

Ukko Kaukua

KÄRJISTÄEN KLIKKIOTSIKOITA VASTAAN

Metajournalistiset diskurssit Uuden Jutun
uutiskirjeissä

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta

Kandidaatintutkielma

Toukokuu 2025

TIIVISTELMÄ

Ukko Kaukua: Kärjistäen klikkiotsikoita vastaan – Metajournalistiset diskurssit Uuden Jutun uutiskirjeissä
Kandidaatintutkielma
Tampereen yliopisto
Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta
Viestinnän monitieteinen tutkinto-ohjelma, journalistiikan opintosuunta
Toukokuu 2025

Kandidaatintutkielmassani tutkin vuonna 2025 julkaisutoimintansa aloittaneen suomalaisen startup-media Uuden jutun uutiskirjeitä ja niissä esiintyviä metajournalistisia diskursseja. Metajournalistiset diskurssit ovat yksinkertaistettuna journalismista käytyä julkista keskustelua. Uusi juttu kritisoi uutiskirjeissään perinteistä mediaa ja esitti muun muassa journalismin olevan rikki.

Tässä tutkimuksessa käytin menetelmänä diskurssianalyysiä ja löysin aineistosta neljä diskurssia, jotka ovat seuraavat: journalismi on rikki ja syynä ovat rakenteet, journalismi paranee puhumalla journalismista, kyllä yleisö tietää parhaiten ja arvot journalismin keskiöön.

Vertailin löytämiäni diskursseja myös aikaisempaan kansainväliseen media-ala startupeja koskevaan tutkimukseen ja tiedemaailmassa journalismin kriisistä käytyyn keskusteluun. Uuden jutun keskeisin yhdistävä tekijä suhteessa kansainvälisiin verrokkeihinsa oli jännitteinen suhde perinteiseen mediaan. Toisaalta oma olemassaolo ja erityisyys on tarpeen perusteella kritiikin kautta ja toisaalta varteenotettavana journalistisena toimijana sitoudutaan moniin perinteisen median kanssa jaettuihin journalistisiin arvoihin tai käytänteisiin.

Keskeisin pyrkimys erontekoon suhteessa perinteiseen mediaan löytyy suhteessa yleisöön. Journalismin yleisökäänteen mukanaan tuoma yleisön kiinnostuksenkohteen asettaminen keskiöön pidetään kyllä mukana, mutta Uusi juttu pyrkii määrittelemään uudelleen sen, mitä yleisön huomioiminen tarkoittaa. Kritiikin kohteena on erityisesti lisääntynyt analytiikan käyttö ja sen vaikutukset uutisointiin.

Avainsanat: Journalismin kriisi, Uusi juttu, journalistiset startupit, metajournalistinen diskurssi, diskurssianalyysi, yleisökäänte

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin Originality Check ohjelmalla.

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO.....	1
2	KIRJALLISUUSKATSAUS.....	3
	2.1 Journalismin kriisistä.....	3
	2.2 Metajournalistinen diskurssi	6
	2.3 Journalistiset startupit.....	9
	2.4 Yhteenveto ja tutkimuskysymys	11
3	AINEISTO JA MENETELMÄT	12
	3.1 Aineiston rajaus ja esittely	12
	3.2 Diskurssianalyysi	13
4	AINEISTO JA MENETELMÄT	15
	4.1 Journalismi on rikki ja syynä ovat rakenteet	15
	4.2 Journalismi paranee puhumalla journalismista.....	17
	4.3 Kyllä yleisö tietää parhaiten.....	18
	4.4 Arvot journalismin keskiöön.....	21
	4.5 Vastaaminen tutkimuskysymykseen	22
5	POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET	26
6	KIRJALLISUUS	28

1 JOHDANTO

Uusi Juttu on tammikuussa 2025 toimintansa aloittanut Tanskalaisen Zetlandin rahoittama media, joka omien sanojensa mukaan:

”Halusimme rakentaa median, joka ei tekisi klikkiotsikoita, tehtailisi kohuja tai tarttuisi jokaiseen rasahdukseen. Median, joka näyttäisi kokonaiskuvan ja avaisi asioiden yhteydet.”

Uusi Juttu on siinä mielessä ainutlaatuinen tapaus suomalaisella mediakentällä, että täysin uutta päivittäisuutisoitua tekevää julkaisua ei ole aivan hiljattain perustettu. Uuden Jutun lanseerausmateriaaleissa puhuttiin esimerkiksi siitä, että media on rikki.

Kritiikin kärkenä olivat muun muassa analytiikkavetoisuus, klikkiotsikot ja sensaatiohakuisuus. Suomessa on kansainvälisesti vertailtuna keskimäärin korkea luottamus perinteiseen mediaan, mutta uutisten välttely on lisääntynyt (Reuters-instituutti 2024).

Media-alan startupien pamfletteja on tutkittu aikaisemmin kansainvälisesti, mutta Suomessa tällaista tutkimusta ei ole aikaisemmin tehty. Aikaisemmassa tutkimuksessa pamfletteja on tutkittu metajournalismin käsitteen kautta (Carlson, Usher 2016).

Aion kandiditutkielmassani tutkia sitä, millaista kuvaa ”journalismin nykytilasta” Uuden Jutun markkinointi- ja lanseerausmateriaaleissa pyritään rakentamaan ja minkälaista journalismikritiikkiä se esittää. Sidon tutkielmani myös osaksi akatemiassa ja julkisessa keskustelussa esiintynyttä journalismin kriisin diskurssia. Näkykö Uuden Jutun uutiskirjeissä samoja teemoja, näkökulmia tai ajatuksia journalismin roolista, kuin puheessa journalismin kriisistä?

Puhe journalismin kriisistä liittyy journalismin heikkeneviin taloudellisiin näkyymiin yhdistettynä heikentyneeseen yleisöluottamukseen ja koettuun journalismin laadun heikkenemiseen. UJ:n puheet journalismin rikkinäisyydestä sitoutuvat osaksi tätä samaa journalismin ympärillä vallitsevaa ilmapiiriä.

Aihe on ajankohtainen, koska Uuden Jutun esittämä mediakritiikki on osa uusinta journalismin asemasta käytyä kriittistä keskustelua, mikä tekee siitä myös tutkimuksellisesti kiinnostavan. Aihe on merkittävä myös siksi, että Suomessa vastaavanlaista tutkimusta ei ole aikaisemmin tehty. Tähän on varmasti syynä myös se, että journalistista jokapäiväistä sisältöä julkaisevaa startup-yhtiöitä ei Suomessa ole aikaisemmin perustettu. Käytän tutkielmassani paikoin tekstin sujuvoittamiseksi Uudesta Jutusta lyhennettä UJ.

2 KIRJALLISUUSKATSAUS

Osiossa 2.1 esittelen journalismin kriisin käsitteen ja siihen liittyvää tutkimusta, sivuan luvussa myös digitalisaation vaikutusta journalismiin ja sen liiketoimintamalleihin. Osiossa 2.2. esittelen metajournalistisen diskurssin käsitteen. Esittelen my, miten metajournalistista diskurssia voidaan analysoida. Osiossa 2.3 käsittelen sitä, miten journalistisia startupeja on aikaisemmin tutkittu, metajournalististen diskurssien näkökulmasta ja muutenkin. Osio 2.4. on yhteenveto, jossa esittelen myös tutkimuskysymykseni.

2.1 Journalismin kriisistä

Puhe journalismin kriisistä on yleistynyt 2010-luvulla erityisesti anglosaksisessa journalismin tutkimuksessa ja ratkaisuksi kriisiin on esitetty erilaisia näkemyksiä siitä, miten journalismin tulisi muuttua (Väliverronen 2023). Väliverrosen artikkeli tiivistää kirjassa kerrottavan seuraavasti: ”Journalismin kriisissä on kyse ideaalien ja arjen käytäntöjen liiallisesta etäännyttämisestä.”

Journalistisiin ideaaleihin vetoaminen voi toimia ammatillisten rajojen vahvistajana alan muuttuessa (Wiik 2009). Wiikin mukaan tämä ei kuitenkaan kerro mitään siitä, miten ideaalit näkyvät journalismin käytännöissä. Mikäli ideaalit ja käytännöt todellakin ovat erkaantumassa toisistaan tämä herättää Wiikin mukaan kysymyksen siitä, miten journalismiin voi luottaa.

On esitetty, että uutisten taso on Yhdysvalloissa laskenut ja tästä on syyttäminen muutoksia uutisekosysteemissä (Anderson, Bell ja Shirky 2015). Anderson, Bell ja Shirky esittävät yhtenä ratkaisuna tilanteeseen sitä, että suhde yleisöön muuttuu radikaalisti. Myös Wiik hahmottelee yleisön roolin kasvavan journalismin muuttuessa.

Puhe journalismin kriisistä ei ole uusi ilmiö, sillä jo vuonna 2009 sitä on luonnehdittu suorastaan muodikkaaksi käsitteeksi (Väliverronen 2009). Väliverronen hahmottelee kriisin olennaisiksi palasiksi journalismin koetun laadun ja luotettavuuden heikentymisen ja toisaalta vähenevien levikkien aiheuttamat taloudelliset haasteet. Artikkelissaan hän tarkastelee kriisiä neljästä näkökulmasta, jotka sivuavat osittain myös muussa tut-

kimuksessa käytettyä jaottelua taloudelliseen, kulttuuriseen, teknologiseen ja poliittiseen ulottuvuuteen.

Ensinnäkin journalismi kärsii taloudellisten toimintaedellytystensä heikkenemisestä erityisesti uutisten siirtyessä nettiin ja muuttuessa ilmaisiksi. Tämä laskee lehtien levikkiä ja vähentää mainostuloja. (Väliverronen 2009). Tämän artikkelin julkaisusta on kulunut tutkielman kirjoitushetkellä jo yli 15 vuotta, joten internetin vaikutus journalistiseen työhön ja printtilehtien merkityksen vähentyminen on entistäkin ajankohtaisempi kehityskulku. Väliverroksen artikkelissa todetaan, että erityisesti toimittajat itse yhdistävät taloudelliset seikat journalismin sisällölliseen kriisiin ja laadun heikkenemiseen. Tätä väitettä tukevat myös kyselytutkimukset (Väliverronen 2009).

Väliverronen esittää, että toinen journalismin kriisin komponentti liittyy uskottavuuteen. Toisaalta uskottavuudesta on käyty enemmän kriittistä keskustelua ja myös yleisön ja tavallisten kansalaisten kriittiset kannanotot mediaa kohtaan ovat yleistyneet. Samaan aikaan kuitenkin puolueettomana luotettavan tiedon välittäjänä toimiminen nähdään journalismin itseymmärryksen tärkeäksi osaksi. (Väliverronen 2009). Myös uudemmassa keskustelussa muuttuva suhde yleisöön ja siihen liittyvät luottamusongelmat nähdään journalismin kriisin keskeisenä osana, kuten Zelizerin, Boczkowskin ja Andersonin journalismin kriisiä käsittelevässä kirjassa. Zelizer ja kumppanit esittävät tähän ratkaisuksi muun muassa osallistumismahdollisuuksien lisäämistä (Väliverronen 2024).

Yleisökäänteessä on kyse siitä, että aikaisemmin journalismissa yleisöön suhtauduttiin irrelevanttina tai siihen suhtauduttiin jopa negatiivisesti. Nykyisin taas yleisö ja sen miellyttäminen ja jatkuva pyrkimys mahdollisimman hyvään yleisön tavoittamiseen on noussut journalismin tekemisen keskiöön. (Costera 2020).

Väliverronen varoittaa kuitenkin, ettei uskottavuuden rapautumisesta pidä tehdä liian pitkälle meneviä johtopäätöksiä, sillä tutkimuksista löytyy myös tukea sille, että ne ihmiset, jotka seuraavat medioita itseasiassa luottavat seuraamiinsa medioihin suh-

teellisen paljon. Välvirronen myös toteaa, että suomalaisella journalismilla ei ole uskottavuuden suhteen erityisiä huolia.

Kolmas Välvirronen tunnistama journalismin kriisin osanen on internetin vaikutus mediaympäristöön. Jo vuonna 2009 internet nähtiin keskeisenä kilpailijana sanomalehdistön kanssa, vaikka tuolloin sanomalehtien osuus mediamainonnasta olikin pohjoismaissa korkea kansainvälisessä vertailussa. Välvirronen esittää artikkelissaan yhdeksi journalismin uhkakuvaksi toimitustyön ja markkinoinnin välisen ”palomuurin” heikkeyden, mikäli yleisön käyttäytymistä verkossa voidaan seurata entistä tarkemmin.

Digitalisaation mukanaan tuomat uudet liiketoimintamallit ovatkin lisänneet journalismin markkinasuuntatuneisuutta ja analytiikan vaikutusta toimituksen sisäiseen päätöksentekoon. 2010-luvulla maksumuurit ja erilaiset ilmaisia ja maksullisia sisältöjä yhdistelevät ansaintamallit ovat kuitenkin muodostuneet yhä useampien medioiden kannalta keskeisiksi. Yksi toimittajien tapa perustella tätä muutosta ja markkinaehtoisuuden merkityksen lisääntynyttä korostusta on ajatus siitä, että sen avulla voidaan taata journalismin tulevaisuus. (Penttilä 2024).

Viimeinen Välvirronen esittelemä journalismin kriisin näkökulma liittyy journalismin ja demokratian suhteeseen. Aikaisemmasta itsenäisenä vallan vahtikoirona toimimisesta on siirrytty pahimpien tulkintojen mukaan jopa tilanteeseen, jossa journalismi uhkaa demokratiaa. Tutkimuksessa on esitetty, että sen sijaan, että journalismi edistäisi demokratian toteutumista ja ihmisten osallistumista poliittiseen päätöksentekoon se vahvistaa käsitystä politiikan rappiosta (Välvirronen 2009).

Journalismin hankala suhde politiikkaan johtaa tilanteeseen, jossa sitä toisaalta kritisoidaan liiallisesta elitismistä ja toisaalta populismista (Välvirronen 2009). Myös Zelizerin ja kumppaneiden kirjassa esitetään yhdeksi mahdolliseksi journalismin kehitysuunnaksi toisaalta liberaalidemokratian arvojen tunnustaminen avoimemmin ja samanaikainen moniäänisyyden lisääntyminen ja kääntyminen pois sisäpiiri- ja eliittilähteiden käyttämisestä juttujen lähteistämässä (Välvirronen 2024).

Väliverronen päättää artikkelinsa pohdintoihin siitä, että perinteinen uutisjournalismi todellakin on muutoksen edessä. Journalismin korkean modernin kauden arvot, julkinen palvelu objektiivisuus, autonomia, nopeus ja etiikka ovat monien toimittajien kokemuksissa uhattuna, vaikka toisaalta näitä arvoja voi kritisoida ylhäältä alas suuntautuvan portinvartijamallin perustelusta (Väliverronen 2009).

2.2 Metajournalistinen diskurssi

Sitä, miten journalismia tehdään ei voi erottaa siitä, miten journalismi ymmärretään (Carlson 2016). Tämä näkyi myös journalismin kriisiä käsittelevässä tutkimuksessa. Monet kriisinarratiivista lähtevät ratkaisuehdotukset perustuvat ainakin jollakin tavalla ajatukseen siitä, että meidän pitäisi muuttaa sitä, mitä ajattelemme journalismista. (Väliverronen 2023).

Matt Carlson pyrkii artikkelissaan luomaan teoreettisen viitekehyksen journalismin kulttuurisesta roolista käydyille keskusteluille. Carlson määrittelee *metajournalistisen diskurssin* julkisiksi ilmaisuiksi, joissa arvioidaan uutistekstejä, niitä tuottavia käytäntöjä tai olosuhteita, joissa ne vastaanotetaan.

Carlson rakentaa metajournalististen diskurssin teorian aikaisempaan journalismin jaettua ymmärrystä koskevaan tutkimukseen. Tavoitteenaan hänellä on syntetisoida aikaisemmasta tutkimuksesta, koherentti teoria journalismin merkitysten ja käytäntöjen suhteesta.

Kuten aiemmin journalismin kriisiä käsiteltäessä todettiin, kun journalismi tulee haastetuksi tai kohtaa kriisejä, nousee journalisteilla tarve vahvistaa ammatillisia rajojaan (mm. Wiik 2009). Carlson tunnistaa ilmiössä tarpeen rakentaa journalismin kulttuurista auktoriteettia. Metajournalistisen diskurssin käsite pyrkii rakentamaan viitekehyksen, joissa kolmen keskeisen kulttuurisen prosessin kautta näitä pyrkimyksiä voidaan tarkastella.

Kolme keskeistä metajournalistisen diskurssin analyysin komponenttia ovat käsitteiden määrittely, rajojen asettaminen ja legitimisaatio (Definition making, Boundary setting and Legitimization)(Carlson 2016).

Käsitteiden määrittely liittyy laajemminkin erilaisten diskurssien olennaiseen osaan. Carlsonin mukaan diskursseilla on kokoelma jaettuja käsitteitä ja sanastoja, joista voidaan olla yhteisymmärryksessä. Esimerkiksi kysymys siitä, kuka on journalisti, tai mitä journalismi itsessään on, on keskeinen kielellisen käsitteenmäärittelyn kysymys, jolla on seurauksia sen kannalta, miten journalismi laajempaan kulttuurisena ilmiönä rakentuu (emt.).

Rajojen asettamisessa Carlson nojaa sosiologian kentällä tehtyyn tutkimukseen siitä, kuinka toimijat voivat rakentaa symbolisia rajoja esimerkiksi tiedon ympärille. Carlson käyttää esimerkkinä Gierynin tekemää tutkimusta siitä, miten tieteen historian jaotellut tieteestä eivät todellisuudessa ole essentialistisia, vaan seurausta erilaisten retoristen keinojen käytöstä. Tämän konstruktionistisen ajatuksen pääprinsiippi on siis se, että esimerkiksi oikean tiedon, tieteen – tai journalismin – rajat eivät ole pudonneet taivaasta annettuina, vaan ne syntyvät erilaisissa sosiaalisissa käytännöissä.

Vaikka Carlson kehottaa varovaisuuteen liian suorien paralleelien vetämiseen tieteen ja journalismin välillä, rajatyön ajatus ja siihen liittyvä ajatus ”episteemisestä auktoriteetista” sopivat hyvin myös journalismin tarkasteluun. Journalismissa kun tiedon legitiimiyden ajatus ja konstruoiminen on hyvin olennaista. Journalismin kontekstissa rajojen asettaminen näkyy Carlsonin mukaan muun muassa siinä, millaisia ovat varteenotettavat journalistiset toimijat ja mitkä ovat soveliaita aiheita uutisoinnille. Rajanvetoa tapahtuu myös siinä, mikä on journalismin ja yleisön suhde, onko yleisö esimerkiksi vertainen keskustelija, jonka mielipiteiden tulee vaikuttaa journalismiin, vai epämääräinen ”joku” jolle voidaan ylhäältä alas tuoda journalistien hyväksi katsomaa tietoa ja ymmärrystä portinvartijamaisesti. Esimerkiksi yleisökäännettä on tutkittu metajournalististen diskurssien näkökulmasta (Costera 2020).

Viimeinen Carlsonin esittämä metajournalistisen diskurssin tulkinnallinen prosessi on legitimisaatio. Legitimisaatiossa on toisaalta kyse siitä, miten yksittäiset uutiset näyttyvät legitiiminä tietona toistettujen kulttuurillisten käytäntöjen ja laajemman journalismin rajanmuodostuksen ja käsitteenmäärittelyn kautta. Yksittäisen uutistekstin legitiimiydessä ei siis ole kyse metajournalistisen diskurssin käsitteen kautta tarkasteltaessa niinkään tämän kyseisen uutisen sisällöstä, vaan siitä, miten tietyt toistetut muodot ja konventiot konstruoivat ajatuksen tiedon legitiimiydestä.

Toisaalta legitimisaatiossa ei ole kyse staattisista käytännöistä, vaan se on Carlsonin mukaan jatkuva prosessi. Tämän vuoksi tärkeää on tarkastella myös legitiimiyttä kyseenalaistavia narratiiveja, Carlson väittää. Uutiset luotettavan tiedon lähteenä on jatkuvan neuvottelun tulos erilaisten toimijoiden välillä ja nämä neuvottelut ja argumentit ovat osa metajournalistisia diskursseja. Yksi esimerkki legitimaatiokeinosta voisi olla ajatus siitä, että journalismi on liberaalin demokratian kivijalka ja sellaisena välttämätön ja tärkeä (emt.).

Carlson toteaa, että metajournalististen diskurssien näkökulmasta tehdyssä tutkimuksessa erilaiset tapaustutkimukset ovat otollinen tutkimuskohde. Joskin Carlson kehottaa tässä varovaisuuteen, koska rajaus yksittäiseen tapaukseen on aina jossain määrin keinotekoinen.

Metajournalistisen diskurssin tutkiminen laajentaa journalismin tutkimuksen katsetta itse uutisten ja muiden journalististen tekstien ulkopuolelle. Esimerkiksi journalistisen median tuottamat markkinointi- ja brändäysmateriaalit ottavat kantaa samoihin journalismin peruskysymyksiin, joita voitaisiin tutkia myös itse uutistekstien kautta. Nämä markkinointi- ja muut materiaalit eivät kuitenkaan ole olemassa itse uutisten sivutuotteena tai niiden varjossa, vaan ne nimenomaan ovat osa aktiivista journalismin aseman ja käytäntöjen määrittelyn prosessia.

Esimerkiksi journalistiset startupit ja erilaiset vaihtoehtomediat pyrkivät haastamaan perinteisten medioiden toimintatapoja ja olemassaoloa. Metajournalistinen diskurssi mahdollistaa käsitteenä näiden erilaisten puhetapojen ja diskurssien analyysin journa-

lismia määrittelevinä ja tuottavina asioina. Puhe siis nähdään olennaisena osana sitä, mihin suuntaan journalismi ja sen metodit muuttuvat.

Metajournalistinen diskurssi näkee myös yleisön ja muut ei suoraan journalismia tuottavat toimijat osallistujina keskustelussa, jossa journalismia määritellään.

2.3 Journalistiset startupit

Uutisstartupit voisi historiallisen näkökulman kautta määritellä miksi tahansa uusiksi tulokkaiksi, mutta Usher ja Kammer määrittelevät ne erityisesti digitaalisiksi uutisstartupeiksi (Usher ja Kammer 2019). Tämä määritelmä pätee myös Uuteen juttuun, vaikka se ei teekään yksinomaan uutisjournalismia.

Startupeja yleisesti määritellään sen kautta, että ne eivät rahoituksensa puolesta ole sidottuja perinteisiin pankkilainoihin tms. ja näin ollen ne eivät joudu välttämättä pyrkimään kannattavuuteen lyhyellä tähtämellä. Sen sijaan ne pyrkivät kasvuun, kehitykseen ja jatkuvaan muutokseen. Startupin ajatellaan ratkaisevan ongelmia ja tarjoavan uudenlaisen vaihtoehdon markkinoilla jo olevien toimijoiden tilalle. (emt.).

Journalistiset startupit erottuvat laajemmasta startup-kulttuurista erityisesti englannin kieltä pienemmillä kielialueilla siinä, että niiden taloudelliset tavoitteet eivät välttämättä ole päästä käsiksi suuriin voittoihin, vaan pelkästään selviäminen on jo hyvä saavutus. Journalismin tekeminen kun ei ole halpaa huvia. (emt.).

Media-alan startupien pamfletteja on aikaisemmin tutkittu metajournalististen diskurssien näkökulmasta. Niissä metajournalistisella diskurssilla on kahtalainen rooli, toisaalta se esittää kritiikkiä vallitsevaa tilannetta kohtaan ja toisaalta pyrkii luomaan uudenlaista ymmärrystä journalismista. Tutkimuksessaan he tarkastelivat kymmenen digitaalisen uutismedian pamfletteja. Mukaan valituista kymmenestä mediassa kahdeksan oli Yhdysvalloista, yksi Isosta-Britanniasta ja yksi Alankomaista. (Carlson ja Usher 2016).

Tutkimuksessa Carlson ja Usher nojasivat aikaisemmin esittelemiini metajournalistisen diskurssin kolmeen keskeiseen tulkinnalliseen prosessiin: määrittelyihin, rajanvetoihin

ja legitiimiyteen. Carlsonin ja Usher havaitsivat tutkimuksessaan, että pamfletteja yhdisti tarve erottua nykyisestä valtavirtajournalismista innovoimalla tapoja parantaa uutisia, mutta kuitenkin myös esittää itsensä osana legitiimiä journalismin kenttää. Merkillepantavaa on, että Carlson ja Usher korostavat, että startupien uutuutta ei tule korostaa liikaa, sillä ne kaikesta huolimatta nojaavat paljon olemassa oleviin ja pitkäikäisiin journalismin käsitteisiin ja normeihin. Uskon, että sama tulee näkymään myös Uuden Jutun materiaaleissa.

Journalististen startupien suhde perinteisiin medioihin on jännitteinen, sillä niiden täytyy samanaikaisesti erottua ja toisaalta ne nojaavat journalismin institutionaaliseen legitimizeettiin. Manifesteissa onkin usein kyse tulkinnoista siitä, miten journalismi toimii ja mitä sen heikkoudet ovat. (Carlson, Usher 2016).

Erityisesti tutkimuksessa nousi esiin startupien kritiikki perinteisten medioiden aikasidonnaisuuteen. Kritiikin kärki kuitenkin vaihteli, sillä osa startupeista esitti ratkaisuksi nopeampia ja nopeammin kulutettavia uutisia. Osa taas nimenomaan piti perinteistä mediaa ja sen keskittymistä nopeaan uutistuotantoon ongelmana, koska se ei anna riittävästi tilaa syvempää ymmärrystä edistävälle artikkeleille.

Useissa tutkittujen startupien manifesteista sekoittui journalistinen- ja teknologinen innovointi. Tekninen yliveraisuus on keino erottua perinteisistä medioista ja toisaalta tekniset affordanssit mahdollistavat uutisten ”parantelemisen” esimerkiksi tekemällä käyttäjäkokemuksesta miellyttävämmän tai nopeamman. Tämä sitoo startupit myös osaksi laajempaa startupien kulttuurista kontekstia, jossa nimenomaan teknologisella innovaatiolla on keskeinen rooli. Tämä tuottaa journalistisiin startupeihin tietynlaista kokeellista asennetta, jota perinteisten medioiden hitaasti muodostuvissa käytännöissä ei välttämättä samalla tavoin esiinny. (emt.)

Media-alan startupien ja laajemman startup-kulttuurin yhteys on tunnistettu myös metajournalistisen diskurssin tutkimuksen ulkopuolella (Chew ja Tandoc 2022).

2.4 Yhteenveto ja tutkimuskysymys

Journalismi elää jatkuvassa muutoksessa ja monenlaiset perinteisen median asemaa rapauttavat kehityskulut ovat herättäneet huolta ja saaneet osan tutkijoista puhumaan jopa ”journalismin kriisistä.” Toisaalta journalismi ei ole ikinä ollut staattinen instituutio, vaan sen tuottamisen tavat ja sen arvoihin liittyvät puheet ovat jatkuvassa muutoksessa.

Journalismia määrittävää muutosta voidaan tarkastella sen kautta, millaisia diskursseja itse journalismista esiintyy. Esimerkiksi journalistiset startupit joutuvat tasapainoilemaan erottautumisen ja legitiimin journalistisen tradition osana olemisen välillä.

Kaupalliset realiteetit ja tarve ”pitchata” omaa tuotetta yleisölle ja sijoittajille vaativat jonkin verran kärjistämistä ja kriittistä suhtautumista vallitseviin journalismin tekemisen tapoihin. Toisaalta koska useille näistä startupeista on tärkeää esiintyä osana legitiimin journalismin jatkumoa ja erottautua vaikkapa niin sanotuista vaihtoehdomedioista, ovat kaiken keskiössä silti perinteisesti journalismiin liitetyt arvot.

Tutkimuksessa pyrin selvittämään, millaisia metajournalistisia diskursseja Uuden Jutun markkinointisähköposteista on erotettavissa ja miten ne siellä ilmenevät. Tutkimuskysymykseni on:

Millaisia metajournalistisia diskursseja Uuden Jutun markkinointisähköposteissa ilmenee?

3 AINEISTO JA MENETELMÄT

Luvussa 3.1 esittelen käyttämäni aineiston ja sen millä perusteilla aineisto on rajattu.

Luvussa 3.2. esittelen käyttämäni diskurssianalyysin menetelmän.

3.1 Aineiston rajaus ja esittely

Käytän kandidaatintutkielmassani aineistona Uuden Jutun sähköpostilistalle lähetettyjä uutiskirjeitä. Kirjeet ovat markkinointimateriaalia, mutta ne ovat Uuden Jutun toimittajien kirjoittamia. Kirjeissä käsitellään ”journalismin nykytilaa” kriittisesti ja muun muassa etsitään ratkaisuja uutisvälttelyyn. Kirjeiden pituudet vaihtelevat, mutta pituusluokka on noin muutama tuhatta merkkiä per uutiskirje. A4-muodossa pituus vaihtelee sivusta muutamaan sivuun.

Metajournalistisen diskurssin käsite ei sinänsä rajaa automaattisesti tarkastelua vain journalistisiin toimijoihin. Tämän vuoksi olisi voinut olla perusteltua tarkastella myös minkälaisia puhetapoja UJ:n edesottamukset ovat laajemmassa julkisuudessa herättäneet. Päätin kuitenkin rajata tarkastelun nimenomaan UJ:n omiin materiaaleihin, jotta analyysin havaintojen kärki pysyisi terävänä. UJ myös ottaa materiaaleissaan epäsuorasti ja suorasti kantaa ei-journalistisen yleisön esittämiin käsityksiin, ja analyysihin ja affekteihin.

Tarkoituksena onkin pyrkiä nimenomaan selventämään sitä, minkälaisia metajournalistisia diskursseja Uusi Juttu pyrkii itse esittämään ja minkälaisessa suhteessa ne ovat määrittelyyn, rajojen asettamiseen ja legitmissaatioon.

Valitsin uutiskirjeistä kymmenen tarkemman analyysin kohteeksi. Valintaperusteena on kirjeiden aihe: mukaan pääsivät kirjeet, jotka ottivat suorimmin kantaa journalismiin, siihen, mitä se on, tai mitä sen pitäisi olla. Pois on rajattu esimerkiksi kirjeitä, joissa Uuden jutun jäsenet esittäytyvät. Uuden jutun arkistoista poimituissa kirjeissä ei näy päivämäärää, jolloin ne on lähetetty, joten jokaisen kirjeen tarkkaa julkaisuajankohtaa ei ole kerätty osana tätä tutkimusta. Uuden jutun perustaminen on aloitettu vuonna

2024 ja julkaisutoiminta alkoi 2025 alussa. Uutiskirjeet sijoittuvat siis tälle aikavälille. Seuraavassa taulukossa on esitetty aineistooni valitsemieni uutiskirjeiden otsikot.

Taulukko 1. Uutiskirjeiden otsikot

'Hyvä journalismi edesauttaa ponnisteluja kohti parempaa maailmaa'
'Journalismi on niin tärkeää, että sitä ei voi jättää vain journalisteille'
'Klikkaus ei kerro siitä, mitä ihmiset haluavat lukea'
'Mediapolitiikan pitäisi olla demokrationpolitiikkaa'
'Mediayhtiöiden tulisi päättää, ovatko ne olemassa ihmisiä vai mainostajia varten'
'Uskalletaan kuvitella parempi media'
'Klikkiotsikoissa on kyse laajemmasta merkityskadosta'
'Vastaus median ongelmiin ei mahdu klikkiotsikkoon'
'Voisiko media vahvistaa toivoa tulevaan'
'Miten niin media on rikki?'

Osa kirjeistä on kerätty itse liittymällä sähköpostilistalle, ja osa on pyydetty jälkikäteen Uuden Jutun arkistoista. Aineistot on kerätty käsittelyä varten pdf-tiedostoiksi.

3.2 Diskurssianalyysi

Käsittelen aineistoa *diskurssianalyysin* keinoin. Keskeinen aineistolle esitettävä kysymys on, minkälaisia metajournalistisia diskursseja aineistossa ilmenee. Missä nämä diskurssit näkyvät ja miten ne on esitetty? Pysin erottelemaan aineistosta joitakin voimakkaimpia diskursseja ja peilaan niitä aiheesta aikaisemmin tehtyyn tutkimukseen.

Diskurssianalyysi perustuu sosiaaliseen konstruktionismiin ja se määritellään ”Kielenkäytön ja sellaisen toiminnan tutkimukseksi, jossa analysoidaan yksityiskohtaisesti sitä, miten todellisuutta tuotetaan erilaisissa sosiaalisissa käytännöissä. (Jokinen, Juhila, Suoninen 2016).”

Omassa tutkimuksessani pyrin keskittymään diskursseihin nimenomaan metajournalismin käsitteen näkökulmasta ja käytän pohjana Carlsonin tekemiä jaotteluita ja käsitteistöjä. Erityisesti käytän Carlsonin luomia kolmea metajournalistisen diskurssin komponenttia: määrittelyä, rajanvetoa ja legitimisaatiota. Olen valinnut nämä tutkimusmenetelmät sillä perusteella, että mielestäni konstruktionistinen näkökulma sopii erinomaisesti tällaisen journalismia uudistamaan pyrkivän tutkimuskohteen kohdalla. Metajournalistinen diskurssi käsitteenä sopii myös hyvin diskurssianalyysiin ja sitä on käytetty aikaisemmassa tutkimuksessa hieman vastaavanlaisten aineistojen tutkimiseen (Carlson, Usher 2015).

Vertaan havaintojani aikaisemmin tehtyyn tutkimukseen media-alan startup-yritysten pamfleteissa esiintyvistä metajournalistisista diskurssista. Lisäksi tarkastelen uutiskirjeissä esiintyvää mediakritiikkiä journalismin kriisin diskurssin kautta.

Koska Uusi Juttu on pyrkinyt asettumaan jopa nimeään myöten jonkinlaiseksi vaihtoehdoksi nykyisin vallitseville mediakäytännöille, tarkoitukseni on kiinnittää huomiota myös diskursseissa esiintyviin konsensuksiin ja hegemonisiin lähtökohtiin, jotka mainitaan myös Jokisen ja Juhilan artikkelissa (Jokinen, Juhila, Suoninen 2016 luku 3).

Startup-journalismin esittämät puhetavat ovat aikaisemman tutkimuksen perusteella usein ristipaineessa sen kanssa, että ne pyrkivät kritisoimaan ja tarjoamaan journalistille uudenlaisia määrittelyjä, mutta toisaalta pyrkivät puolustamaan omaa legitimiytään, joka sitoutuu osittain journalismin asemaan historiallisena instituutiona.

Lopputuotteena syntyy siis toteuttamani analyysi ja luokittelu, siitä, millaisessa valossa Uusi Juttu esittää journalismin markkinointimateriaaleissaan. Minkälaisia ongelmia journalismissa on ja miten niitä on tarkoitus ratkaista? Miten Uuden Jutun markkinointimateriaalit asettuvat osaksi kansainvälisten verrokkien pamfletteja ja keskustelua journalismin kriisistä.

4 AINEISTO JA MENETELMÄT

Tunnistin aineistosta neljä keskeistä metajournalistisen diskurssin muotoa ja avaan seuraavissa luvuissa niiden ilmenemismuotoja ja sitä, miten ne asettuvat osaksi laajempaa journalismista käytävää keskustelua. Viimeisessä luvussa pyrin vastaamaan esittämäni tutkimuskysymykseen ja avaan vielä tarkemmin löytämieni diskurssien yhteyttä Carlsonin metajournalistisen diskurssin teoriaan.

4.1 Journalismi on rikki ja syynä ovat rakenteet

Yksi keskeinen ja ehkäpä suorimmin uuden jutun markkinointimateriaaleissa esiintyvä diskurssi on nykyisenlaisen journalismin rikkinäisyyden diskurssi. Yhden uutiskirjeen otsikko on suoraan ”Miten niin media on rikki?”.

Rikkinäisen journalismin diskurssi asettuu luontevasti osaksi kirjallisuuskatsauksen yhteydessä nousutta journalismin kriisin diskurssia, jossa nähdään, että journalismin laatu on huonontunut ja sen pyrkimykset vastata muuttuvan liiketoimintaympäristön muutospaineesiin ovat johtaneet jonkinlaiseen rapautumiseen.

UJ:n uutiskirjeissään esittämiä näkökulmia yhdistävänä tekijänä on nimenomaan journalismin ongelmien juurisyyn paikantaminen rakenteisiin ja liiketoimintamalleihin ja toisaalta samalla esimerkiksi journalistien ammattilaisuuden ja professionaalisuuden ylläpitäminen.

Vaikka puhe median rikkinäisyydestä ottaa selvän kriittisen näkökulman journalismin tilaan, nähtävissä on myös pyrkimys sitoa journalismia nimenomaan journalismin perinteisiin arvoihin. Perinteistä mediaa ei kritisoida niinkään siitän näkökulmasta, että sen edustamat arvot olisivat perustavalla tavalla vääränlaisia. Sen sijaan ongelmana nähdään media-alan rakenteet, esimerkiksi mainosrahoitteisuuden aiheuttama tarve maksimoida klikkausten määrä julkaisemalla todella paljon todella nopeaa journalismia erilaisista shokeeraavista aiheista. Nämä rakenteet vievät journalismia kauemmas näistä arvoista ja haittaavat niiden toteuttamista.

Rakenteet tuottavat ”huonoa, tyhjänpäiväistä journalismia, joka heikentää koko alan uskottavuutta.”. Tämä diskurssi ottaa kantaa journalismiin Carlsonin mallin mukaisesti erityisesti journalismin legitimisäation ja rajanvedon näkökulmasta. Toisaalta tietyt journalismin käytännöt nähdään haitallisina koko alalle ja niiden osuus laadukkaan ja journalismin kannalta olennaiseksi nähtyjen arvojen toteuttajana kyseenalaistetaan.

Uusi Juttu pyrkii siis rajaamaan erityisesti datavetoisen ns. ”klikkijournalismin” ja siihen liittyvät lieveilmiöt ja käytänteet hyvän journalismin ulkopuolelle. Tämä diskurssi toisaalta pyrkii delegitimoimaan nykyisen journalismin käytäntöjä ja toisaalta vetoaa koko journalismin legitimizeettiin diskurssia oikeuttavana tekijänä.

Toisin sanoen huono ja klikkivetoinen journalismi on omiaan rapauttamaan kansalaisen luottamusta journalismiin ja näin ollen heikentää journalismin legitimizeettiä yleisesti. Tästä seuraa se, että sen oma legitimiys asettuu kyseenalaiseksi. Legitimisoiva ja legitimi journalismi kulkevatkin tässä diskurssissa käsi kädessä.

Toisaalta huoli legitimizeatiosta voitaisiin nähdä jonkinlaisena metapuheena metajournalistisesta diskurssista käsin.

Useammassa uutiskirjeessä esiin nouseva aihe on klikkiotsikot, joka näyttäytyy symbolina laajemmille ongelmille kaupallisen median toimintalogiikassa. Suorimmin tämä näkyy uutiskirjeessä: ”Klikkiotsikoissa on kyse laajemmasta merkityskadosta”. Klikkiotsikoiden ja analytiikkaan keskittymisen nähdään vievän journalismissa huomiota tärkeiltä asioilta tai ymmärryksen lisäämiseltä, jotka UJ nostaa omiksi arvoikseen. Nämä arvot voitaisiin myös nähdä UJ:n pyrkimyksenä määritellä legitimiä journalismia.

Tämä journalismin rikkinäisyyden näkökulman analytiikkaosuus sitoutuu myös myöhemmin käsiteltävään ”Kyllä yleisö tietää parhaiten” -diskurssiin. Journalismin rikkinäisyys kehystetään toisaalta journalismin ideaalien vesittymisen kautta, mutta toisaalta myös sen kautta, että klikkiytynyt journalismi ei palvelisi yleisöä yleisön toivomalla tavalla.

Toisaalta tähän diskurssiin vaikuttaa kuuluvan olennaisena osana tietynlainen itsetietoinen metapuhe. Kun Uuden Jutun uutiskirjeessä todetaan, ”Kyllä, se on kärjistys. Ei, emme ole populistien asialla.”

Rikkinäisen journalismin diskurssia kohtaan voitaisiin varmasti esittää kritiikkiä, sillä se noudattelee rajaukseltaan pitkälti hyvin suoraan Uuden Jutun materiaaleissa esiintyviä näkökulmia nimestään lähtien. Kuitenkin tämä on selvästi läpileikkaava teema halki aineiston.

4.2 Journalismi paranee puhumalla journalismista

Tämä diskurssi nostaa keskiöön keskustelun ja julkisen keskustelun merkityksen journalismin laadukkuuden takaamisessa ja toisaalta toisissa diskursseissa esitettyjen alan ongelmien ratkaisemisessa. Diskurssi tavallaan kutsuu journalismista käytäviin keskusteluihin osallistumaan myös ei-journalistit, hieman kuten seuraavaksi esitellyssä kyllä yleisö -tietää parhaiten diskurssissa. Tämä istuu Carlsonin esittämään näkemykseen siitä, että metajournalistisiin diskursseihin osallistuvat journalististen toimijoiden lisäksi ei-journalistiset toimijat kuten yleisö.

Vaikka tällä diskurssilla on paljon yhteistä yleisö tietää parhaiten -diskurssin kanssa, päätin kuitenkin erottaa tämän diskurssin kokonaan omaksi luvukseen. Journalismista puhumisen diskurssi korostaa myös alan sisäisen keskustelun merkitystä ja toisaalta esittää myös omia arvoväitteitä ja pohdintoja siitä, millaista käydyn keskustelun tulisi olla ja mihin se johtaa. Keskeisiksi nousevia arvoja käsittelen tarkemmin luvussa 4.4. Arvot journalismin keskiöön.

Tämän diskurssin taustaoletuksena on nähtävissä journalismin näkeminen vallankäytönä ja olennaisena osana demokraattista yhteiskuntaa. Journalismista käyty kriittinen keskustelu esitetään tärkeäksi siksi, että journalismilla on yhteiskunnallista valtaa. Myös toimittajien itseymmärryksellä nähdään olevan vaikutusta siihen, miten maailmaa käsitellään journalismissa.

“Media pitäisikin ymmärtää entistä selkeämmin demokratian kriittisenä infrastruktuurina, joka luo pohjan elintärkeälle yhteiskunnallisen keskustelulle, jossa erilaiset ajatukset ja ihmiset kohtaavat.”

Tämä diskurssi osuu hyvin yhteen Carlsonin teorian kanssa. UJ esittää journalismin selvästi aivan tietoisesti nimenomaan sosiaalisena ja institutionaalisenä kulttuurisena käytäntönä. Tietyllä journalismista puhumisen korostamisen voisi nähdä olevan myös kutsu tarkastella journalismia konstruktivistisesta ja kriittisestä näkökulmasta laajemminkin. Pyrkimys keskustelun herättämiseen toki sopii yksiin markkinointimateriaalin päämäärien kanssa.

Yksi näkökulma keskustelun diskurssiin on myös se, että UJ:n julkilausuttu pyrkimys osana lanseeraustaan oli kerätä potentiaalisilta lukijoilta näkemyksiä siitä, millaista journalismia he toivoisivat. Keskustelulla on siis tässä kahtalainen funktio, toisaalta keskustelu journalismista on osa tärkeänä pidettyä demokraattisen yhteiskunnan toimintaa, mutta toisaalta ikään kuin yleisötutkimuksen tekemistä, jotta voidaan tehdä mahdollisimman laadukas mediatuote.

Tietyllä tapaa diskurssista seuraa myös kääntäen tulkinta, jonka mukaan ainakin osa esitetyistä journalismin ongelmista selittyvät puutteellisella keskustelulla journalismin asemasta. Keskustelua on väitetysti liian vähän, tai se on vähintäänkin puutteellista. Puutteellinen keskustelu ja tilanne, jossa ”asiat vain ovat kuten ne ovat”, johtaa UJ:n mukaan siihen, että journalismi ei voi toteuttaa ihanteellista rooliaan demokratian ja julkisen keskustelun osana.

4.3 Kyllä yleisö tietää parhaiten

Kolmas Uuden Jutun uutiskirjeistä selvästi erottuva diskurssi on ”kyllä yleisö tietää parhaiten” -diskurssi. Sitä määrittää erityisesti yleisölähtöisyyden korostaminen laadukkaan ja legitiimin journalismin määrittäjänä. Toisaalta tähän diskurssiin kuuluu myös yleisön kuuntelemisen käsitteen rajaaminen jossain määrin uudestaan.

Tietyllä tapaa "kyllä yleisö tietää parhaiten" -diskurssi risteää hieman aikaisemmin käsitellyn "journalismi paranee puhumalla journalismista" -diskurssin kanssa. Päätin kuitenkin erottaa nämä kaksi omiksi diskursseikseen analyysissä, sillä aikaisempi diskurssi kattaa huomattavasti laajemman joukon erilaisia näkökulmia siihen, miten journalismista tulisi keskustella, ja ketkä ovat journalismin sidosryhmiä.

Yleisö on vielä oma erillinen ryhmänsä, jolla on myös historiallisesti hyvin erilainen suhde journalismiin, kuin vaikkapa eliitin edustajilla. Tämä näkyy myös tutkimuskirjallisuudessa.

Vaikka voitaisiin ajatella, että nykyisin, kun esimerkiksi reaaliaikaisen analytiikan kautta useimmissa toimituksissa on mahdollisuus seurata yleisön käyttäytymistä paremmin, kuin aikaisemmin, asettuu Uusi Juttu selvästi tällaista ehkäpä yleisempää yleisökäänteen käytäntöä vastaan.

Jotta voimme hahmottaa, millaista yleisösuhdetta ja yleisön tietämisen ja yleisövuorovaikutteisuuden tapaa Uusi Juttu peräänkuuluttaa, meidän täytyy ensin pohtia sitä, millaiseksi niin sanottu nykytilanne konstruoidaan uutiskirjeissä. Yleisösuhte kun määritellään toisaalta eräänlaisena antiteesinä ja vaihtoehtona nykytilalle ja toisaalta oman aktiivisen toiminnan ja esimerkiksi yleisötutkimusten kautta syntyvänä tilana, jossa journalismista voidaan käydä keskustelua.

Journalismin rikkinäisyyden diskurssissa nähty klikkiotsikoiden kritiikki, joka esitetään osana laajempaa journalismin merkityskatoa, onkin eräänlainen tietävän yleisön diskurssin vastakohta. Analytiikkaan pohjaava yleisösuhte näyttäytyy jonkinlaisena yleisön tarpeiden kuuntelemisen irvikuvana. Toisin sanoen yleisön kuunteleminen tai yleisölähtöisyys on määritelty ja rajattu väärin, mikäli sitä tarkastellaan Carlsonin teorian viitekehysessä.

Toisaalta tietävän yleisön diskurssi pyrkii myös hahmottelemaan uudelleen sitä, ketkä voivat tuottaa legitiimiä tietoa ja millaiset prosessit sen taustalla ovat.

”Monet teistä nostivat esille sen, että jos media sattuu käsittelemään aihepiiriä, josta juuri teillä on erityistä asiantuntemusta, jutun kokonaiskuva saattaa olla kateissa tai vinossa.”

Toimittajien rooli suhteessa yleisöön pyritään siis esittämään tasaveroisena ja keskustelevana. Toisaalta tämän voisi ajatella olevan ylipäänsä perusteltua mainosluontoisen tekstityypin kontekstissa – suoraan lukijan puhuttelemineen on tehokas keino tehdä sanotusta henkilökohtaisen tuntuista ja vetoavaa.

Toisaalta sillä pyritään myös viestimään nimenomaan tämän kyseisen journalistisen toimijan yleisösuhteesta. Rajanveto tiedon tuottajan ja tiedon kuluttajan välillä ei olekaan niin selvä. Keskustelun käyminen aktiivisesti yleisön kautta nimenomaan journalistin näkökulmasta voidaankin nähdä toimitustyön ja yleisön erottavien journalistisen käytäntöjen vastadiskurssina.

Vakiintuneiden journalististen rakenteiden ja prosessien kautta syntyvä uutismassa esitetään potentiaalisesti viallisena ja puutteellisena. Syypäänä eivät kuitenkaan tässäkään tapauksessa ole toimittajat itse, vaan ”nykeinen mediaympäristö ja sen liiketoimintamallit”.

”Miten tämä ongelma ratkaistaan? Olisiko valistuneen yleisön kanssa mahdollista käydä keskustelua jo ennen jutun julkaisua?”

Esitetty ajatus siitä, että journalistin suhteen yleisöön täytyy muuttua, on tuttu myös tutkimuskirjallisuudesta. Esimerkiksi Zelizer ja kumppanit esittivät kirjassaan yhdeksi ratkaisuksi yleisökäänteeseen tuottamiin ongelmiin nimenomaan vuorovaikutusta ja toisaalta yleisön vaikutusmahdollisuuksien lisääntymistä. Toimittajia itsejään ei kuitenkaan nähdä ongelman alkulähteenä. Tietyllä tapaa diskurssissa toimittajat ja yleisö esitetään enemmän vertaisina ja samalla puolella olevina toimijoina, joiden hyvää toimintaa ja jaloja pyrkimyksiä erilaiset rakenteiden ja liiketoiminnan reunaehdot rajoittavat.

4.4 Arvot journalismin keskiöön

Aiemmin esittelemäni diskurssit keskittyivät kuvaamaan erityisesti sitä, mikä journalismissa on pielessä ja millä keinoin UJ tuottaa ja perustelee ajatuksen journalismin institutionaalista rikkinäisyydestä. Aineistossa viitataan usein erityisesti journalismin rooliin liberaalissa demokraattisessa yhteiskunnassa. Tämä viimeinen löytämäni diskurssi pyrkii eristämään aineistosta arvopohjan, jolla muita diskursseja ja analyysejä journalismin tilasta perustellaan.

Keskeisiksi journalismia määrittäviksi arvoiksi nousevat UJ:n esittämissä diskursseissa ajatus journalismin merkittävästä yhteiskunnallisesta roolista ja vähemmän hierarkkisen suhteen omaksuminen yleisöön.

”Media pitäisikin ymmärtää entistä selkeämmin demokratian kriittisenä infrastruktuurina, joka luo pohjan elintärkeälle yhteiskunnallisen keskustelulle, jossa erilaiset ajatukset ja ihmiset kohtaavat.”

UJ esittää mediapolitiikan olevan demokratiapolitiikkaa ja pyrkii näin samaistamaan demokraattisen järjestelmän tärkeäksi osaksi. Perusteluna esitetään, että toimiva ja kestävä mediajärjestelmä suojaa demokratioita esimerkiksi autoritääriseltä kehitykseltä.

Tutkimuskirjallisuudessakin demokratian ylläpitämistä on pidetty tärkeänä, jopa tärkeimpänä, journalismin tehtävänä. Poliitiikanjournalismin vaikutusta demokratiaan on kuitenkin pidetty jopa haitallisena 2000-luvun alussa tehdyssä tutkimuksessa. (Väliveronen 2009).

Journalismin tehtävän siis nähdään tietyllä tapaa muuttuvan. Carlsonin teorian puitteissa ollaan erityisesti legitimisaation kysymyksen äärellä. Millaiset käytänteet nykyisessä mediaympäristössä tekevät journalismista legitiimin tiedontuottajan. UJ kritisoi olemassa olevia rakenteita ja käytäntöjä kovin sanankääntein ja toisaalta haastaa ajatusta siitä, että journalismin ensisijainen tehtävä olisi lähtökohtaisesti tuottaa objektiivista tietoa.

Journalismia pyritään legitimisoimaan nimenomaan nojaten ajatukseen siitä, että journalismi on liberaalin demokratian kivijalka ja elimellinen osa toimivaa yhteiskunnallista keskustelua. Tämä pyrkii määrittelemään journalismia uudelleen, sillä notkean modernin journalismin keskeiset arvot,

Kun journalismista käydyin keskustelun piiriä halutaan laajentaa ja samalla kritisoidaan nykyisenkaltaisten mediaorganisaatioiden tiedontuottamisen käytäntöjä, näyttää siltä, että UJ argumentoi sen puolesta, että arvojen kautta journalismin tulee uudelleenansaita legitmiytensä keskustelelevammalla otteella.

”Ennen kaikkea haluamme tuottaa merkityksellisyyden kokemuksia.”

Kiinnostavuus haluaan pitää journalismin keskeisenä arvona, vaikka toisaalla UJ kritisoi voimakkaasti esimerkiksi analytiikkapainotteista klikkien keräämiseen keskittyvää kiinnostavuuskäsitystä. Kiinnostavuudella ei siis tässä yhteydessä tarkoiteta sellaista sisältöä, joka kerää paljon lukijoita tai liikennettä verkkosivulle. Tässäkin yhteydessä nousee esiin ajatus siitä, että tieto siitä, mitä yleisö pitää kiinnostavana pitäisi kerätä lukijoilta esimerkiksi kysymällä, tai muuten osallistamalla.

4.5 Vastaaminen tutkimuskysymykseen

Esitin tutkimuskysymykseni osiossa 2.4 ja vastaan siihen seuraavaksi. Tutkimuskysymykseni oli:

Millaisia metajournalistisia diskursseja Uuden Jutun markkinointisähköposteissa ilmenee?

Tunnistin analyysiin valitsemistani uutiskirjeistä neljä diskurssia. Löytämäni diskurssit ovat: journalismi on rikki, journalismi paranee puhumalla journalismista, kyllä yleisö tietää parhaiten ja journalismin arvot kunniaan -diskurssit. Seuraavaksi käyn läpi, millainen kokonaisuus eristämistäni diskursseista muodostuu suhteessa Carlsonin metajournalististen diskurssien teoriaan ja sen kolmeen komponenttiin: määrittelyyn, rajanvetoon ja legitimisaatioon. Avaan myös jokaisen komponentin kohdalla sitä, miten

kyseinen UJ:n näkökulma sivuaa journalismin kriisin tutkimuksessa esiin nousevia teemoja.

Taulukossa on esitetty tiivistetysti aineistosta löytämiäni UJ:n esittämän metajournalistisen diskurssin keskeisimpiä komponentteja.

Taulukko 2. Yhteenveto metajournalistisen diskurssin komponenteista tuloksissa

Määrittely	Rajanveto	Legitimisaatio
Journalismi ei perustu passiiviseen objektiivisuuden ihanteen ja neutraalin tiedonvälityksen tavoitteluun.	Journalismista käytävään keskusteluun voivat osallistua myös muut kuin journalistit.	Journalismin legitimiys on olennaista ennen kaikkea suhteessa yhteisöön, jossa toimitaan. Legitiimiyden menetys on huoli, johon on vastattava muuttamalla käytänteitä.
Journalismin rooli on selittää ja tarjota näkökulmia ja herättää keskustelua.	Laadukkaan tiedontuotannon prosessit eivät ole yksinomaan ammattitaitoisten toimittajien vastuulla. Yleisön tulisi olla mukana suuremmin vaikuttamassa siihen, miten journalismia tehdään.	Legitiimin journalismi toteuttaa tärkeyden ja laadun kriteereitä.
Suhde yleisöön ei ole yksisuuntainen tai mittauksiin ja analytiikkaan perustuva. Journalismi toimii suhteessa yleisöönsä vertaisuuden ja keskustelun pohjalta.	Toimituksellisen integriteetin ihannetta ei kyseenalaisteta. Mainostajista riippumaton ansaintamalli parantaa riippumattomuutta.	Journalistit itsesään ovat edelleen legitimejä toimijoita. Mediaympäristön rakenteita delegitimoidaan, sillä ne tuottavat journalismiin lieveilmiöitä, joka syö yleisön luottamusta ja heikentää journalismin tasoa.

Määrittelyssä UJ ottaa kantaa erityisesti siihen, millainen on journalismin rooli yhteiskunnassa. Koska uutiskirjeet ovat UJ:n toimittajien käsialaa äänessä ovat pääasiassa toimittajat itse. Myös ei-toimittajien ääni nousee esiin kyselyiden ja lainausten kautta. Puhe on osoitettu potentiaalisille tilaajille, mutta muodossa on selvästi pyritty herättämään laajempaa yhteiskunnallista keskustelua.

Journalismi määritellään elimelliseksi osaksi demokraattista yhteiskuntaa ja määrittelyssä siirrytään pois päin objektiivisuuden ihanteesta. Journalismi tunnustetaan poh-

jimmiltaan aina jollakin tapaa vinoutuneeksi ja journalismin rooli nähdään aktiivisena. Aktiivisuus näkyy erityisesti siinä, että hyvän journalismin esitetään voivan muuttaa maailmaa ja esittää visioita jonkinlaisesta paremmasta maailmasta. Tämä kuitenkin erotetaan selvästi jonkin tietyn poliittisen agendan ajamisesta. Sen sijaan journalismin tulisi olla jonkinlaisen sivistyneen keskustelun foorumi.

Yleisösuhdetta pyritään laajemminkin määrittelemään uudelleen. UJ esittää nykyiset yleisölähtöisyyden normit ja käytännöt ongelmallisina keskittyen erityisesti analytiikan kritiikkiin. Vastauksena ei kuitenkaan ole yleisön merkityksen pienentäminen, vaan sen muokkaaminen, mitä tarkoitetaan yleisön huomioimisella tai kuuntelemisella. UJ:n vastaus yleisön kuuntelemiseen on suurempi ja ajatuksena on kerätä tietoa esimerkiksi kyselyillä ja tekstimuotoisella palautteella sen sijaan, että yleisön mielipiteen mittarina pidettäisiin esimerkiksi tietoa siitä, mitä uutisia klikataan eniten.

Eryteisesti suhteessa yleisöön UJ pyrkii vetämään myös rajoja uudelleen ja korostaa aktiivisen ja vuorovaikutteisen yleisösuhteen merkitystä. Yleisö ja laajemminkin ei-journalistit nähdään legitimeinä keskustelijoina journalismista ja sen asemasta, arvoista ja päämääristä. Journalismin rajoja pyritään siis laajentamaan. Tässä ajatuksena on se, että laajemmalla pohjalla journalismin laatu kohenee, sillä toimittajat eivät kykene olemaan ammattitaidostaan huolimatta jokaisessa aiheessa jotenkin automaattisesti yleisöä etevämpiä.

Journalistien professionaalisuudesta ja sen tuottamasta legitimitetistä halutaan kuitenkin pitää kiinni ja erilaisten journalismin ongelmakohtien alkulähteeksi paikannetaan nimenomaan käytännöt ja laajemmat media-alan rakenteet. Journalistit ja journalismin rakenteet pyritäänkin selvästi rajaamaan toisistaan erillisiksi, jotta voidaan eristää kritiikin kohteena olevat ongelmat esimerkiksi journalismin laadun heikentymisestä nimenomaan kasvottomiin rakenteisiin ja markkinamalleihin.

Legitimisaatio ja siihen liittyvät kysymykset nousivat aineistossa esiin hyvin keskeisinä, sillä UJ pyrkii sekä kritisoimaan olemassa olevien journalismintuotannon rakenteiden ja

käytäntöjen legitimeettiä että esittämään keinoja, jolla journalistinen tiedontuotanto voisi näyttäytyä legitimiimpänä esimerkiksi suhteessa yleisöön.

Kuten rajanvedon näkökulmassa todettiin, yleisön näkökulman merkitys korostuu ja narratiiveissa on olennaisessa osassa ajatus siitä, että legitimiys täytyy tietyllä tapaa ansaita. Journalismi ei siis tuota legitimiä tietoa tyhjiössä performoimalla tiettyä totuttua tiedontuotannon käytäntöä, vaan sen tulisi toimia osana yhteisöä. Keskusteleva ja itsereflektiivinen prosessi nähdään siis olennaiseksi osaksi legitimiin tiedontuotannon käytäntöjä ja toisaalta tämä kääntäen kyseenalaistaa olemassa olevia journalismin tekemisen muotoja.

Olemassa olevia normeja ja käytäntöjä siis kyseenalaistetaan osin juuri siitä näkökulmasta, että ne tekevät journalismista yleisöjen näkökulmasta vähemmän legitimiä ja johtavat esimerkiksi uutisvälittelyyn. Toisaalta journalistien omaa asemaa ei kyseenalaisteta, ja vaihtoehtoinen esitys legitimiin journalismin tuotannosta perustuu ajatukseen siitä, että ammattitaitoiset ja hyvää tarkoittavat toimittajat voivat tuottaa laadukkaampaa journalismia, kun heitä ympäröivät pohjimmiltaan taloudellisiin seikkoihin liittyvät rakenteelliset ongelmat korjataan, esim. kiire ja yleisösuhteen perustaminen analytiikkaan.

5 POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Olen tutkielmassani tutkinut sitä, millaisia metajournalistisia diskursseja suomalaisen journalistisen startupin Uuden jutun uutiskirjeistä on löydettävissä. Löysin analyysissäni neljä diskurssia, jotka sivusivat paljon tutkimuskirjallisuudessa käsittelemiäni journalismin kriisin teemoja.

Journalismin ongelmien alkusyy on paikantaminen taloudellisiin toimintatapoihin ja niiden aiheuttamaan kiireeseen on myös tutkimuskirjallisuudessa tunnistettu toimittajien tulkintatapa alansa kehityksestä (Väliverronen 2009). Toimittajien näkökulma olikin esillä kautta linjan ja sitoutuminen toimittaja-professioon oli voimakasta. Tämä erotti myös UJ:ta jonkin verran kansainvälisessä tutkimuksessa tutkituista media-alan startupeista, sillä niissä havaittua teknisen innovation ja startup-kulttuurin sulautumista osaksi journalismia ei ollut tästä aineistosta havaittavissa (Carlson ja Usher 2015; Chew ja Tandoc 2024).

Epäilen, että tähän syytä voi olla pyrkimys nimenomaan asettua samalle tasolla yleisön kanssa ja startup-pöhinä voisi olla yleisölle vieraannuttavaa. Toisaalta verrattuna moneen teknisempiin startupeihin UJ kallistuu myös enemmän perinteisen median arvo pohjaan ja journalismin ydinarvoihin oman olemassaolonsa legitimisaatiossa. Kuten odotettua aineistossa näkyi kuitenkin myös muiden media-alan startupien tapaan ristiriitainen suhde perinteiseen mediaan (Carlson ja Usher 2016). Toisaalta kritiikkiä on oltava, jotta oma missio voidaan perustella, mutta uskottavuus nojaa kuitenkin myös perinteisen median jakamiin arvoihin.

UJ:n tapauksessa erityisen tärkeä legitimisaation tapa on ajatus journalismista demokratian elimellisenä osana. Tämä sivuaa myös journalismin kriisin tutkimusta, sillä yhtenä perinteistä mediaa kohtaan esitetyn kritiikin kärjistä on nimenomaan se, ettei sen koeta edistävän ymmärrystä, demokratiaa ja julkista keskustelua riittäväällä tavalla (Väliverronen 2009). Tutkimuksessa nousi esiin ajatus siitä, että journalismi olisi yksi julkisen keskustelun heikentymisen syntipukeista ja tämä käsitys toistui myös UJ:n uutiskirjeissä.

UJ:n esittämät diskurssit sitoutuivat myös osaksi tutkimusta digitalisaation aiheuttamista muutoksista alan tulorakenteessa (Penttilä 2024). Suhteessa perinteiseen mediaan suurin eron teko syntyi yleisösuhteen lisäksi taloudellisen mallin kautta. Tämä toisaalta selittyy toimittajanäkökulmalla ja toisaalta mahdollistaa sen, että omaa asemaa legitimisoidaan toimittajuuden ihanteiden kautta, kun journalismin ongelmat eristetään ainakin suurimmaksi osaksi taloudellisista reunaehdoista johtuvien ilmiöiden syyksi.

Tämän opinnäytetyön heikkoutena on keskeisen metajournalistisen diskurssin teorian uutukaisuus, mikä johti siihen, että aikaisempaa teorian avulla tehtyä tutkimusta ei juurikaan ollut löydettävissä. Tämä johti siihen, että suuri osa löydetyistä diskursseista ja niiden analyysistä jäi teoreettisesti heikommaksi, sillä tutkimuksen tekijän kyvykyys soveltaa teoriaa käytäntöön oli vajavainen.

Myös tarkasteltu aineisto olisi voinut olla laajempi, mikäli tutkimus olisi ollut esimerkiksi maisterintutkielman laajuinen. Aivan kaikkien uutiskirjeiden tarkastelu olisi voinut nostaa esiin yllättävämpiä tutkimustuloksia. Koska nyt rajaus tietoisesti keskitettiin journalismia käsitteleviin uutiskirjeisiin, tämä mahdollisesti jätti jotakin sisältöjä huomiotta. Toisaalta tämä myös mahdollisti tutkimuksen riittävän tarkan rajauksen ja tutkimuskysymykseen vastaaminen onnistui aineiston ja valittujen menetelmien pohjalta hyvin.

Jatkotutkimukselle mahdollisuuksia voisi tarjota Uuden Jutun saralla sen tutkiminen, miten uutiskirjeissä ilmaistut journalismin ideaalit ja suunnat näkyvät käytännössä. Esimerkiksi yleisösuhte ja sen uudistaminen oli useissa uutiskirjeissä olennaisessa osassa. Jatkotutkimuksessa voisi selvittää sitä, onko UJ:n suhte yleisöön merkittävästi erilainen, kuin perinteisillä suomalaisilla medioilla. Ainakin monista medioista tutut kommenttikentät ovat UJ:n alustalla nimellä puheenvuorot ja jutun kirjoittanut toimittaja vastaa kaikkiin lukijoiden lähettämiin puheenvuoroihin. Luoko tämä käytännössä aitoa keskustelua ja vaikuttaako se journalismiin, vai jääkö se pinnalliseksi muo-
dollisuudeksi.

6 KIRJALLISUUS

- Anderson, C.W., Emily Bell ja Clay Shirky. 2015. "Post-industrial journalism: adapting to the present." *Geopolitics, History, and International Relations* 7(2). Gale Business: Insights
<https://link.gale.com/apps/doc/A434793899/GBIB?u=tampere&sid=bookmark-GBIB&xid=75a82785>
- Carlson, Matt ja Nikki Usher. 2015. "News Startups as Agents of Innovation For-profit digital news startup manifestos as metajournalistic discourse" *Digital Journalism*, 4(5): 563-581. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1076344>
- Carlson, Matt. 2016. "Metajournalistic Discourse and the Meanings of Journalism: Definitional Control, Boundary Work, and Legitimation" *Communication Theory*. 26(4): 349–368. <https://doi.org/10.1111/comt.12088>
- Chew, Mattew ja Edson C. Tandoc Jr 2024. "Media Startups Are Behaving More like Tech Startups—Iterative, Multi-Skilled and Journalists That "Hustle"" *Digital Journalism*, 12(2): 191-211 <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2040374>
- Costera Meijer, Irene. 2020. "Understanding the audience turn in journalism: From quality discourse to innovation discourse as anchoring practices 1995–2020." *Journalism Studies* 21(16): 2326–2342.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1847681>
- Jokinen, Arja, Kirsi Juhila ja Eero Suoninen. 2016. *Diskurssianalyysi: teorit, peruskäsitteet ja käyttö*. Tampere: Vastapaino
- Penttilä, Pauliina 2024. "Autonomy Behind the Paywall: Subscription-Chasing and Journalistic Freedom at the Level of Practice" *Trepo*
<https://urn.fi/URN:NBN:fi:tuni-202408298414>
- Reuters-instituutti. 2024. "Uutismedia verkossa 2024: Digital News Report – Suomen maaraportti." Tampere: Tampereen yliopisto.
<https://trepo.tuni.fi/handle/10024/158901>.
- Usher, Nikki ja Aske Kammer. 2019. "News Startups." *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford University Press.
[doi:10.1093/acrefore/9780190228613.013.827](https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.827)

Väliverronen, Esa. 2009. "Journalismi kriisissä?" Teoksessa Journalismi murroksessa, toimittanut Esa Väliverronen, 13–31. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

https://andor.tuni.fi/permalink/358FIN_TAMPO/1j3mh4m/alma99515489420597

3

Väliverronen, Jari. 2023. "Journalismin kriisistä amerikkalaisittain" Media & viestintä 46(3): 101–105. <https://doi.org/10.23983/mv.137069>

Wiik, Jenny. 2009. "Identities under construction: professional journalism in a phase of destabilization" International Review of Sociology, 19(2): 351-365.

<https://doi.org/10.1080/03906700902833676>