2007) Niukkuuden aikakaudesta kanavapaljouteen. Television ohjelmisto ja monipuolisuus 1960–2004. Teoksessa Wiio, Juhani (toim.) *Television viisi vuosikymmentä*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura. 58–77.

Aslama, Minna ja Lehtinen, Pauliina (2009) *Suomalainen televisiotarjonta 2007*. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisu 2/2009. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö.

Bakke, Marit (2000) Arts Television: Questions of Culture. Teoksessa Wieten, Jan, Murdock, Graham and Dahlgren, Peter (toim.) *Television Across Europe. A Comparative Introduction*. London: Sage, 158–174.

Bech-Karlsen, Jo (1991) *Kulturjournalistikk*. Avkobling eller tilkobling? Oslo: Universitetsforlaget.

Bennett, W. Lance (1988) *News – The Politics of Illusion*. 2. painos. London: Longman.

De Bens, Els (2007) Media Between Culture and Commerce: An Introduction. Teoksessa de Bens, Els (toim.) *Media Between Culture and Commerce*. Bristol: Intellect, 9–24.

Bourdieu, Pierre (1987) *Sosiologian kysymyksiä*. 2. painos. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.

Bruhn Jensen, Klaus (1999) Knowledge as received: a project on audience uses of television news in world cultures. Teoksessa Gripsrud, Jostein (toim.) *Television and Common Knowledge*. London: Routledge, 125–135.

Bruun, Mikko, Koskimies, Ilkka & Tervonen, Ilkka (1986) *Uutisoppikirja*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Carrol, Raymond L. & Davis, Donald M. (1993) *Electronic Media Programming – Strategies and Decision Making*. New York: McGraw-Hill.

Crane, Diane (1992) High Culture Versus Popular Culture revisited: A Reconceptualization of Recorded Cultures. Teoksessa Lamont, Michèle ja Fournier, Marcel (toim.) *Cultivating Differences*. Symbolic Boundaries and the making of inequality. Chicago: The University of Chicago Press, 58–74.

Eastman, Susan Tyler (1993) *Broadcast/Cable Programming – Strategies and Practices*. 4. painos. Belmont, California: Wadsworth Publishing Company.

Ellis, John (1984) *Visible Fictions*. 2. painos. London: Routledge.

Ellis, John (2000) *Seeing Things*. Television in the Age of Uncertainty. London: L.B. Tauris Publishers.

Epstein, Edward Jay (1973) *News from Nowhere*. Television and the News. New York: Random House.

Fiske, John (1987) *Television Culture*. London: Routledge.

Galtung, Johan & Ruge, Mari Holmboe (1965) The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research*, 2:1, 64–90.

Hall, Stuart (1973) *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Media series: Sp No. 7. Birmingham: The University of Birmingham.

Hall, Stuart (1992) *Kulttuurin ja politiikan murroksia*. Toim. Juha Koivisto et al. Tampere: Vastapaino.

Halle, David (1992) The Audience for Abstract Art: Class, Culture and Power. Teoksessa Lamont, Michèle ja Fournier, Marcel (toim.) *Cultivating Differences*. Symbolic Boundaries and the making of inequality. Chicago: The University of Chicago Press, 131–151.

Hartley, John (2005) Creative industries. Teoksessa Hartley, John (toim.) *Creative Industries*. Malden: Blackwell, 1–40.

Hartley, John (1992) *Tele-ology*. Studies in Television. London: Routledge.

Hellman, Heikki (1999) *From Companions to Competitors*. The Changing Broadcasting Markets and Television Programming in Finland. Acta Universitatis Tamperensis 652. Tampere: Tampereen yliopisto.

Hellman, Heikki (2008) ”Lisää vaihtoehtoja katsojille koko maassa.” Markkinoituminen, uusi toimilupapolitiikka ja digitaalisen television ohjelmisto. *Tiedotustutkimus* 4:31, 81–101.

Hietala, Veijo (1990) *Teeveen merkit*. Television lukutaidon aakkoset. Vaasa: Yleisradio.

Honkavaara, Leena (2001) *Täytepalasta esteettiseksi elämykseksi*. Kulttuurin rooli Yleisradion televisiouutisissa 1980- ja 1990-luvuilla. Elektroninen aineisto. Jyväskylän yliopisto: Journalistiikan pro gradu -tutkielma.

Hujanen, Taisto (1993) *Ajankohtainen kakkonen kohtaa historiansa*. Tulkintoja TV2:n ajankohtaisohjelmista ja journalistisesta kulttuurista. Yleisradion tutkimusraportti 9/1993. Helsinki: Yleisradio.

Hujanen, Taisto (2002) *The Power of Schedule*. Programme Management in the Transformation of Finnish Public Service Television. Tampere: Tampereen yliopisto.

Hujanen, Taisto (2007) Suomalaisen television ohjelmatyypit ja lajit. Puhtauden vaalintaa ja rohkeita sekoituksia. Teoksessa Wiio, Juhani (toim.) *Television viisi vuosikymmentä*. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura. 115–121.

Hurri, Merja (1993) *Kulttuuriosasto*. Acta Universitatis Tamperensis, ser A vol 389. Tampere: Tampereen yliopisto.

Hurri, Merja (1983) *Kulttuuriosasto*. Neljän puoluelehden ja yhden sitoutumattoman päivälehdien kulttuuriosastojen sisältö ja kehitys. Lisensiaattityö, ei julkaistu.

Jaakkola, Maarit (2005) *Vainuaako opaskoira uutisen?* Helsingin Sanomien kulttuuriosaston uutiskulttuurin etnografista tarkastelua organisaatioteoreettisesta näkökulmasta. Tampereen yliopisto: Tiedotusopin pro gradu -tutkielma.

Kunelius, Risto (1993) Uskottavuuden anatomia. Kova uutinen, genre ja kansalainen. *Tiedotustutkimus* 16:2, 33–45.

Kuusisto, Riikka (1996) Sodan retoriikasta. Teoksessa Palonen, Kari ja Summa, Hilikka (toim.) *Pelkkää retoriikkaa*. Tampere: Vastapaino, 267–291.

Kytömäki, Juha (2009) Television mielihjelmien muutos – asian ja viihteen yhteiselosta viihteen ylivaltaan? Teoksessa Liikkanen, Mirja (toim.) *Suomalainen vapaa-aika*. Arjen ilot ja valinnat. Helsinki: Gaudeamus, 101–122.

Leiwo, Matti & Pietikäinen, Sari (1996) Kieli vuorovaikutuksen ja vallankäytön välineenä. Teoksessa Palonen, Kari ja Summa, Hilikka (toim.) *Pelkkää retoriikkaa*. Tampere: Vastapaino, 85–108.

Livingstone, Sonia (2005) On the relation between audiences and publics. Teoksessa Livingstone, Sonia (toim.) *Audiences and Publics: When cultural engagement matters for the public sphere*. Bristol: Intellect, 17–41.

Lähteenmäki, Miira (1999) *Kruununjalokivi, merkkipaalu ja veturi*. Uutiset ja kaaviövetoinen ohjelmointi kanavilla TV1, TV2, MTV3 Nelonen 1978–1998. Tampereen yliopisto: Tiedotusopin pro gradu -tutkielma.

MacGregor, Brent (1997) *Live, Direct and Biased? Making Television News in the Satellite Age*. Lontoo: Arnold.

- Morley, David (1999) Finding out about the world from television news: some difficulties. Teoksessa Gripsrud, Jostein (toim.) *Television And Common Knowledge*. London: Routledge, 136–158.
- Murdock, Graham (1999) Rights and representations: public discourse and cultural citizenship. Teoksessa Gripsrud, Jostein (toim.) (1999) *Television And Common Knowledge*. London: Routledge, 7–17.
- Perelman, Chaïm (1996) *Retoriikan valtakunta*. Suom. Lehto, Leevi. Tampere: Vastapaino.
- Peterson, Richard A. & Kern, Roger M. (1996) Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore. *American Sociological Review* 61:5, 900–907.
- Peterson, Richard A. (2005) Problems in comparative research: The example of omnivorousness. *Poetics* 33:3–4, 257–282.
- Pietilä, Veikko (1998) *Tv-uutisista, hyvää iltaa*. 3. painos. Tampere: Vastapaino.
- Rautiainen-Keskustalo, Tarja (2004) Affektien vallassa? – Kulturisoituminen, elämismaailmat ja kuluttajuus 2000-luvun musiikkikulttuurissa. *Musiikki* 34:4, 23–35.
- Reimer, Bo (1994) *The Most Common of Practices*. On Mass Media Use in Late Modernity. Tukholma: Almqvist & Wiksell International.
- Rentola, Ilkka (1983) *Normaalijournalismin säännöt*. Tiedotusopin laitos, julkaisuja, sarja A 47. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Ridell, Seija (1994) *Kaikki tiet vievät genreen*. Tutkimusretkiä tiedotusopin ja kirjallisuustieteen rajamaastossa. Tiedotusopin laitos, julkaisuja sarja A 82. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Ridell, Seija (1998) *Tolkullistamisen politiikkaa*. Televisiouutisten vastaanotto kriittisestä genrenäkökulmasta. Acta Universitatis Tamperensis 617. Tampere: Tampereen yliopisto.

Salste, Elisa (2000) *TV-uutisten profiloituminen kilpailutilanteessa*. TV1:n, MTV3:n ja Nelosen pääuutislähetysten tarkastelua. Tiedotusopin laitos, julkaisuja sarja A 96/2000. Tampere: Tampereen yliopisto.

Scannell, Paddy (1989) Public service broadcasting and modern public life. *Media, Culture and Society* 11:2, 135–166.

Summa, Hilikka (1996) Kolme näkökulmaa uuteen retoriikkaan: Burke, Perelman, Toulmin ja retoriikan kunnianpalautus. Teoksessa Palonen, Kari ja Summa, Hilikka (toim.) *Pelkkää retoriikkaa*. Tampere: Vastapaino, 51–83.

Syvetsen, Trine (1997) *Den store TV-krigen – Norsk allmennfjersyn 1988–96*. Bergen: Fagbokforlaget.

Tammi, Pekka (1992) *Kertova teksti*. Esseitä narratologiasta. Helsinki: Gaudeamus.

Tolvanen, Kristiina (2004) *Imagokertomus retorisenä puhutteluna*. Anneli Jäättenmäen vaalikamppailu Yleisradion TV1:n pääuutislähetyksissä keväällä 2003. Tampereen yliopisto: Tiedotusopin pro gradu -tutkielma.

Virtanen, Keijo (1984) Kulttuurin käyttäjäkunnan laajeneminen: eliitti-/populaarikulttuuri 200 vuoden perspektiivinä. *Historiallinen aikakauskirja* 82:4, 269–276.

Muu aineisto:

Erkki Karvosen luento 13.9.2007 Tampereen yliopistossa studia generalia -luentosarjassa Hei, meitä hallitaan! Kulttuuri ja valta.

Kulttuuriuutisten toimittaja/toimitussihteeri Miia Gustafssonin haastattelu 9.5.2007.

Tv-ohjelmatiedot 26.2.–2.3.2007 Aamulehden Valo-viikkoliitteen mukaan.

Apunen, Matti (2009) Kulttuurijournalismin muistolle. Artikkelit Aamulehdessä. 23.3.2009.

Liite 1: Lähetykset

MAANANTAI

Pääuutiset klo 20.30:

Ankkuri (väliveturi): Ja kapellimestari Jukka-Pekka Saraste sai Oslossa johdettavakseen talouskriisissä painivan orkesterin.
(kuva: nuotteja edustalla, Saraste puikon kanssa taustalla, nimi lukee päällä. Tummasävyinen.)

2. viimeinen juttu, ennen koululaisten talvilomajuttua.

A: Sitten Kiirunasta Osloon. Kapellimestari Jukka-Pekka Sarasteen työ Oslon Filharmonikkojen johdossa alkoi kangerrellen, kun orkesterin toimitusjohtaja erosi budjettileikkausten takia. Saraste vaati heti että leikkaukset eivät saa vaikuttaa orkesterin toimintaan. Uusi johto on hyväksynyt Sarasteen ehdot.

Juttu: (modernia klassista musiikkia, Saraste johtaa orkesteria, välissä kuvaa myös soittajista)
Jukka-Pekka Sarasteen työrupeama Oslon Filharmonikkojen kapellimestarina alkoi syyskuussa ja sopimus kestää vuoden 2009 loppuun. Tätä ennen Saraste oli ilman omaa orkesteria neljä vuotta, kun sopimus Toronton sinfoniaorkesterin kanssa päättyi.

100% Jukka-Pekka Saraste, kapellimestari, Oslo Filharmonien
Se tekijä että on niinku oma instrumentti niin se on yhtäkkiä tuntuu et se niinku merkitsee paljon. Oman instrumentin kans voi harjoittaa ohjelmistopolitiikkaa ja tehdä laajempaa repertuaaria ku mitä silloin kun vierailee.

Mutta heti alkajaisiksi Saraste törmäsi Oslossa kylmään arkeen, kun filharmonikkojen toimitusjohtaja erosi marraskuussa protestiksi orkesterin budjettileikkausten johdosta. Saraste on tehnyt kuitenkin selväksi, että leikkaukset eivät saa vaikuttaa itse orkesterin toimintaan.

100% mullon, mä oon useaan otteeseen sanonut että niistä ei kyllä tingitä, että se on ollut niinku lähtökohta täs koko ajan ja must tuntuu et kaikki on sen myöskin ymmärtäneet ja kyllä mä meinaan niinku säilyttää tässä asiassa ryhtini ja vaatimukseni.

100% Odd Kulberg, toimitusjohtaja, Oslo Filharmonien
Meillä ei ole ollut taloudellisia mahdollisuuksia toteuttaa niin kunnianhimoista ohjelmistoa kuin olisimme halunneet. Tämä johtuu pääasiassa siitä, että saimme uusia taloudellisia velvoitteita orkesterin eläkkeiden johdosta.

Mutta vaikka orkesterin talous on siis tiukalla, niin filharmonikkojen johto ei ole puuttunut Sarasteen valitsemaan ohjelmistoon ja vaatinut sen viihteellistämistä. (taustalla riitasointuja...)

100% Saraste (ei naamaa)

Ei, se tommonen ajattelutapa niinku viittaa vähän tonne Atlantin toiselle puolelle, että siellä otettais tämmönen lääke käyttöön aika helposti.

Kulttuuriuutiset:

Kamera-ajo kohti toimittajaa, edessä teksti kulttuuri, screenillä teksti Kulttuuriuutiset (aina jos ei toisin mainita). Ankkuri seisoo pyöreän pöydän ääressä, kuvaruutu on pultattu vasemmalle ylös, punatiiliseen leveään pylvääseen tai seinänpalaan. Uutisstudiot näkyy taustalla hyvin vähän.

A: Hyvää iltaa. Taideteollisen korkeakoulun, Helsingin Kauppakorkeakoulun ja Teknillisen korkeakoulun yhdistäminen niin sanotuksi innovaatioyliopistoksi etenee. (kuva: TaiKin promootio 11.1.2007, maalattuihoinen mies kulkee valkeassa, luolamaisessa käytävässä. Perässä promovoitavia.) Valtiosihteeri Raimo Sailaksen johtama työryhmä esitti yhdistämistä puoltavan mietintönsä opetusministeri Antti Kalliomäelle tänään. Elinkeinoelämän järjestöt ovat jo kiiruhtaneet kiittelemään esitystä. (maalattu mies repii tiensä paperilla peitetystä oviaukosta lavalle, jossa ruohikolla soittaa kaksi naista viulua ja selloa) Sen sijaan Taideteollisen korkeakoulun ylioppilaskunta on huolissaan siitä, että uuden koulun painopiste on siirtymässä täysin pois taiteen ja kulttuurin aloilta. Opiskelijat ovat puolesta ja vastaan. (kuva valkoisesta hevosesta)

100% Virpi Stark, opiskelija, Taideteollinen korkeakoulu (seisoo ruokalassa)

Mä en koe että taiteen tarvii olla niinkun oma yksittäinen saarekkeensa. (kuva ruokalasta) Että mä uskon että vuorovaikutus on niinkun positiivinen asia, tietenkään en tiedä mitä se tuo tullessaan.

100% Timo Ilola, opiskelija, Taideteollinen korkeakoulu (istuu ruokalan pöydässä)

Ehkä jossain kaupallisemmin suuntautuneilla osastoilla niinkun teollinen muotoilu tai tilasuunnittelu niin heille siit on varmasti hyötyä mut näitten ulkopuolella on vähän semmonen pelko et jääks muut sit marginaaliin sen jälkeen että miten huomioidaan vähän tämmösiä taiteellisempia osastoja. (laaja lopetuskuva ruokalasta)

A: Jukka-Pekka Sarasteen työ Oslon filharmonikkojen johdossa on alkanut kangerrellen. Orkesterin toimitusjohtaja erosi loppuvuodesta budjettileikkausten takia. Nyt Saraste on tehnyt uudelle toimitusjohtajalle selväksi että leikkaukset eivät saa vaikuttaa hänen eivätkä orkesterin toimintaan.

Juttu sama kuin klo 20.30.

A: Tampereella musisoidaan tänään Juice Leskisen muistolle nimekkäiden esiintyjien voimin. (kuvaa valmisteluista, teksti Tullikamarin pakkahuone tänään) Tullikamarilla pidettävään konserttiin ovat lupautuneet muun muassa Dave Lindholm, Remu, Mikko Alatalo, Viki Rosti ja Heikki Salo. (kuvaa kahdesta miehestä, toinen soittaa haitaria, toinen kitaraa, paljastuu Sundqvistiksi) Yksi konsertin järjestäjistä on Mika Sundqvist, joka teki toistakymmentä levyä yhdessä Juicen kanssa.

100% Mika Sundqvist, muusikko, tuottaja, äänittäjä

Hän oli aina mielipiteittensä takana ja hänen päätään ei saanu kääntymään. Toisaalta todelliset taiteilijat on juuri sellaisia että ne ei tee kompromisseja. Mut kyllä Juicen kanssa hyvin pärjäs, nimenomaan kun toimittiin siten miten päällikkö haluaa. (mustavalkoista arkistokuvaa Juicen esiintymisestä loppuun asti.)

Toimittaja: Mitkä olivat levynteossa niitä parhaita hetkiä? (mies, ei nimeä, ei naamaa)

Sillon oli valtavan hyvä yhteishenki Grand Slam -yhtyeen kanssa ja meillä oli semmosta hauskaa huumoria ja muunlaistakin hauskanpitoa, että kyllä siitä ihan hienoja muistoja on jäänyt.

A: Tässäpä maanantain kulttuurit, näkemiin.

TIISTAI

Pääuutiset klo 20.30:

Moni päiväkodin johtaja rajoittaisi subjektiivista päivähoito-oikeutta. Ja kerromme myös ovatko uudet radiokanavat löytäneet kohdeyleisönsä. (Viimeinen varsinainen juttu lähetyksessä)

A: Radion kuuntelussa ei ole tapahtunut suuria muutoksia. Uuden kuuntelijatutkimuksen perusteella kaupallinen radio jatkaa yllätyksettömällä linjalla. SanomaWSOY:n uusi miestenkanava näyttää perineen radio Cityn kuuntelijat mutta naisille suunnattu radiokanava ei ole houkuttellut yleisöä.

(koko lähetys kuvaa radion lähetysstudiosta) Kaupallinen radio laulaa yhä vanhaa laulua. Suomi sai alkuvuodesta kaksi uutta, osin valtakunnallista radiokanavaa, mutta muutosta tuskin huomaa.

100% Leena Ryytänen, pj, Suomen Radioiden Liitto, tj, SBS Finland
Uudistushan tarvittiin siihen että Sanoma-Osakeyhtiölle piti järjestää radiotoimilupia. Eihän tässä mistään muusta ollut kyse.

SanomaWSOY jakoi kansan sukupuolen mukaan, ja käynnisti kanavat miehille ja naisille. (grafiikka, kanavaosuudet Yle 52%, Radio Nova 11%, SBS-iskelmäradiot 8%, Radio Rock 5%, Radio Aalto 1%, Muut 23%) Äijien Radio Rock näyttää olevan jo nyt pienimuotoinen menestystarina, mutta Radio Aallon pehmeät suosikit ovat jättäneet kanavaosuuden perusteella naiset kylmäksi.

100% Kari Laakso, radion ohjelmajohtaja, Nelonen Media
Se on meille tulleen palautteen mukaan sellanen kanava mille on iso tilaus ja mä uskon että se tulee kasvaan tässä ennen kesää vielä huomattavasti tosta.

toimittaja 100% (juontokopissa): Liikenne- ja viestintäministeri Susanna Huovinen halusi laittaa radiokentän uusiksi, mutta toimialan mukaan muutos ei synnyttänyt mitään uutta.

100% Leena Ryytänen
Kuuntelijat eivät ole hyötäneet, radiotarjonta ei ole mitenkään... monipuolistunut tai muuttunut, rokki on rokkia ja suurin osa kanavista toimii ja soittaa ihan sitä mitä ennenkin.

Ennen kuin SanomaWSOY pääsi valtakunnallisille radiomarkkinoille, liikenne- ja viestintäministeri siivosi radioaalloilta Sävelradion sekä Radio Cityn. Järjestelyn seurauksena Erkot perivät taajuuden, joka aiemmin kuului ruotsalaiselle Bonnierille.

100% Susanna Huovinen, liikenne- ja viestintäministeri, SDP
Ei, kyllä tässä niinku sanoin, niin tämä on kokonaisuus, jossa tämä toimilupaprosessi tehtiin. Mielestäni, en haluaisi käynnistää sitä keskustelua uudestaan mikä käytiin jo vuosi sitten kun nämä toimilupaprosessit ratkaistiin.

Joulukuussa hiljentynyt Sävelradio keräsi noin puoli miljoonaa kuuntelijaa viikossa. Samoilla taajuuksilla nyt toimiva Radio Aalto hieman yli 200 000.

A: Tänään on vietetty laskiaistiistaita... (kuvaa pulkkamäestä)

Kulttuuriuutiset:

A: Tässä tiistain Kulttuuriuutiset. Kiasman tuore johtaja Berndt Arell tehostaisi pääkaupunkiseudun suurten taidemuseoiden välistä koordinoitua. (kuva: Kiasma ulkoa) Esimerkiksi tämän kevään suurnäyttelyt ovat startanneet lähes samanaikaisesti (kuva: ”Idästä tuulee” -näyttely, Kiasma, kummitaiteen liikkuvia kohteita) nykytaiteen museossa Kiasmassa, Ateneumissa, Espoon modernin taiteen

museossa Emmassa (kuva: ”Tähtitaivas” -näyttely, Taidemuseo Tennispalatsi, kuuluisuuksien henkilövalokuvanäyttely) ja Tennispalatsin taidemuseossa. Arellin mukaan päällekkäisyyksistä kärsivät niin museot, niiden kävijät kuin taiteilijatkin. Esimerkiksi Ruotsissa koordinointi toimii paremmin.

100% Berndt Arell, johtaja, Nykyaiteen museo Kiasma (taustalla taideteos, silmät)
Siellä on ihan normaalia, että museonjohtajat tapaavat säännöllisesti ja keskustelevat aikataulusta ja projekteistaan, mutta Suomessa on jotenkin tällainen ilmapiiri, ettei haluta kertoa omia salaisuuksia ja suunnitelmia toisilleen ja sit lopputulos voi olla tällainen et kaikki kärsivät siitä.

A: Tampereen teatterit tiivistävät yhteistyötään. Kaikkiaan yksitoista teatteria ja kaupungin matkailutoimisto ovat julistaneet Tampereen Suomen Teatteripääkaupungiksi. (kuva Manserock-musikaali, Tampereen Työväen Teatteri) Pääkaupunkiutta perustellaan muun muassa sillä että tamperelaiset käyvät esimerkiksi helsinkiläisiä ahkerammin teatterissa. Jatkossa yhteistä näkyvyyttä haetaan uudella Teatteripääkaupunki-logolla, jota on jo testattu myyntitapahtumissa eri puolilla Suomea.

100% Reijo Tallgren, markkinointipäällikkö, Tampereen Työväen Teatteri
Selkeesti huomattiin, että kyllä Tampere on teatterikaupunki että kun yhden kansion sisällä on yhdentoista talon esitteet niin kyllä se sai varsin positiivisen vastaanoton ja kansa oli todella, todella iloista siitä että tämmönen on saatu aikaiseksi. (kuva teatteriin) Oikeestaan kun tätä yhteistyötä on tehty varmaan kymmenet vuodet tamperelaisten talojen välillä niin ei mitään mullistavaa tän logon myötä tuu että tuota me ollaan tehty työt ensiks ja sitten vasta logo, että varmaan markkinoinnillista yhteistyötä tullaan tiivistämään eri talojen välissä. (taustalla soi nyt reppu jupiset riimisi rupiset...)

A: Uudesta valtakunnallisesta toimijasta huolimatta kaupallinen radio jatkaa tutulla linjalla. SanomaWSOY:n miehille suunnattu kanava näyttää perineen ainakin Radio Cityn kuuntelijat, mutta naisten kanavan yleisö on vielä hakusessa. Tiedot perustuvat Finnpanelin tammikuun kuuntelijatutkimukseen.

Sama juttu kuin klo 20.30

A: Uusia uutisia jälleen huomenna, nyt näkemiin.

KESKIVIIKKO

Pääuutiset klo 20.30: ei lainkaan kulttuurijuttua

Kulttuuriuutiset:

A: Hyvää iltaa kulttuuriuutisista. Raija-Liisa Seilo on valittu Turun kaupunginteatterin uudeksi johtajaksi. (still-kuva Seilosta) Turun kulttuurilautakunta teki yksimielisen päätöksen asiasta alkuihlalla. 50-vuotias Seilo on Tampereen teatterikesän toiminnanjohtaja. Seilo on hankkinut kannuksensa erilaisissa tehtävissä taiteen hallinnossa. Teatterin tekemisestä hänellä ei ole kokemusta. Johtajan paikka laitettiin uudelleen hakuun loppuvuodesta, koska aiemmat hakijat osasivat huonosti ruotsia. Uusi johtaja aloittaa työnsä ensi vuoden alussa.

A: Helsingin taidemuseon johtajan valinta pitkittyy yhä. Museon johtokunnan päätös Janne Gallen-Kallela-Sirénin valinnasta aiotaan tuoda kaupunginhallituksen käsittelyyn vasta perusteellisen valmistelun jälkeen. Museon henkilökunta on tyytymätön esitykseen.

(kuvaa Tennispalatsin taidemuseosta, ulkoa laaja ja lähempi nimestä) Helsingin taidemuseon johtajanpalli on yksi halutuimmista paikoista Suomen museokentällä. Johtajan vastuulla on (kuva valkoisesta, abstraktista veistoksesta museon sisällä, ihmisryhmä kävelee ohi) kahden suuren museon lisäksi pääkaupungin julkiset teokset. (lähempi kuva, veistos koostuu sormista) Museon johtokunnan päätös esittää johtajaksi (kuvassa Gallen-Kallela-Sirén ja haastaja Erja Pusa, äänet 5-4) Janne Gallen-Kallela-Siréniä on herättänyt keskustelua, sillä lopputulos syntyi vasta tiukan äänestyksen jälkeen. (kuvassa pelkkä Gallen-Kallela-Sirén) Tästä johtuen asia ei myöskään etene kaupunginhallituksen käsittelyyn kädenkäänteessä.

100 % Ilkka-Christian Björklund, apulaiskaupunginjohtaja, Helsingin kaupunki (taustalla kuvassa aiempi veistos)

Tämä vaatii kyllä nyt esittelyssä harkintaa joka ei ihan muutamassa päivässä onnistu. (leikkaus lähempään kuvaan) Tarkoitus on käsitellä se lähiviikkoina ja tavoitteena on kyllä se että maaliskuussa kaupunginvaltuusto voisi taidemuseon johtajan valita.

(talvinen ulkokuva, puiden takana pilkistää rakennus) Päätöksen pitkittyminen kieliin asian kinkkisyydestä. (ulkona lumisella rannalla kivinen veistos, u:n muotoinen kaari, jonka takaa aurinko paistaa) Museon johtokunta seisoo kuitenkin vankasti päätöksensä takana.

100 % Mikko Vanni, Taidemuseon johtokunnan pj. (taustalla joku menee museorakennukseen) Kriteereinä oli tietysti pätevyys ja soveltuvuus (kuva Vanniin, taustalla moderneja tauluja) hänellä on hyvin vahva kansainvälinen kokemus hyvin monentyyppisistä laitoksista.

(Heijastus autoja & ikkunoita, siitä tarkennus taidemuseo Tennispalatsi -kylttiin) Taidemuseon henkilökunta taas pitää tärkeänä museokokemusta kotimaasta. Sitä Gallen-Kallela-Sirénille (kuvaa sisältä Tennispalatsista, taidemuseon edestä, liukuportaat, tuoleja, ihmisiä, ylhäällä museot-kyltti) on kertynyt vasta kolmen vuoden ajalta Tampereen taidemuseon johtajana.

100 % (puhelimessa) Kaisa Kettunen, museolehtori, työsuojeluvaltuutettu, Hgin taidemuseo
Henkilökunta löysi sieltä useita (kuva Doisnean suudelma-valokuvasta, lähellä kameraa kulkee ihmisiä pyöröovesta) hyviä hakijoita jotka sai kannatusta

K: Minkälaisen kannatuksen Janne Gallen-Kallela-Sirén sai?

Hän ei saanut kannatusta.

(kuvaa eri museoista teksti museot, käveleviä ihmisiä) Museon reilut seitsemänkymmentä työntekijää on ollut vuodenvaihteesta lähtien ilman johtajaa (taidemuseon mainosstandi Robert Doisneau-näyttelystä) Berndt Arellin siirrettyä Kiasman johtoon. (taidemuseo Tennispalatsi -logo) Johtajavalinta varmistuu vasta, kun kaupunginvaltuusto on hyväksynyt nimityksen. (laajempi kuva Tennispalatsin pyöröovelta) Äänestyksistä odotetaan tiukkoja.

A: Euroopan Unionin jäsenmaiden kulttuuri-instituutit kokoavat voimiaan. (kuva suuresta rakennuksesta, aurinko heijastuu ikkunoiden peittämästä seinästä, alhaalla kävelee ihmisiä) Tänään Brysselissä käynnistetty kumppanuushanke (lähikuva patsaasta, kaksi lasta, poikaa, katsoo ylöspäin, taustalla liehuu EU-lippuja) tähtää eurooppalaisen kulttuurin ja muun maailman välisen vuoropuhelun parantamiseen. (EU-logo lasin alla, josta lippurivi heijastuu) Uudessa katto-

organisaatiossa on mukana 19 (lippurivi kauempaa, edessä käveleviä ihmisiä) jäsenmaata. Suomesta mukana on (lähikuva liehuvista lipuista) kaikki 17 kulttuuri- ja tiedeinstituuttia.

Kirjallisuuslehti Parnasson juttu edesmenneestä kirjailija Arto Salmisesta on ehdolla Bonnier-palkinnon saajaksi. (Kuva jutusta) Jutun on kirjoittanut Harri Haanpää. Muut ehdokkaat parhaan jutun sarjassa ovat (Kuva jutusta) Tomi Ervamaan Libanon- uutisointi Helsingin Sanomissa sekä (Kuva jutusta) Matti Kuuselan ja Raine Lehtorannan Aamulehdessä julkaistu juttusarja Mannerheimin Aasian retkistä. Journalistiset Bonnier-palkinnot jaetaan kuukauden kuluttua.

Tulipalossa vaurioituneen Porvoon tuomiokirkon jälleenrakennus etenee aikataulussa. (kuvaa telineistä seinällä, tiltaus yläspäin, alhaalla joku mies maalaa seinää) Palon vaurioittamat rakenteet on poistettu ja kirkon sisäpintojen korjaaminen on saatu vauhtiin. (mies ja nainen tekevät seinärappauksen kuvioille jotain) Myös uuden paanukaton rakentaminen on käynnistymässä. (ulkokuva kirkosta, panorointi oikealta vasemmalle.) Lisäksi kirkossa on aloitettu ulkoseinien rappauksen korjaaminen.

Sibeliuksen unohdetut nuoruudenteokset on painettu nuoteiksi ensimmäisen kerran. (mustavalkoista arkistokuvaa, Sibelius polttaa sikaria, nousee nojatuolista kävelemään, taustalla hiljaista orkesterimusiikkia) Sibeliuksen orkesterirunoelmat Metsänhaltija ja Kevätlaulu sävellettiin (Sibelius kirjoittaa ja selaa partituuria pöydän ääressä) 1890-luvun alkuvuosina. Muutamien esitysten jälkeen teokset unohtuivat, ja niitä esitettiin vain kerran 1900-luvulla.

Tässä oli tämän päivän kulttuuripaketti, uusia uutisia huomenna. Nyt näkemiin.

TORSTAI

Pääuutiset klo 20.30:

A: Kansallisoopperan johto haluaa nopeuttaa kapellimestari Mikko Franckin lähtöä talosta. (Franck johtaa orkesteria, heiluttaa tahtipuikkoa, päällä musta t-paita) Oopperan johto pyytää, että Franck lähtisi talosta jo ennen irtisanomisajan päättymistä. (Kuva orkesteriharjoituksista takaa, edessä kaksi tuuban soittajaa shortsit jalassa, Franck huitoo kaukana orkesterin edessä, soittavat, musiikki kuuluu äärimmäisen hiljaa) Asia menee vielä oopperan hallituksen käsittelyyn. Jos hanke toteutuu Franck johtaisi Kansallisoopperassa enää (puolikuva viulisteista takaa, panorointi heidän edessään orkesteria johtavaan Franckiin) Punainen viiva -oopperan, jonka viimeinen esitys on maaliskuun lopussa.

Ja sitten elokuva-asiaa. (taustalla lukee Miehen työ, kuva alastomasta miehestä ja naisesta lähekkäin ammeessa) Uusi kotimainen elokuva Miehen työ kertoo tarinaa prostituoiduksi ajautuvasta perheenisästä. Ohjaaja Aleksi Salmenperän mukaan elokuva kritisoi protestanttista työetiikkaa, jossa ihmiset kokevat olevansa arvokkaita vain työnsä kautta.

Juttu:

(Elokuvasta: herätyskello soi hämärässä, mies nousee vuoteesta, nainen jää nukkumaan, kuva jää naiseen) Juhalla on vaikea elämäntilanne. Kotona on kolme pientä lasta ja masennuksesta kärsivä vaimo. (lähikuva Juhan käsistä, kaataa pilleripurkin varovasti pesukoneen päälle, alkaa laskea pillereitä) Kaiken kukkuraksi mies saa töistään potkut, mutta tätä hän ei henno vaimolleen kertoa. Ohjaajan mukaan juuri tähän asiaan kiteytyy jotain hyvin suomalaista.

100 % Aleks Salmenperä, ohjaaja, käsikirjoittaja (villapaita päällä, istuu hämärästi valaistussa huoneessa, taustalla kirjapinoja, mm. Kalevala)

Et mitä kautta ihmiset itsensä määrittää eli työn kautta ja työn arvostus on niin raju, ja sit siis, et elämä eletään niinkun työtä varten (lähikuva pillereitä laskevista käsistä). Jotenkin se ajatus siitä (kuva lääkepurkin etiketistä, Hakala Katja, masennuksen hoitoon 1 tabletti 1 – 3 kertaa vuorokaudessa) jos työ menee alta ni sit mitä jää jäljelle.

(sivulähikuva naisesta istumassa sohvalla, edessä miehen niskan hahmo) Sitten sattumalta Juha, yritteliäs mies, ajautuukin prostituoiduksi.

100 % elokuvaa (kuva siirtyy sohvalla istuvien miehen ja naisen taa)

Mies: Toi piharakennushan on vähän vinksallaan, sen mä nyt voisin tietysti... (nojaa eteen)

Nainen (kuva takaapäin): Jos harjaat mun tukkaa tunnin alasti, saat kolmesataa (mies kääntyy katsomaan naista, hymyilee hämillään)

Työstä on glorioa todella kaukana, mutta palkkiot ovat huimia.

(mies seisoo yksin ikkunan edessä)

Sama naisen ääni: Saat tonnin.

(kokokuva kaukaa miehestä harjaamassa nojatuolissa istuvan naisen tukkaa, alasti) Vaikka häpeän ja valheiden täyttämä tilanne alkaa olla kestämaton, Juhan mielestä umpikujasta on vain jotenkin selvittävä. (mustan kautta, mies nousee autosta sen viereen seisomaan, vaimon näkökulmasta) Ohjaaja Aleks Salmenperän mukaan duunari Juha toimii itse asiassa samoin kuin moni uraisä. Ollakseen hyvä perheenpää (kuva naisesta portailla, kädet puuskassa) kulissien on oltava kunnossa, ja kotiin on hankittava (mies osoittaa auton katolla olevaa pesukonetta) pelit ja vehkeet.

Mies (hymyilee): Pesukone. Auto.

Lapset jäävät vaimon hoidettaviksi kun itse paetaan töihin, joita paiskitaankin sitten myöhään yöhön. (Kuva pesukoneesta kylpyhuoneessa) Tämän ajatusmallin kyseenalaistamisessa piilee myös elokuvan sanoma.

100 % Aleks Salmenperä, ohjaaja, käsikirjoittaja (lähempi kuva)

Vastuuta kannetaan niinku kohtaamalla, eikä tota (lähikuva Juhan kasvoista, silmät kiinni) juoksemalla karkuun, pyrkimällä niinkun ratkasemaan ongelmat ostamalla lomamatkoja tai tuota autoja tai pesukoneita.

(Juha strippaa pöydällä huutavan ja taputtavan naisjoukon edessä, pitelee päätään, joku ottaa kuvan) Miehen työ on Aleks Salmenperälle toinen pitkä elokuva. Vaikuttava kertomus herättää taatusti katsojissa ajatuksia. Toisille Juha lienee typerä ja jääräpäinen luuseri (ääninosto elokuvaan, ottaa housuja pois hyppien yhdellä jalalla), toisille perheensä vuoksi uhrautuva (Juha lukee kirjaa sängyllä lapsi kummassakin kainalossaan) arjen sankari.

A: Sitten siirrymme sääasioihin pikkuhiljaa. Viime päivien kovat pakkaset...

Kulttuuriuutiset:

A: Tässä Kulttuuriuutiset, hyvää iltaa. Kansallisoopperan johto pyytää Mikko Franckia lähtemään talosta ennen irtisanomisajan päättymistä. (kuvamatto sama kuin 2030) Asia menee vielä oopperan hallituksen käsiteltäväksi maaliskuussa. Näin ollen Franck johtaisi Kansallisoopperassa enää Punainen viiva -oopperan, jonka viimeinen esitys on maaliskuun lopussa. Oopperan henkilökunta on tyrmistynyt asiasta, mutta ei suunnittele uusia mielenilmauksia. Franck oli valmistautunut työskentelemään talossa koko irtisanomisajan.

100 % Mikko Franck, ylikapellimestari, Suomen Kansallisooppera (kuvassa ensin näkyvissä toimittajan selkäkin, zoomaa Franckiin)

No kyllä mä olen sillä tavalla tietenkäin asennoitunut että tämä on tämä 12 kuukauden irtisanomisaika ja olen ollut valmis kuitenkin vielä sitten tämän vuoden verran näitä töitä tekemään, mutta tietenkäin sitten jos toivotaan niin ja jos (hymyillen) avaimet viedään, niin enhän minä sitten tänne pääse kuin maksetulla pääsylipulla.

A: Ruotsin valtiolliset museot ovat menettäneet tuntuvasti kävijöitään sisäänpääsymaksujen säätämisen jälkeen. (nopea panorointi kaupungin rantaa, päättyy vanhaan ja suureen Nationalmuseumiin, edessä laiva) Hallituksen päätöksestä museokäynnit ovat olleet maksullisia vuodenvaihteesta saakka. (kuva samasta museosta alakulmasta, oven edessä liehuu Ruotsin lippuja) Dagens Nyheter -lehden tutkimuksen mukaan valtion museoissa kävi tammikuussa keskimäärin 35 prosenttia vähemmän ihmisiä kuin viime vuoden alussa. Ruotsin museoihin oli kahden vuoden ajan ilmainen sisäänpääsy.

(taustalla kuva Juhasta istumassa tupakka suussa sängyllä, valkoinen paita päällä, teksti miehen työ)

A: Tuore kotimainen elokuva Miehen työ kertoo tarinan prostituoiduksi ajautuvasta perheenisästä. Ohjaaja Aleks Salmenperän mukaan elokuva kritisoi protestanttista työetiikkaa, jossa ihmiset kokevat olevansa arvokkaita vain työnsä kautta. Elokuva tulee teattereihin huomenna.

Sama juttu kuin klo 20.30.

A: Lappilainen muotoilu- ja käsityötaito esittäytyvät pääkaupungissa. (kuva huopatuotteista, taustalla soi joikua) Lapin liitto järjesti viime vuonna Muotoilualan arktiset helmet -tuotteistamiskilpailun, (kuva painokankaasta, jossa junan kuvia ja tekstiä, mm. Rovaniemi, Kemijärvi) jonka voittajien töitä esitellään nyt Helsingin muotoilu- ja sisustusliikkeissä. Mukana on muun muassa (kuva liikkuu vieressä roikkuviin, samasta kankaasta tehtyihin boksereihin) moderneja käyttöesineitä ja alusvaatteita (kuva koruista rasioissa) sekä lappilaisia koruja. Helsingistä etsitään ponnahduslautaa (lähikuva korvakoruista) myös kansainvälisille markkinoille.

100 % Jaana Moona, projektipäällikkö, Lapin liitto (käsi hypistelee kirjailtuja kukkaroita, vieressä kyltti Arktiset helmet -kampanjasta) Mä oon ollu näitä esittelemässä täällä pääkaupunkiseudulla (superlähikuva kukkarosta) ni ihmiset on heti tosi kiinnostuneita siitä tota et kyllä Lappi kiinnostaa ja ne (kasvokuva, nimiplanssi) aihepiirit ja materiaalit ja että tota kyllä mä uskon että päästään (nauraen) tonne kansainvälisille markkinoille. (kuvassa taustalla edelliset bokserit yms. vaatteita)

A: Tässä oli kaikki tältä päivältä, näkemiin.

PERJANTAI

Pääuutiset klo 20.30:

A: (viimeinen otsikko alussa) Julmat viikingit purjehtivat Turun kaupunginteatterin lavalle. (kuva näyttelijöistä laulamassa keinuvassa laivassa)

A: (väliotsikot) Tässä lähetyksessä kerromme vielä kuinka laajalti idea perustulosta saa kannatusta vaaliedokkailta, minkälaisin tv-mainoksin puolueet yrittävät innostaa äänestäjiä liikkeelle ja miten viikingit ovat rantautuneet Turkuun musikaalissa (kuvassa laiva, jossa ihmisiä ja raitapurje, iso teksti Thorin vasara)

Juttu

A: Sitten teatteriin ja Turkuun. Viikingit ovat valloittaneet Turun kaupunginteatterin suuren näyttämön. Viikinkien taisteluista kertova musikaali Thorin vasara sai tänään ensi-iltansa. Julmat ja paljon ryyppävät viikingit tuntuvat kiinnostavan, sillä musikaali on lähes loppuunmyyty.

(kuva talvisella kadulla palavasta nuotiosta ja vanhanaikaisesti pukeutuneista ratsukoista) Kesäisistä keskiaikatapahtumistaan tunnettu Turku virittäytyi ennen musikaalin ensi-illan alkamista (kuva parrakkaasta miehestä vanhanaikaisessa asussa, käyttää pihtejä tulen ääressä, seppä?) viikinki aikaan 1000-luvulle.

100 % Katariina Lahti, ohjaaja, Turun kaupunginteatteri

Se on omalla tavallaan semmonen avoimet ovat kaupunkilaisille, että (lähikuva, joku pyörittelee voim näköistä mönjää kulhossa) myöskin ne ihmiset jotka ei välttämättä tule esitykseen niin (laajempi kuva, joku laittaa kaaliraastetta pataan, ulkona, pata on tulella, paljon ihmisiä) tutustuu aiheeseen ja täällä sammutetaan katuvalot ja tota öö mm (kuva ohjaajaan) suljetaan kadut ja täällä on kymmeniä hevosia ja markkinakojuja ja todelliset viikinkimarkkinat.

(kuva laulavia viikinkejä keinuvassa, valaistussa viikinkilaivassa, kamera zoomaa hitaasti ulos) Thorin vasaran viikingit palaavat ryöstöretkeltä Amerikasta saaliina kokonainen intiaaniheimo, joukossa kaunis intiaanipäällikön tytär.

100 % Katariina Lahti, ohjaaja, Turun kaupunginteatteri, viikinkivenelavaste ja katsomo taustalla Tämä on tämmönen odysseia läpi miehen elämän ja se on myöskin tarina kulttuurien ja uskontojen kipeistä kohtaamisista.

(kuva joukosta lavalla, yksi on naamioitu poppamies, uhkaavat keihäällä ja työntävät intiaaneja yksi kerrallaan alas siltä. Lavalta putoaa yksi intiaaninainen, jonka viikinkimies ottaa kiinni.)

Thorin vasara on suomalais-virolaista yhteistyötä. Tunnetun tällinnalaisen säveltäjän Aivar Joonasin musiikki on rokkia, poppia, etnoa ja vähän oopperaa. (laaja kuva, ihmiset laulavat lavalla) Solistikaarti on monipuolinen, laulajina muun muassa (kuva miehet pitelevät vaaleaa naista käsistä (Kosonen), nainen laulaa haa, lähtee kulkemaan miesten edessä, katse yleisöön) Nylon Beat -yhtyeestä tuttu Jonna Kosonen ja turkulaistenori Seppo Ruohonen. (100 % kuva ja ääni)

100 % Seppo Ruohonen

Tässä on ihan toisenlaisia haasteita kun taas (kuva Ruohosen) oopperassa jossa tehdään taas niinku akustisesti keholla. Tässä syntyy aivan, tää on sen takia mielenkiintoinen koska tässä on ihan toisenlaiset vivahteet ja myöskin haastava tieteenki ja sitten toisaalta on myöskin se asia että nyt saa taas esittää sitä ikäistään niinkuin hahmoa.

(kuva miekkataistelusta lavalla)

Thorin vasaraa on ollut tekemässä koko joukko viikinkiasiantuntijoita. Visuaalisesti musikaali on häikäisevä. On räiskettä, tulta ja savua.

(fade 100 % mieheen heittämässä tynnyriä ja laulamassa Taas tuokaa juomaa, Ruuhonen?)
Julmien ja pelottomien viikinkien aika kiinnostaa, musikaali on lähes loppuunmyyty. (100 % kuvaa, loppuu kun ehditään tanssijoihin)

A: Viikonloppuna pakkaneen heikkenee...

Kulttuuriuutiset:

A: Hyvää iltaa. Kulttuuriministeri Tanja Saarela vaatii, että vasta kansallisoopperan uusi, ensi kertaa huhtikuussa kokoontuva hallitus päättää ylikapellimestari Mikko Franckin irtisanomisajan työvelvoitteesta. (kuva orkesteriharjoituksista takaa, Franck johtaa edessä, ks. ed. Taustalla soi Tonava kaunoinen.) Franckilla on vuoden irtisanoutumisaika, mutta oopperan johto on ilmoittanut, (puolikuva Franckista edestä johtamassa orkesteria, käsi poskella) ettei halua hänen jatkavan enää tämän vuoden maaliskuun jälkeen. (Franck kokokuvassa vinosti takaa, istuu tuolissa korokkeella orkesterin edessä.) Saarela muistuttaa, että irtisanomisajan työvelvoitteesta voi päättää vain oopperan hallitus. (Lähikuva viulisteista, etualalla vaaleahiuksinen nainen) Huhtikuussa hallituksen kokoonpano uusiutuu ja (orkesteri laajakuvassa takaa sivulta) talon operatiivisen johdon päättänyt siinä lakkaa. (Panerointi viulisteista Franckiin puolikuvassa, lopussa Franck näyttää kädellään lopettamisesta) Kulttuuriministerillä ja opetusministeriöllä ei ole suoraa sananvaltaa oopperan asioihin.

100 % Tanja Saarela (still-kuva, edessä Ylen mikki)

Opetusministeriö voi suositella toimenpiteitä, mutta tuota tietysti tällaisessa tilanteessa olen katsonut että näinkin poikkeuksellisesti tai poikkeuksellisen vahvasti voidaan itsenäisen säätiön toimenpiteisiin puuttua koska kysymys on kuitenkin päärahoittajasta elikä opetusministeriöstä ja yhteisten varojen käytöstä.

(taululla teksti Thorin vasara, epäselväkuva ihmisistä, viikingeistä, jotain kilpiä ja laivan keulaa näkyy myös) Ja sitten Turkuun, jossa virittäydytään viikinkiaikaan. Aurajoen rantaan on pystytetty viikinkiajan kylä sekä markkinat ja Turun kaupunginteatterin suurella näyttämöllä nähdään viikingeistä kertova musikaali Thorin vasara. Viikinkien hurjista taisteluista kertova musikaali on syntynyt suomalais-virolaisena yhteistyönä. Thorin vasaran maailman-ensi-ilta oli tänään (hymy).

100% Laulavia viikinkejä keinuvassa, valaistussa viikinkilavassa (taivaanrajaa maailman hallitsija Thor...) kamera zoomaa hitaasti ulos

Viikinkiajalla purjeiden ilmestyminen horisonttiin herätti kauhua.

100% kuolo soittaa, pohjaan meren laulellen?

Thorin vasara kertoo julmasta ja raa'asta viikinkien maailmasta. Eletään 1000-luvun alkua.

Amerikkaan ryöstöretkelle matkanneet palaavat kotiin saaliina kokonainen intiaaniheimo.

fade haastattelukuvaan

100 % Katariina Lahti, ohjaaja, Turun kaupunginteatteri, viikinkivenelavaste ja katsomo taustalla
Tämä on tämmönen odysseia läpi miehen elämän ja se on myöskin tarina kulttuurien ja uskontojen kipeistä kohtaamisista.

100 % tuokaa juomaa (parrakas pitkätukkainen mies heittelee lavalla tynnyreitä, muut hääraävät samassa puuhassa ja laulussa ympärillä, lavalla palaa tuli)

Musikaali on turkulaisten ja virolaisten yhteistyötä. Libretisti ja sanoittaja Ville Kangur on tehnyt lukuisia sanoituksia virolaisille rock-yhtyeille. (kamera siirtyy tulien ohi rivissä, kädet toistensa harteilla tanssiviin neljään mieheen ja naiseen) Tallinnalaisen säveltäjän Aivar Joonaksen musiikki on pop-rock-henkistä, mausteena oopperaa ja etnoa. Turkulaistenori Seppo Ruohonen (leikkaus laajaan, kaukaiseen kuvaan lavasta) vierailee pitkistä aikaa kotikaupunkinsa suurella näyttämöllä.

100 % Seppo Ruohonen, professori (täydessä maskissa, pitkä pörröinen tukka ja parta, taustalla venelavasteen keula)

Tenoria tää ensimmäinen rooli ja sit on niinku bassobaritonia toinen rooli täs on myöski tämmönen aika laaja kolmatta oktaavia tää ääniala niin sekini on semmonen haasteellinen ainaki laulajalle, (naurahdus) niinkun jokainen laulaja tietää et siin on, sen takia antaa myöskin kiehtoo kovasti tehdä tätä.

(häivytyks lavakuvaan, miehet pitelevät vaaleaa naista käsistä (Kosonen), nainen laulaa haa, lähtee kulkemaan miesten edessä, katse yleisöön)

Musiikki vaikutti monin tavoin solistien valintaan. Mukana on muun muassa Nylon Beat -yhtyeestä tunnetuksi noussut Jonna Kosonen. (100% ääni naisen laulua, fade haastattelukuvaan)

100 % Katariina Lahti

No Thorin vasara on tämmönen sen ajan ballistinen ohjus joka joka lentäessään räiskähtää

100% kuvaa miekkataistelukohtauksesta

Visuaalisesti musikaali on häikäisevä. Tulta savua ja tappuraa riittää. (kuva nousee ylös leijailevaan savuun ja katon valonheittimiin) Musikaalia tekemässä on ollut tuliekspertti ja useita viikinkiajan asiantuntijoita.

Kansainväliset lasten ja nuorten teatteripäivät ovat vetäneet jälleen katsomot täyteen väkeä Oulussa. (panorointi katsomosta lavalle, jossa kolme ihmistä puuhailee, laatikko, tynnyri, seinä)

Teatteripäivillä on nähty kansainvälisiä esityksiä jo 10 vuotta. (lähikuva pienestä pojasta katsomossa, joka innostuu sanomaan jotain vieressä istuvalle aikuiselle) Lastenteatterin tekeminen on haasteellista mutta teatteri on myös hyvä väline (kuva lavalle) murtaa kielimuuri. (huraa sanovat näyttelijät)

100 % Sergey Protin, taiteellinen johtaja, Petroskoin kansallinen teatteri (taustalla aulassa julisteita ja pukuja mallinukkejen päällä)

On todellakin vaikeaa siis esittää lapsille (kuva lavalle) Lapset ja nuoriso niin (kuva kolmesta lapsesta, kaksi poikaa ja tyttö katsomossa keskittyneinä) (alareunassa teksti: Teatteri Hevosenkä: Maamies ja lohikäärme) ne haluavat ymmärtää (kuva lavalle, kuvassa miesnäyttelijä, käsissään säkki) miksi näin ja näin ja kukas (kuvassa käsinukkekoira) tämä henkilö ja miksi hän tekee tätä. Keski-ikäinen ihminen (laajempi kuva, koiranukke hyppää tynnyriltä, sen liikuttajanainen ja miesnäyttelijä) hän vain katselee onko tämä kaunis kuva ja niin pois päin (naurua äänessä) (kuva kahteen pieneen tyttöön katsomossa, ja takaisin lavalle, jossa nukettaja pyörittää koiraa päänsä yläpuolella) Nykyaikainen kieli teatterin kieleen niin hyvät kuvat kaikesta tehty että (lohikäärme saapuu hämärästä lavalle) ilman käännöstä ilman tekstiä siis kaikki ymmärtää (olenkohan tullut oikeaan paikkaan, sanoo lohikäärme)

A: Ja nyt on aika toivottaa hyvää viikonloppua. (lopussa laaja kuva yläviistosta ankkurista studiossa, järjestelee papereitaan.)

Liite 2: Katsojaprofiilit

Kulttuuriuutisten keskikatsojamäärä eri kohderyhmissä

	keväällä 2009 (klo 18.15–18.20 arkisin)	keväällä 2007 (TV1 myöhäisillassa)
Kaikki	381139	76656
Miehet 15-29	3 527	2 797
Naiset 15-29	4 399	2 611
Miehet 30-44	18 906	5 973
Naiset 30-44	13 046	6 598
Miehet 45-59	54 990	16 995
Naiset 45-59	34 609	10 074
Miehet 60+	118 394	9 265
Naiset 60+	129 985	21 662

Kulttuuriuutisten keskitavoittavuus eri kohderyhmissä (prosenttia kohderyhmästä)

	keväällä 2009 (klo 18.15–18.20 arkisin)	keväällä 2007 (TV1 myöhäisillassa)
Kaikki	8,34%	2,03%
Miehet 15-29	0,88%	0,78%
Naiset 15-29	1,12%	0,84%
Miehet 30-44	4,25%	1,68%
Naiset 30-44	3,11%	1,97%
Miehet 45-59	10,63%	3,92%
Naiset 45-59	7,00%	2,26%
Miehet 60+	25,29%	2,81%
Naiset 60+	19,55%	3,79%

Kulttuuriuutisten keskikatsojamäärä eri kohderyhmissä (osuus koko kohderyhmästä)

Ammatti	keväällä 2009 (klo 18.15–18.20 arkisin)	keväällä 2007 (TV1 myöhäisillassa)
maanviljelijä tai yrittäjä	15 089 (8,56%)	4 456 (3,02%)
ylempi toimihenkilö	34 072 (6,12%)	11 522 (2,59%)
alempi toimihenkilö	39 146 (5,84%)	9 474 (1,72%)
työväestö	36 006 (5,71%)	10 809 (1,99%)
opiskelija, koululainen	5 982 (0,80%)	3 108 (0,52%)
eläkeläinen	235 724 (21,59%)	30 361 (3,41%)
muu	11 488 (7,09%)	5 688 (3,54%)

Kulttuuriuutisten keskikatsojamäärä eri kohderyhmissä (osuus koko kohderyhmästä)

Asuinpaikka	keväällä 2009 (klo 18.15-18.20 arkisin)	keväällä 2007 (TV1 myöhäisillassa)
Suur-Helsinki	73 804 (8,92%)	15 772 (2,31%)
Tku, Tre	17 019 (5,51%)	6 486 (2,80%)
Jkl, Lh, Ou, Kuo, Pori	28 826 (7,12%)	8 135 (2,57%)
muut kaupungit	103 349 (9,03%)	17 922 (1,94%)
taaajaan asutut kunnat	82 851 (11,01%)	16 750 (2,42%)
maaseutu	73 734 (9,54%)	11 264 (1,78%)

Lähde: Asia ja Kulttuuri-YLE asiakkuustoiminta, Erik Bäckman (luvut Finnpanel, tv-mittari, Arianna)