Tampereen yliopisto

Heini Pitkänen

”KYLLÄHÄN TÄSSÄ YHTEISKUNNALLISELLA ASIALLA OLLAAN KAIKKI”

Mediatalojen true crime -podcastien oikeutus ja suhde tarinallisuuteen

Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta

Pro gradu -tutkielma

Toukokuu 2025

TIIVISTELMÄ

Heini Pitkänen: ”Kyllähän tässä kuitenkin yhteiskunnallisella asialla ollaan kaikki”: Mediatalojen true crime -podcastien oikeutus ja suhde tarinallisuuteen
Pro gradu -tutkielma
Tampereen yliopisto
Journalistiikan maisteriohjelma
Toukokuu 2025

Tässä pro gradu -tutkielmassa selvitetään, millainen metajournalistinen diskurssi kehystää perinteisen median toimittajien ja tuottajien näkemyksiä true crime -podcastien suhteesta journalismiin, ja tarkastellaan heidän suhtautumistaan journalismin tarinallistumisesta ja levittäytymisestä uusille julkaisualustoille.

Teoriaosuudessa käyn läpi tähän uuteen aluevaltaukseen keskeisesti sitoutuvaa kontekstia, median hybridisoitumista, sekä sitä seurannutta uudistamisen kulttuuria uusille alustoille levittäytymisen taustavoimana. Esittelen myös true crime -genren ja median aiempaa suhdetta ja podcastien alaa omana median ilmiönään. Koska tarinallisuus on keskeinen piirre true crime -podcasteissa, tehdään teoriaosuudessa myös katsaus siihen, mitä journalismin tarinallistumisella tarkoitetaan.

Tutkielman empiirinen aineisto koostuu viidestä journalismin alan ammattilaisen teemahaastattelusta. Haastatteluista syntynyttä aineistoa analysoidaan diskurssianalyysin keinoin, hyödyntäen etenkin metajournalistisen diskurssin, oikeutuksen ja tarinallisuuden käsitteitä. Tulkintayhteisöt esitetään tutkielmassa analyyttiseksi käsitteeksi, joka tarjoaa kuvitteellisen keskustelutilanteen toimittajien ammatilliseen pohdintaan.

Tutkielman keskeisimpiä tuloksia on, että true crime -podcastien oikeuttaminen heijastuu haastateltavien metajournalistiseen diskurssiin hyvin vähän. Uusi sisältö nähdään journalismin periaatteille alisteisena, ja diskurssin muutoksen vähäisyys johtunee siitä, että true crime -podcastien tekoa ei ole tarvinnut liiemmin puolustella. Podcastien tekijät kokevat toimituksissa korkeaa autonomisuutta, ja oletettujen tyylilajiyhteyksien vuoksi sisältöä on kehitetty hyvin itsenäisesti.

Tekijät rinnastavat true crime -podcastit muihin journalismin alalajeihin, jolloin journalistit ovat tuttujen konventioiden nimissä luonnollisin tekijä tälle uudelle sisällölle, jonka vuoksi sinne levittäytyminen on perusteltua. True crime -sisällöt koetaan niin kiinnostaviksi ja taloudellisesti lupaaviksi, ettei perinteisillä mediataloilla ole varaa tai mahdollisuutta pysytellä niiden ulkopuolella. Journalistien suhde true crime -sisällön tarinallisuuteen on monimutkainen. Tarinallisuus esitetään keinona tavoittaa ja palvella yleisöä, mutta samalla siinä nähdään vaara ylilyönteihin. Yhteistä, jaettua tapaa nähdä tarinallisuus osana true crime -podcasteja ei ollut paikannettavissa, vaan sitä kuvattiin muun muassa verkkotaiton kaltaiseksi kerronnan välineeksi tai feature-journalismin jatkeeksi.

Avainsanat: journalismi, true crime, podcastit, tarinallisuus, hybridi mediamaailma

Tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu Turnitin Originality Check -ohjelmalla.

SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO 1

2 JOURNALISTINEN MEDIA HYBRIDISSÄ MEDIAYMPÄRISTÖSSÄ 6

2.1 Hybridi mediamaailma 6
2.2 Journalismin levittäytyminen 9
2.3 Uudistamisen kulttuuri levittäytymisen taustalla 14

3 TRUE CRIME, PODCASTIT JA TARINALLISUUS 17

3.1 True crime -genre mediassa 17
3.2 Podcastien määrä, tekijät ja kuuntelijat 21
3.3 Journalismin tarinallisuus 24

4 JOURNALISMI TOIMITTAJIEN SILMIN 28

4.1 Journalismin kehykset ja tulkintayhteisöt 28
4.2 Metajournalistinen diskurssi 32

5 TUTKIMUSASETELMA JA METODI 34

5.1 Teemahaastattelu tiedonkeruun menetelmänä 40
5.2 Haastattelurungon muodostaminen 43
5.3 Analyysin toteutus ja väitteet sen jäsentäjinä 44

6 ANALYYSI JA TULOKSET 47

6.1 Haastateltavien käsitykset journalismin tehtävistä ja normeista 47
6.2 Podcastien asema toimitusten sisällä 53
6.3 Toimittajien suhde journalismin levittäytymiseen: tarinallisuus ja uudet alustat 64

7 LOPUKSI 75

7.1 Pohdinta 77
7.2 Jatkotutkimusaiheita 79

LÄHTEET 81

LIITE 1: HAASTATTELURUNKO 89

1 JOHDANTO

Helsingin Sanomat julkaisi ensimmäisen *true crime* –genren alle lukeutuvan *podcastinsa* nimellä ”Täydellinen pako” 30. syyskuuta vuonna 2023. Pitkän tutkivan journalistisen projektin lopuksi aiheesta kasattu podcast julkaistiin hs.fi -sivuilla näyttävästi: tutkivan artikkelin käsittelemä tarina ja sen eri ulottuvuudet oli jaettu useaksi jutuksi, ja jokaisen artikkelin lopussa mainostettiin tapauksesta jalostettua podcastia (Helsingin Sanomat 2023a). Lisäksi projektille julkaistiin verkossa oma aloitussivunsa eli ”ländärinsä” osoitteeseen hs.fi/täydellinenpako, jonka loppuun upotettiin suoria kuuntelulinkkejä useille ulkopuolisten palveluiden tuottamille podcast-alustoille. Heti kaksi päivää julkaisunsa jälkeen Täydellinen pako nousi Suomen kuunnelluimmaksi podcastiksi muun muassa Applen ja Podtailin kuuntelupalveluissa (Podtail 2023).

Täydellinen pako on esimerkki ”premium-podcastien” tuottamasta käänteestä Helsingin Sanomien sisällöntuotannossa. Sen myötä HS siis julkaisi podcastin ”ilmaisena” sisältönä vapaaseen kuunteluun viikoittain ja tarjosi samalla koko tuotantokauden HS:n tilaajille yhtiön omassa mobiilisovelluksessa yhdellä kertaa. Logiikka on tuttu muistakin Sanoma-konsernin tuotteista, esimerkiksi suoratoistopalvelu Ruudusta, jossa Ruutu+-tilauksella voi katsoa televisiokanava Nelosen ohjelmia muuta yleisöä aiemmin Ruudun sovelluksesta.

Tarkat ohjeet siitä, miten podcasteja voi kuunnella Helsingin Sanomien omassa mobiilisovelluksessa, kirjoitettiin Täydellisen paon -juttukokonaisuuden eri osien loppuun. Taustalla vaikuttaisi olleen toive HS:n mobiilisovelluksen käyttäjämäärän kasvattamisesta siten, että tilaajille heti kokonaan kuunneltavissa oleva podcast houkuttelisi lataamaan sovelluksen, tekemään tunnukset tilauksineen ja kuuntelemaan sisältöä HS:n mobiiliapissa.

Kun podcasteilla alettiin tavoitella tietoisemmin uusia tilaajia, niiden asemaa HS:n sisältöjen tuotannossa, jakelussa ja markkinoinnissa ryhdyttiin korostamaan. Organisaatiouudistuksesta uutisoinnin yhteydessä vastaava päätoimittaja Erja Yläjärvi muotoili asian näin:

> ”Yläjärven mukaan uudistusten yhteydessä on tarkoitus myös vahvistaa joitakin aihepiirejä. -- ’Suomi muuttuu nopeasti, joten toimituksen on pystyttävä myös reagoimaan nopeammin, esimerkiksi muodostamalla erikoistilanteissa uusia toimittajaryhmiä. Podcastit ja journalistisen tekoälyn kehitys tuodaan pysyväksi osaksi toimitusta.’”. (Helsingin Sanomat 27.2.2024)

Vuotta myöhemmin, helmikuussa 2025, HS:n uudistetussa mobiilisovelluksessa oli panostettukuuntelun helppouteen. Eräs toimituspäälliköistä perusteli päätöstä vedoten kuulijatutkimuksen kertovan yleisön kasvavasta toiveesta kuunneltavaan journalismiin (Helsingin Sanomat 2025). Podcastien ohella myös muuhun audiosisältöön on alettu panostaa, esimerkiksi sovelluksen ”Kuuntele” osion listoilla ”HS juuri nyt”, joka lukee etusivun jutut järjestyksessä, ”Tärkeimmät uutiset” -listalla, joka tiivistää kolme tärkeintä uutista kahteen minuuttiin, tai Kuukausiliitteen pitkien artikkelien audioversioilla, jotka nauhalle lukee ääninäyttelijä. Some- ja audioryhmän esihenkilö puolestaan kertoi Suomen Lehdistölle, että audiosisältöä siirretään maksumuurin taakse pikkuhiljaa, ja sisältöön on tarkoitus tuoda Hesarin brändistä nykytilassa puuttuvaa hauskuutta ja lähestyttävyyttä (Suomen Lehdistö 2025a).

True crime –genren podcastit ovat alkaneet HS:n lisäksi vakiintua perinteisten mediatahojen sisältöihin laajemminkin; Ylellä teeman podcasteille on jo oma, erillinen kategoriansa verkossa (Yle Areena 2025). Kategorian alta löytyy 16 erillistä podcast-nimikettä, joista useita on tehty enemmän kuin yhden tuotantokauden verran.

Myös Iltalehti julkaisee kahta true crime -genren alle lukeutuvaa podcastia. Sivuillaan se mainostaa ”Ammattina rikos” - podcastia “vuoden 2022 merkittävimmäksi uudeksi true crime -podcastiksi Suomessa.” Tämän tutkielman kirjoitushetkellä huhtikuussa 2025 ”Ammattina rikos” -podcastista julkaistaan parhaillaan jo viidettä tuotantokautta. Toista Iltalehden podcastia, ”Selvittämättömät”, on julkaistu kymmenen jaksoa. Sanoma Oy:n omistama Ilta-Sanomat aloitti Suomen rikoshistoria -podcastin vuonna 2019 (Supla 2023).

Kiinnostukseni aiheeseen lähti juuri näistä uuteen aluevaltaukseen liittyvistä ajatuksista: Miten alan sisällä suhtaudutaan tai suhtauduttiin uusiin tulokkaisiin, eli

viihteellisenä sisältönä nähtyihin true crime -podcasteihin? Miten kollegat reagoivat, kun true crime -podcasteja alettiin aivan ensimmäistä kertaa työstämään toimituksessa? Millaisin perustein toimintaa oikeutetaan toimituksessa, ja entä mitä tekijät ajattelevat sisältöjensä tarinallisuudesta? Aihetta rajatessani minua ohjasi oma kiinnostukseni nimenomaan tuotantopuoleen eli podcastien tekijöihin. Oletan, että juuri he ovat tehneet aiheesta paljon ajatustyötä, ja moni pohtimistani teemoista ja kysymyksistä on luultavasti noussut esiin jo tätä uutta sisältöä kehittäessä.

Valtakunnallisten medioiden kiinnostusta true crime –genren podcastien tekoon selittää genren suosio maailmalla ja Suomessa. Suomen kuunnelluin podcast musiikkipalvelu Spotifyssa on jo kahden peräkkäisen vuoden ajan ollut rikostapauksista kertova ”Jäljillä” (MTV 2022). Luotettavia ja läpinäkyviä lukuja podcastien suosiosta ei ole saatavilla. Suosituimmista podcastien aiheista ja aihepiireistä on esitetty kylläkin lukuisia erilaisia arvioita. Markkintatutkimusyritys Nepa Insightin (2023) selvityksessä podcasteja tai radio-ohjelmien tallenteita kuukauden sisällä kuunnelleista vastaajista 37 prosenttia nimesi suosituimmaksi kategoriaksi ”viihteen ja huvin” ja 35 prosenttia ”rikoksen ja jännityksen”. Nämä nousivat kahdeksi suosituimmaksi kategoriaksi, kun vastaajilla oli mahdollisuus valita useita vaihtoehtoja.

Luvut muualla maailmalla vastaavat Suomessa esitettyjä arvioita. Viikoittaisilla kuuntelijoilla mitattuna Yhdysvaltojen kolme suosituinta genreä ovat ”viihde, uutiset ja true crime” (Backlinko 2024), vaikka luvuissa on vaihtelua tutkimuksen tekijän käyttämän mittaustavan mukaan. Yhtenäisen datan puuttuminen selittyy osin alustojen hajaantuneisuudella. Suomessa podcasteja on tarjolla muun muassa Spotifyissa, Apple Podcasteissa, Youtubessa, Podimossa, Suplassa, Yle Areenassa, Podmessa, Soundcloudissa, Podtailissa ja Radioplayssa. Valtaosa näistä palveluista ei julkaise tietoja kuuntelijamääristään. Saman sirpaloitumisen vuoksi tarkkoja ”top-listauksia” koko maan suosituimmista tai kuunnelluimmista podcasteista on niin ikään vaikea kasata, vaikka yksittäisten palvelujen kuunnelluimpien podcastien sijoituksia voidaankin listata ja vertailla.

Journalistisen median tarkoitusperiä ei voida perustella yksinomaan kaupallisilla syillä. Herää kysymys siitä, kannattaako päivittäisjournalismia tuottavan välineen ryhtyä

kilpailemaan muiden podcastaajien kanssa suosiosta, taloudellisesta menestyksestä tai sisältöjen laadusta. Sen lisäksi voidaan kysyä, ovatko suosio ja laatu yhteismitallisia tai ylipäätään yhteydessä toisiinsa? Toinen kysymys on, millä tavoin podcast-tuotanto vaikuttaa journalistisen median kykyyn toimia muissa tehtävissään. Riittävätkö mediatalojen resurssit siihen, että ne tuottavat samanaikaisesti uutisia ja muuta journalistista sisältöä eri kanaville, vai johtaako voimavarojen jakaminen moneen suuntaan siihen, että jotkut mediatalojen tehtävät jäävät uusien kanavien varjoon?

Tammikuussa 2025 julkaisutoiminnan aloittanut, joukkorahoituksella toimiva Uusi Juttu on tehnyt julkilausutun valinnan panostaa juuri audiojournalismiin. Se on purkanut rajallisten resurssien ja audiokysynnän välistä jännitettä rajoittamalla päivittäin julkaistun sisällön määrän aamun uutiskoosteeseen, yhtä aihetta tarkemmin tarkastelevaan podcastiin sekä yhteen tai kahteen pidempään artikkeliin, jotka ovat tarjolla oikeiden ihmisten lukemina (Uusi Juttu 2025). Uuden Jutun sisällön pientä määrää perustellaan myös ”olennaiseen keskittymisellä” sekä ”informaatiotulvan” hillitsemisellä.

Kun kuulijana seuraa mediatalojen tuottamia true crime -podcasteja, herää yllä esitettyjen pohdintojen lisäksi kysymyksiä sisällön eettisyydestä ja sen tuottamisen perusteista. Journalismin oletetaan seuraavan alan eettisiä normeja, ja mediat ovat sitoutuneet Julkisen sanan neuvoston Journalistin ohjeisiin osoittaakseen tämän. Kysymys eettisyydestä liittyy erityisellä tavalla true crime -podcasteihin. Kuinka pitkälle media voi tarinallistaa tosielämässä tapahtuneita rikostapauksia, ja käyttää niitä ajanvietteeksi miellettyjen podcastien sisältönä? Miten podcastien tuotannon lisääminen vaikuttaa toimittajien ja yleisön käsityksiin journalismista ja sen eettisyydestä? Kriittisten kysymysten vastapainoksi on syytä pohtia myös, laajentavatko podcastin journalismin esitystapojen kirjoa ja sen kykyä tuottaa merkityksellistä julkisuutta? Näistä kysymyksistä hahmottui pro gradu -tutkielmani aihe.

Oma suhteeni true crime -sisältöihin rakentuu useasta positiosta. True crime, niin kirjoina kuin podcasteina, on itselleni tuttua kuluttajana. Olen kuunnellut kotimaisia ja ulkomaisia true crime -podcasteja vuosien ajan. Toiseksi tarkastelen true crime -podcasteja toimittajana, ja tässä roolissa ne näyttäytyvät alan normeja muuttavana uutena

avauksena. Olen myös itse ollut tuottamassa true crime -podcasteja. Podcastini Elinkautinen julkaistiin hs.fi/elinkautinen -sivulle 14.11.2023. Kolmanneksi olen perehtynyt aiheeseen myös tutkijana. Kandidaatin tutkielmassani selvitin, miten suomalaisesta katoamistapauksesta luodut narratiivit vertautuvat tapauksen rikosuutisoinnissa ja tapausta käsittelevässä true crime -podcastin jaksossa toisiinsa.

Suhtautumistani true crime -podcasteihin voisi kuvata kaksijakoiseksi; yhtäältä ajattelen, että toimittajat ja mediatalot ovat tehneet yhteiskunnallisesti vaikuttavia, tarkkaan harkittuja ja jopa tapauksien ratkeamiseen johtaneita podcasteja, joissa pyritään kunnioittamaan rikosten uhreja ja samalla nostamaan yhteiskunnallisesti tärkeää aihetta esiin. Myös pienemmän budjetin tuotantoja on tehty onnistuneesti, ja henkirikoksia hienotunteisesti käsitelleet podcastit ovat voineet saada kiitosta jopa kuolleen henkilöiden omaisilta. Tämänkaltaista palautetta olen saanut erään uhrin omaiselta itsekin.

Samaan aikaan true crime -sisältö herättää eettisiä kysymyksiä etenkin uhrin ja hänen omaistensa näkökulmasta. Monet podcastit eivät aikapaineen tai maantieteellisen etäisyyden vuoksi näe tarvetta olla yhteyksissä uhrien omaisiin heitä tai heidän perhettään käsittelevän jakson tiimoilta. Niinpä läheisen väkivaltainen kuolema voi tulla ihmiselle vastaan mediassa ilman ennakkovaroitusta, pahimmassa tapauksessa sensaatiohakuisesti paketoituna ja tarkoilla yksityiskohdilla kuorrutettuna. Tämä ongelma ei koske vain podcasteja vaan liittyy laajemmin rikoksiin liittyvään mediasisältöön.

Kuten medialla yleensä, myös podcasteilla on yhteiskunnallista valtaa, eikä niiden narratiiveja välttämättä ole tehty tätä silmällä pitäen. Suomessa julkaistaan jo nyt true crime -podcastia, jonka pitäjät tekevät säännöllisesti jaksoja ”wine and crime” -konseptilla. Jaksojen aikana juontajat kirjaimellisesti hörppivät viiniä ja samalla keskustelevat ”rennommin” ja ”rehellisesti” rikostapausten herättämistä tunteista – tämänkaltainen true crime -sisältö jättää ainakin omaan suuhuni pahan maun.

2 JOURNALISTINEN MEDIA HYBRIDISSÄ MEDIAYMPÄRISTÖSSÄ

Tarkastelen tässä tutkielmassa mediatalojen julkaisemia true crime -podcasteja osana ilmiötä, jossa perinteisten mediatahojen tuottama journalismi *levittäytyy* uusille alustoille. Tarkastelun kohteena ovat journalistisen median toimijat. Olen kiinnostunut erityisesti siitä, miten podcastien tekijät oikeuttavat uusien alueiden valtausta ja true crime -podcastien tuottamista, ja millaista ammatillista ja eettistä pohdintaa ilmiö heissä herättää.

Taustoitan kysymystä tässä luvussa avaamalla ensiksi ilmiön taustalla vaikuttavaa mediaympäristön muutosta, jota on journalismin tutkimuksessa viime aikoina kuvattu median *hybridisoitumiseksi* (esim. Chadwick 2013). Journalistisen median näkökulmasta se on tarkoittanut monopoliaseman menettämistä ajankohtaisviestinnässä ja asettanut ne osaksi kilpailua yleisön huomiosta myös viihteellisimmissä sisällöissä. Sen jälkeen tarkastelen tarkemmin uusien alustojen valtaamista ja *uudistumisen kulttuurin* vaikutusta siihen.

2.1 Hybridi mediamaailma

Media ja mediaympäristöt ovat jatkuvassa muutoksessa ja ”tulemisen prosessissa” (Chadwick 2013, 58–59). Mediamaailma on luonteeltaan hybridi siten, että vanhempi ja uudempi media vaikuttavat toisiinsa ja kehittyvät yhdessä. Tätä prosessia määrittävät kilpailu ja erilaiset voimasuhteet. Median kehitys ei etene järisyttävinä mullistuksina tai lineaarisesti (emt., 25). Podcastit ovat tästä havainnollinen esimerkki: Alkujaan radion jatkeeksi syntyneet podcastit eivät ole korvanneet muita median muotoja, mutta sen asemaa on tietyissä mediayrityksissä alettu vahvistaa muiden median muotojen ohella ja osittain myös niiden kustannuksella.

Hybridisoitumiseen liittyy faktan ja viihteen rinnakkaiselo sekä niiden sekoittuminen toisiinsa. Tämä kehitys ulottuu kauas menneisyyteen, ja sen aiempia muotoja on mediahistoriassa tutkittu runsaasti. Chadwick (2013, 28) tuo esille kuinka ”lehdistön historia esitetään usein rationaalisuuden ja asioihin perehtyvän väittelyn voittona”, mutta

todellisuudessa asia on ollut monimutkaisempi. Lehdistön varhaisessa vaiheessa, 1700-luvun lopulla, ei tehty eroa uutisten ja viihteen tai tekijöiden ja yleisöjen välillä. Esimerkiksi yksi Lontoossa tuohon aikaan julkaistu lehti sisälsi sarjakuvia, sensaationhakuisia ja lööppimäisiä viihdesisältöjä sekä samalla terveydestä kertovia juttuja, jotka nykykäsityksessä miellettäisiin uutisiksi. Myös ero faktan ja fiktion välillä oli häilyvä. New Yorkissa ilmestyi 1830-luvulta aina 1950-luvulle lehti, joka julkaisi politiikan uutisten rinnalla muun muassa visuaalisia ”huijausjuttuja” (hoax stories) epätosista aiheista, kuten kuusta löydetystä elämästä (emt.).

1900-luvun jälkipuoliskolla faktan ja fiktion sekoittumista alettiin tutkia tabloidisoitumisena ja ”infotaintmentina” (esim. Altheide ja Snow 1992, 466). Suomessa tabloidisoitumisen ytimessä ovat olleet iltapäivälehdet ja niiden ominaispiirteet, kuten viihteellisyys ja skandaalit. Mitä enemmän nämä piirteet ovat saaneet sijaa sekä iltapäivälehdissä että niiden ulkopuolella, sitä vahvemmin median on nähty tabloidisoituneen (Kivioja 2008; Nieminen 2011). Yksi median hybridisoitumisen koekenttiä on ollut urheilu, jossa median ja ”ei-median” rajat olivat häilyviä jo ennen internetin aikakautta (Chadwick 2013, 28).

Nykykeskusteluun median rajalinjojen sekoittumisesta liittyy laaja huoli erityisesti politiikan uutisoinnin suhteesta faktoihin ja viihteeseen (emt., 13–14). Talk show’t ovat 1960-luvulla alkaessaan ja seuraavana vuosikymmeninä yleistyessään hybridisoineet uutisia ja viihteen genrejä (Livingstone ja Lunt 1994, 37). 2000-luvulla yleistyneet The Daily Show’n kaltaiset satiiriset ”mukauutiset” ovat vieneet tätä kehityskulkua entistä pidemmälle (Chadwick 2013, 13–14). Uutisten, politiikan, viihteen ja markkinoinnin diskurssien sanotaankin kasvaneen kiinni toisiinsa siten, että niiden kielenkäyttö, aiheiden valinnat ja esitystavat eivät enää selkeästi erotu toisistaan (Baym 2006, 262).

Yhdeksi esimerkiksi viihteen ja uutisten nykyisestä sekoittumisesta voidaan nostaa Helsingin Sanomien Uutisraportti-podcast, joka kuvailee itseään sanoin: ”Podcastissa ajankohtaisista aiheista puhutaan niin kuin toimittajat puhuvat niistä töiden jälkeen drinksuilla: mielenkiintoisesti ja turhia jännittämättä” (Uutisraportti podcast 2024). Podcastin kerrotaan alkaneen poliittisena satiirina, ja sen jaksoissa on mukana ironiaa ja huumoria.

Tekijät ovat useissa jaksoissa itse kertoneet podcastin alkaneen enemmän tai vähemmän suorana suomenkielisenä käännöksenä tai kopiona amerikkalaisesta Political Gabfest -podcastista.

Journalismissa tapahtuneita muutoksia 2000-luvun alussa ovat kiihdyttäneet taloudellinen kilpailu perinteisten mediatalojen välillä, joka on johtanut sekä toimitusten resurssien karsimiseen että vaativaa työtä edellyttävien journalismin lajien, kuten tutkivan journalismin, määrän vähentämiseen. Samalla median digitalisoituminen on avannut tilaa mediatalojen ulkopuolelta tulevien toimijoiden julkaisemille sisällöille. Erityisesti sosiaalisen median alustojen yleistyminen ja helppokäyttöisyys ovat muuttaneet ihmisten mediankäytön tapoja; nykyään jo yli puolet 13–18-vuotiaista suomalaisista nuorista seuraa mediasisältöjä Tiktokista, ja jopa 40 prosenttia heistä sanoo käyttävänsä Tiktokia ainoana ”uutislähteenään” (Kantar Media 2025). Perinteisen uutisjournalismin seuraamisen rinnalle – tai sen tilalle – on siis noussut muita mediarutiineja, ja yhä useampi nuorista aloittaa mediankäyttönsä ilman aiempaa kokemusta uutisten seuraamisesta.

Koska uuden median muodot eivät korvaa kehittyessään toisiaan, nykyisessä mediatarjonnassa esiintyy piirteitä sekä joukkoviestinnästä että keskinäisviestinnästä. Hybridissä mediamaailmassa median uutuus liittyy siihen, millä tavoin erilaisia mediamuotoja yhdistellään ja millaisia yhteyksiä niiden välille muodostetaan. Yhtenä konkreettisena esimerkkinä tästä voi nostaa esiin käyttäjälähtöisen sisällön hyödyntämisen perinteisten mediatahojen tuotteissa. Esimerkiksi twiittejä tai lukijoiden videoita voidaan nykyään tuoda osaksi uutislähetyksiä, verkon uutisia tai päivittyviä uutisseurantoja, jolloin yleisöä käytetään myös itse sisällön tekemiseen.

Zelenskyi ja Starmer keskustelivat turvatakuista

Ukrainan presidentti **Volodymyr Zelenskyi** sanoo keskustelleensa Ukrainan aseman vahvistamisesta ja luotettavista turvatakuista Britannian pääministerin **Keir Starmerin** kanssa.

Zelenskyi kuvaili viestipalvelu X:ssä lauantaista tapaamistaan Starmerin kanssa merkitykselliseksi ja lämpimäksi. Zelenskyin mukaan Britannian kanssa solmitusta lainasopimuksesta saatavat varat ohjataan asetuotantoon Ukrainassa.

Yllä esitetyssä kuvakaappauksessa Yle (2.3.2025) hyödyntää Ukraina-huippukokouksen seuranta-artikkelissa Ukrainan presidentti Volodymyr Zelenskyin twiittiä osana raportointia, kääntäen tekstin suomeksi osana tekstiseurantaa, sekä upottaen itse twiitin mukaan päivittyvään verkkojuttuun.

Tällaiset uudet median muodot esitetään ”parempina ikkunoina todellisuuteen”, ja niihin siirrytään vauhdilla. Media-alustojen sekoittuminen ja journalismin pyrkimys levittää vaikutustaan niille on nykyaikainen ilmiö. Digitalisoitumisen myötä kehiteltyjen välineiden saatavuus ja helppokäyttöisyys rohkaisevat käyttäjiä ja yleisöjä sekoittamaan tuttuja genrejä ja julkaisemisen käytäntöjä uusissa informaatioympäristöissä (Chadwick 2013, 13–14).

2.2 Journalismin levittäytyminen

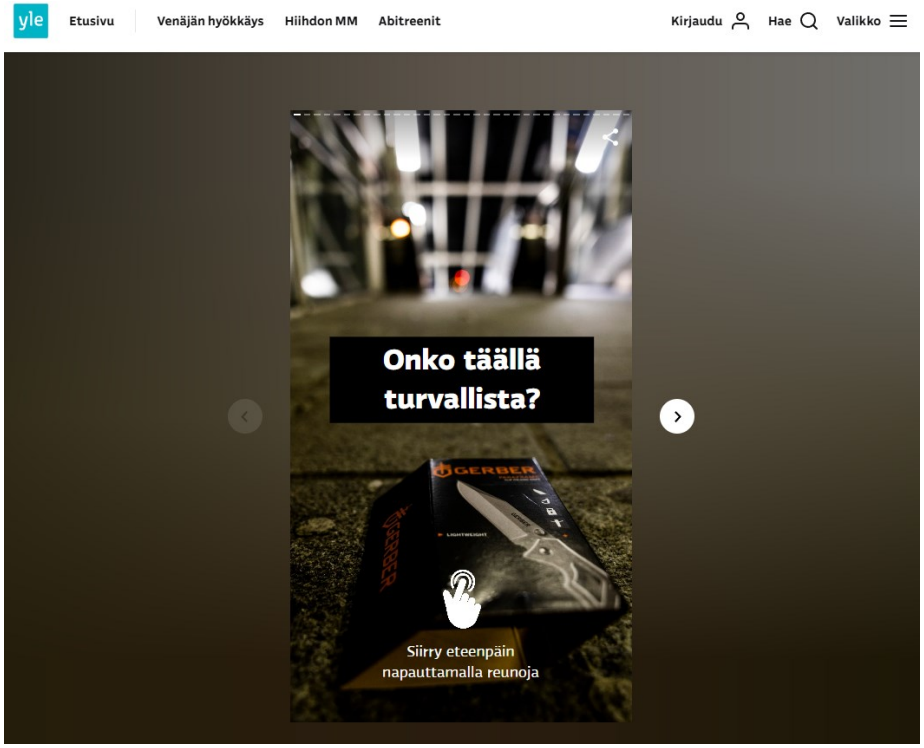
Hybridimedian tarkastelussa keskeinen käsite on *loisiminen* (parasitism). Chadwick (2013) tarkoittaa loisimisella perinteisten mediatoimijoiden pyrkimystä vallata itselleen tilaa ja välineitä mediakentän uusilta alustoilta ja toimijoilta. Historiassa

levittäytyminen tapahtui vanhojen toimijoiden ja näiden käyttämien viestintävälineiden kustannuksella. Esimerkiksi 1900-luvun vaihteen tienoilla lennätinlaitos ja sähkeet menettivät asemansa nopeimpana tiedonvälityskanavana tietotoimistoille. Vastaavasti varhaista radiotoimintaa kokeilleet amatöörit saivat nopeasti antaa tilaa kaupallisille ja julkisen palvelun radioyhtiöille.

Hybridimedian oloissa journalismin levittäytymisen potentiaalisena kohteena ovat perinteisen median ulkopuoliset alustat ja niissä kehittyvät julkaisemisen käytännöt. Tällä perusteella perinteiset mediatalot ovat pyrkineet lisäämään journalistista läsnäoloa sosiaalisen median alustoilla, kuten Facebookissa, Twitterissä, Instragramissa ja TikTokissa. Jotkut mediatalot ovat olleet kiinnostuneita tekemään yhteistyötä uutisvälitykseen uusia muotoja tuovien ei-journalististen organisaatioiden, kuten Wikileaksin tai Bellingcatin, kanssa. Usein tämän yhteistyön päämääränä näyttää olevan näiden uusien toimijoiden osaamisen kaappaaminen omaan käyttöön.

Hybridin mediajärjestelmän tunnusmerkkejä ovat kilpailu ja riippuvuus toisista medioista (Chadwick 2013, 35). Tämä kilpailuasetelma ei ole tasaväkinen, vaan vahvasti kallellaan, sillä perinteisillä mediataloilla on jo valmiiksi määräävä asema. Mediatalot käyttävät muita suurempia resurssejaan, kokemustaan ja aiemmin hankittua uskottavuuttaan tietoisesti ja välillä aggressiivisestikin hyväkseen levittäytyessään uusille media-alustoille. Digitaalisen median käyttäjät – toimittajat mukaan lukien – lainaavat tai varastavat rutiininomaisesti sosiaalisen median sisältöjä omiin julkaisuihinsa ja hybridisoivat niitä jo olemassa oleviin, rutinoituneihin käytäntöihin.

Nostan seuraavaksi esiin kaksi esimerkkiä journalismin levittäytymisestä, joista ensimmäinen on ”korttimuotoinen” kerronta verkossa. ”Onko täällä turvallista” kysymyslauseella otsikoitu uutinen (Yle 4.11.2022) hyödyntää näyttävää visuaalisuutta ja korttikerronnan keinoa mukailemalla sosiaalisten medioiden tarina-ominaisuutena tunnettua tapaa selata sisältöä. Korttimuotoinen kerronta on suunniteltu etenkin mobiililaitteelle istuvaksi kerrontakeinoksi, jossa uutiskuvat täyttävät sosiaalisen median sisällön tavoin koko ruudun, jos lukija selaa sisältöä puhelimella.



Hybridimedian ominaispiirteet konkretisoituvat jutussa: perinteistä mediaa edustava Yle on alkanut lainata Snapchat-nimisen sosiaalisen median aloittaman tarina-ominaisuuden tuttua ulkoasua ja selausmuotoa, jonka ovat sittemmin tuoneet palveluunsa muun muassa Meta-jätin omistamat Instagram ja Facebook. Näin tarinaominaisuus, jossa käyttäjä voi luoda ja katsella reunaa klikkaamalla selattavia ja koko ruudun avatessa täyttäviä kuvatarinoita, on levinnyt hybridisti ensin palvelusta toiseen ja myöhemmin sosiaalisesta mediasta perinteiseen mediaan.

Samalla kun uutisointia kehitetään visuaalisemmaksi ja mobiiliin käyttöön sopivaksi, pyritään mediataloissa mukautumaan nuorille ominaisiin tapoihin kuluttaa mediaa. Näin levittäytyminen toimii: kun jonkin toisen palvelun ominaisuus huomataan toimivaksi, se kaapataan median oman strategian tueksi. Korttimuotoisessa kerronnassa kopioitiin sosiaalisen median tarinat-ominaisuuden ulkoasu, ja yhdistettiin se uutisoinnissa perinteisen journalismin konventioihin taustoittaen ilmiötä ja haastatellen nuoria, kuvittaen ja konseptoiden juttua samalla uuden median ehdoilla.

Korttimuotoinen kerronta oli käytössä alun perin pelkästään sosiaalisen median palveluissa, mutta yleisön huomiosta alati käytävän kilpailun vuoksi korttikerrontaa löytyy nyt

Ylen lisäksi muun muassa Iltalehden ”IL-paloissa”, Karjalaisen ”Tarinat”-osiossa ja Keski-suomalaisen paikallislehtien verkkojutuissa. Uudesta aluevaltauksesta huolimatta mediat eivät ole kerrasta mullistaneet koko verkon kerrontaa, vaan napanneet kaikista mahdollisista suunnista omaa strategiaansa tukevia aineksia osaksi alati muuttuvaa ja kehittyvää verkko- ja mobiilisisältöä. Vaikka uusien ainesten hyödyntämistä voidaan perustella nuorten tiedonsaannin turvaamisella, vaarana on, että uusia tapoja hyödynnetään pintapuolisesti tai niiden tuloksia arvioidaan puutteellisesti.

Toinen puhuttava esimerkki mobiili- ja sosiaalinen media edellä -ajattelun noususta on pystyvideoiden merkityksen korostuminen. Yksi konkreettinen ja kuohuttava osoitus tästä saatiin kesällä 2024, jolloin Helsingin Sanomat julkaisi työpaikkailmoituksen, jossa etsittiin etenkin ”maksuhalua herättävää” toimittajaa kulttuuritoimitukseen. Imoituksen mukaan uuden tekijän tulisi lisäksi hallita juuri pystyvideoiden kuvaaminen. Puhelin horisontaalisesti pystyssä kuvatut videot ovat sosiaalisen median popularisoima sisältömuoto, ja pystyvideomuodossa kuvattuja lyhytvideoita selataan etenkin Instagramin ja TikTokin kaltaisilla sosiaalisen median alustoilla.

Teknologian hyödyntäminen ja journalismin vaikutuksen levittäminen uusille alustoille ja etenkin niiden rooli tarinoiden kertomisessa (eikä niinkään tiedonvälityksessä) näyttää olevan keskeinen peruste sille, millaisia journalistisia kokeiluja alan toimijat itse arvostavat (Wahl-Jorgensen 2019, 50). Tämä havainto pätee myös kilpailuissa menestyneisiin suomalaisiin journalistisiin tuotteisiin. Iltalehti (2024a) kertoi saaneensa hopeaa ja pronssia Global Media Awards 2024 kilpailussa kategorioissa ”Best New Digital Product” ja ”Best Innovation in Newsroom Transformation” juuri tarinamuotoa lainaavista ja pystyvideoita hyödyntävistä IL-paloista. Saman vuoden maaliskuussa Helsingin Seudun Journalistit ry palkitsi Salli-journalistipalkinnolla Iltalehden työryhmän ”ansiokkaasta työstä sanomalehden sosiaalisen median konseptiuudistuksesta” saman IL-palat ominaisuuden takia (Iltalehti 2024b). Kilpailut ja palkintojen näkyvä julkistaminen kertovat siitä, että media-alalla uusien teknologioiden mukaan hyppäämiseen kannustetaan ja siitä myös palkitaan. Mahdollisuudet menestykseen epäilemättä rohkaisevat toimituksia kokeilemaan näitä uusia alustoja tai sisällön kuluttamisen tapoja.

Tutkielmalle keskeinen kohta hybdridikehitystä on *alustoitumisen* vaihe. Journalistisen median rinnalle syntyy alati uusia alustoja, joilla sosiaalisen median toimijat kehittelevät uudenlaisia esitystapoja Youtuben, Instagramin ja Tiktokin kaltaisiin palveluihin. Podcastien alueelle levittäytymistä voisi verrata tämänkaltaisiin, aiemmin nähtyihin aluevaltauksiin: lähes jokainen suomalainen media maakuntalehdistä paikallislehtiin ja valtakunnallisiin medioihin julkaisevat nykyään sisältöänsä myös Facebookissa ja Instagramissa, moni myös Tiktokissa.

Tiktok on alustoitumisesta hedelmällinen esimerkki, sillä kyseisen sosiaalisen median toimintalogiikka ja mediatoimijoiden menestys alustalla ovat erityisen tarkasti sidottuja siihen, miten hyvin julkaisija räätälöi ja tekee sisältöä juuri kyseisen alustan piirteitä mukaillen. Tätä kysymystä siitä, ovatko Tiktokin kaltaiset palvelut alusta oman journalismin mainostamiselle vai ennemminkin omaa palvelua täydentävä julkaisualusta, jonka toimintalogiikkaan kaikki siellä julkaistava sisältö on räätälöitävä, on kutsuttu *alustoitumiseksi* (platformization) (Niemi ym. 2021, 25; van Dijck Poell ja de Waal 2018, 50).

Hybridin mediamaailman erityispiirre podcasteissa on tapa, jolla kuulijat yritetään tuoda osaksi tarinaa. Se on kiinteä osa monia true crime -podcasteja sekä maailmalla että Suomessa. Esimerkiksi Ylen risteilyaluksilla tapahtuviin rikoksiin keskittyvän M/S Mysteryn jaksoissa luetaan usein kuuntelijoiden viestejä osana tuotantokauden tarinaa, tai lähdetään etsimään todisteita yleisön lähettämien kertomuksien tueksi.

Kolmeksi keskeiseksi näkemykseksi median hybridisoitumisesta voidaan erotella faktan ja fiktion sekä raportoinnin ja tarinankerronnan sekoittuminen, alustojen konvergenssi sekä mediaomistuksen konvergenssi. Uutisjournalismissa on 1900-luvun mittaan painotettu faktan ja neutraalin raportoinnin keskeisyyttä journalismissa ja pyritty erottamaan uutiset selkeästi mielipiteistä ja sepitteellisistä tarinoista. Toimittajat ovat nimittäneet faktoihin perustuvaa journalismia hiukan harhaanjohtavasti ”objektiivisuudeksi”, vaikka kyse on ollut ennemmin pyrkimyksestä neutraaliin ja tasapuoliseen esitystapaan. Journalismin faktapohjaisuuden rinnalla erilaisissa uutisvälineissä on hyödynnetty muitakin esittämisen tapoja ja tyylejä. Lajityypit on pyritty erottamaan selkeästi toisistaan sijoittamalla mielipiteet ja uutiset eri osastoille. Toisaalta tyylejä ja

esitystapoja on ajoittain sekoitettu tietoisesti. Sekoittaminen on ollut osittain tietoista ja sitä on motivoinut halu haastaa journalismin ”objektiivisuutta”.

Alustojen konvergenssissa internetin ja etenkin sosiaalisen median yleistymisen myötä journalistinen media ei ole rajoittunut mihinkään tiettyyn päätelaitteeseen. Mediasisältöjä julkaistaan useilla digitaalisilla alustoilla ja esityksissä yhdistetään muun muassa tekstiä, kuvaa, liikkuvaa kuvaa ja audiota. Sama video voidaan julkaista lukuisilla sosiaalisen median alustoilla sekä samalla osana verkkouutista tai uutislähetystä.

Konvergenssi liittyy myös mediaomistukseen. Nykyään perinteiset lehtikustantajat toimivat monilla digitaalisilla alustoilla. Ne pyrkivät kierrättämään sekä sisältöjä että brändäämiään toimittajia alustalta toiselle.

2.3 Uudistamisen kulttuuri levittäytymisen taustalla

Päivittäisen uutistuotannon ohella journalismissa joudutaan jatkuvasti pohtimaan sen tulevaisuutta: Miten toimitusten työtä tulisi kehittää vastaamaan yleisön ja mediakilpailun asettamia todellisia ja kuviteltuja odotuksia? Tämä pohdinta on kiihtynyt ja alkanut vaikuttaa yhä useamman toimittajan työnkuvaan viimeisten kolmen vuosikymmenen aikana. Muutoksen taustalla ovat vaikuttaneet voimakkaimmin media-alalla kasvanut taloudellinen epävarmuus ja etenkin journalismia ympäröivän mediaympäristön digitalisoituminen ja hybridisoituminen.

Hybridisoituminen on tuonut mediatalojen ulottuville uusia julkaisualustoja, joita ne voivat sekä ammatillisista että taloudellisista syistä ottaa haltuun. Tämä on lisännyt entisestään mediakilpailua ja vahvistanut samalla päätelmiä siitä, että kilpailussa menestyminen edellyttää journalismin jatkuvaa uudistumista ja innovaatioita (Davis 2010; Nikunen 2011; Heikkilä ym. 2012). Kehityskulku ei enää rajoitu pelkästään toimituksiin, vaan yksittäiset toimittajatkin ovat alkaneet pohtia, voisiko esimerkiksi maksullisella uutiskirjeellä alkaa rakentaa henkilökohtaista yleisöä – kolmen freelance-toimittajan kirjallisuusaiheinen Piiri-uutiskirje on uudella Substack-julkaisualustalla kerännyt alle vuodessa yli 4000 tilaajaa, ja jos määrä kasvaa vielä muutamalla tuhannella, on tarkoitus kokeilla tilaajamaksua (Suomen Lehdistö 2025b).

Toimituksen sisällä tilanne voi näyttäytyä ristiriitaisena, koska se samanaikaisesti kuormittaa toimittajia, mutta antaa kuitenkin vapauksia kehittää uusia toiminta- ja esitystapoja, avaten uusia väyliä edetä työelämässä. Muutosten ajattelemisen ja toteuttamisen ympärille toimituksiin on muodostunut erityinen uudistamisen kulttuuri, jossa jatkuvaa tuottavuuden parantamista tavoittelevaa uudistamista perustellaan tehokkuudella (Nikunen 2012, 20–21). Tehokkuutta tavoitellaan karsimalla uutistoimituksia yhä taloudellisemmiksi koneiksi, joissa ydinajatus on ”enemmän vähemmällä” ja joissa uudistaminen palvelee tuotannon määrän ja kustannustehokkuuden lisäämistä, mikä asettaa toimitukset jatkuvaan kehittämisen kierteeseen. Uudistamisen tarve on ajan mittaan kehittynyt *innovaatiokulttuuriksi*, jossa uuden keksimisen ideaali on korvannut laadun ideaalin, ja jossa innovaatiot ja uuden kehittäminen nyt määrittelevät myös ammatillisen statuksen ja toimitusten rahallisten panoksien kaltaisia asioita (Costera Meijer 2020, 2338). Näiden myötä muutoksesta ja uuden kokeilemisesta on tullut toimituksissa pysyvä olotila.

Uudistamisen kulttuuri toimii noidankehän tavoin: uudistettu media kohtaa entistä kovemman kilpailun muiden matkiessa uudistuksia, ja se johtaa jälleen uudelle kierrokselle uudistuksia. Innovoinnin ja uudistamisen kulttuuri ponnistaa nimenomaan media-alan taloudellisesta epävarmuudesta (Heikkilä ja muut 2012, 36–37). Olennaista muutoksessa on, että uudistamista ei motivoi vain talous, vaan ammatilliset syyt voivat olla toimittajille jopa tärkeämpiä motivaattoreita ja oikeuttamisen perusteita (emt.).

Toimitusten sisällä uusille alustoille levittäytyminen voi näyttäytyä kilpailuna ammatillisesta arvostuksesta. Palkintojen, paranevan brändin ja yleisön luottamuksen kaltaiset saavutukset nähdään tavoiteltavina asioina, joihin voidaan yltää nimenomaan uudistumisen kautta. Verkon erikoistaitettujen juttujen, kuten Helsingin Sanomien Ytimessä -sisältöjen, yhtenä tavoitteena on niittää design-kilpailuista tunnustusta, joista myös ylpeästi yleisölle kerrotaan: ”HS sai 18 palkintoa kansainvälisessä visuaalisen journalismin kilpailussa” (Helsingin Sanomat 2023b). Erikoistaitettujen juttujen kerronta uudistuu kunnianhimon lisäksi innovoinnin ja tilaajamäärien kasvua tavoitellen.

Hybridisoitumisen ja uudistamisen kulttuurin yhteisvaikutuksesta journalistiset mediat pyrkivät levittäytymään uusille alustoille, tarvittaessa omimalla muiden menestysreseptejä. Lisäksi uudet työkalut, kuten yleisöanalytiikka, ovat luoneet mahdollisuuksia seurata verkossa jokaisen jutun saamia lukukertoja ja lukemiseen käytettyä aikaa entistä tarkemmin. Datasta johdettujen lukujen pohjalta toimitukset tekevät oletuksia juttujen kiinnostavuudesta ja yleisön suhtautumisesta julkaistuun tekstiin. Juttuja arvioidaan toimituksissa sen perusteella, miten juttu ”vetää”. Merkityksellistä on, minkä verran juttu onnistuu keräämään lukijoita luokseen saitille, ja kuinka kauan nämä lukijat pysyvät sen parissa.

3 TRUE CRIME, PODCASTIT JA TARINALLISUUS

Journalistisen median näkökulmasta levittäytyminen, hybridisoituminen ja uudistamisen kulttuuri ruokkivat epäsuorasti true crime -podcastien kehittämistä. Ennen hybridisoitumista journalismin keinot käsitellä rikoksia ja hyödyntää tarinallisuuden tyylikeinoja olivat rajalliset. Samalla pitkien tarinallisten juttujen teko rajautui harvojen toimittajien oikeudeksi, ja voisi kuvitella, että vapaammasta tyylistä saattoi toimituksissa haaveilla useampikin toimittaja. Kun true crime lajityyppinä kasvatti suosiotaan niin kirjoissa, televisiossa kuin myöhemmin verkossa ja podcasteissakin, ei ole vaikea ymmärtää, että podcastit ja true crime – sekä yhdessä että erikseen – alkoivat kiinnostaa journalistista mediaa.

Tässä luvussa esittelen ensiksi, miten true crime -genre ja media ovat historiallisesti katsottuna toimineet yhdessä. Sen jälkeen siirryn tarkastelemaan podcasteja niiden määritelmän, tekijöiden ja kuuntelijoiden näkökulmasta. Viimeisessä alaluvussa 3.3 käsittelen journalismin tarinallisuutta.

3.1 True crime -genre mediassa

True crime ei ole median genrenä uusi ilmiö, vaan se jatkaa laulurunojen, viikkolehtien, kirjasarjojen ja elokuvien kulttuurista perintöä. Lajityypin synty voidaan jäljittää keskiajalle, jolloin kansanhuvituksena laulettiin balladeja henkirikoksista (Richards 2023). Vaikka aiheet ja teemat ovat säilyneet samoina, niiden esitystavat ja levittämisen muodot ovat muuttuneet. Kun kirjapaino yleistyi 1600-luvulla, Lontoossa alettiin myydä hirsipuiden vieressä yhden sivun lehtisiä, joissa kirjoitettiin teloitettavien rikollisten tunnustuksista ja tekojen kuvauksista (Onninen 2020). Hirttotuomioista alkunsa sai niin ikään *The Newgate Calendar – The Malefactor's Bloody Register* -lehti, jonka suosiota petasivat 1700-luvun puolivälistä 1820-luvulle saakka hirtettävien rikollisten kuvauksien ohella tarinat kuuluisista rikollisista, kuten sarjamurhaajakaksikko Burke ja Haresta, usein piirroskuvituksen kera. Yksi true crime -sisällön piirre on juuri se, ettei tapausten tarvitse olla ajankohtaisia – tähän viittaa true crimen kehitystä Suomessa tutkineen Voitto Ruohosen (2022) kirjan nimikin *Rikos ei vanhene*.

1800-luvun lehtiartikkeleissa vaikutti aiempien lehtisten sisällön suosio ja perintö, ja niinpä sanomalehdissäkin esiteltiin kuvituksen kanssa esimerkiksi henkirikoksen tekijä, tekopaikka ja itse murha ruumiineen. Yksi ajan true crime sarjakuva, *Crime does not pay*, sekoitti sisällössään oikeiden rikosten sekaan fiktiota niittäen näin suosiota. Lehden levikki oli suurimmillaan 800 000 kappaletta ja yli kuusi miljoonaa lukijaa (Onninen 2020). 1800-luvun lopulla yleistyi myös ”kuolematurismi”, jossa matkailuun innostivat kohteessa tapahtuneet henkirikokset tai onnettomuuspaikat, jotka haluttiin nähdä omin silmin (Ruohonen 2022).

Genren modernin aikakauden synty on paikannettu 1900-luvun alkupuolelle, jolloin Yhdysvalloissa julkaistun True Detective -lehden tarinat tosielämän rikostapauksista vetivät massayleisöjä (Richards 2023). Yksi merkittäväksi tunnistettu tapaus on Chester Gillet nimisen miehen rikos, oikeudenkäynti ja teloitus vuosilta 1905–1908. Tuolloin koko tapahtumaketjua seurattiin kiivaasti sanomalehdissä, medioiden julkaistessa muun muassa häpeilemättä uhrin rakkauskirjeitä ja kuvia oikeussalissa esillä asetetusta, uhrin mukana kuolleesta sikiöstä (Ruohonen 2022). Tapauksesta kirjoitettiin autofiktiivinen teos *An American Tragedy*, ja myöhemmin myös fiktiivisempi elokuva *A Place in The Sun*. Toinen merkkipaalu Yhdysvalloista on vuonna 1965 julkaistu *In Cold Blood* (julkaistu suomeksi nimellä *Kylmäverisesti)*, jota monet ovat kuvanneet ensimmäiseksi varsinaiseksi true crime -genren teokseksi (Richards 2023). Samoihin aikoihin ajoittuu yksi Suomen kuuluisimmista selvittämättömistä henkirikoksista, Kyllikki Saaren murha. Jo tuolloin true crimen massoja vetävä luonne oli nähtävissä; Saaren vuonna 1953 järjestettyihin hautajaisiin osallistui 25 000 suomalaista, ja niiden jälkeen uteliaille järjestettiin muun muassa kuorma-autokyydityksiä murhatun uhrin suohaudalle (Ruohonen 2022). Sittemmin suomalaisessa true crime -kentässä on tapahtunut kaksi merkittävää käännettä, vuosien 1977 ja 1978 lentokonekaappaukset sekä vuonna 1986 tapahtunut Jakomäen pankkiryöstö. Nämä rikostapaukset olivat ensimmäisiä, joissa todellista rikosta seurattiin reaaliajassa uutislähetyksissä, radiossa ja erikoislähetyksissä, ja jolloin sanomalehtien valta murtui muiden esitysmuotojen reaaliaikaisuuden alta (Ruohonen 2022) – ajankohtaisviestinnän yliote kääntyi sähköisiin viestimiin.

2000-luvulla true crime -sisältö elää uutta nousukautta – se on vakiinnuttanut paikkansa populaarikulttuurissa. Vuonna 2022 toteutetun kyselytutkimuksen mukaan puolet amerikkalaisista kertoo kuluttavansa true crime -sisältöjä, ja joka kolmannella ne kuuluvat osana viikoittaiseen mediankäyttöön (Orth 2022). Tv-sarjat ja elokuvat olivat kyselyssä suosituin true crimen muoto. Tätä varten Yhdysvalloissa on perustettu yksinomaan true crimeen keskittyviä televisiokanavia, kuten Investigation ja Oxygen (Nguyen 2022).

2020-luvun true crime -sisältöä hallitsee reaaliaikaisuus ja interaktiivisuus, uusien mediamuotojen salliessa etenkin hybridejä yhdistelmiä visuaalista, auditiivista ja multimediaalista toteutusta. Yksi esimerkki tällaisesta ovat todellisiin rikostapauksiin pohjautuvat ”lisätyn todellisuuden” (virtual reality, VR) rikospelit, joissa pelaaja astuu virtuaalilasien avulla mukaan rikokseen (Ruohonen 2022).

Sosiaalinen media mahdollistaa vuorovaikutteisuuden sisällön tekijöiden kanssa, ja suoratoistopalveluiden myötä sisällön tarjonnan määrä on räjähtänyt. 2020-luvulla samoja tapauksia kierrätetään sellaisenaan tai pienin muutoksin kirjoissa, elokuvissa, suoratoistosarjoissa ja podcasteissa. Esimerkiksi MTV3:n murhaajan mieli -sarjan sekä Ylen Rikollisen mieli -sarjan käsittelemissä suomalaisissa rikostapauksissa on lukuisia päällekkäisyyksiä jo suomalaisten tapauksien rajallisen määrän vuoksi. Samalla kun päällekkäisyyttä syntyy eri mediayhtiöiden välillä, sitä tehdään myös tarkoituksella saman julkaisijan toimesta – esimerkiksi Helsingin Sanomien Susanna Reinbothin ja Minna Passin kirjasta *Keisari Aarnio* sovitettiin samaan konserniin kuuluvalle televisiokanava Neloselle samaa nimeä kantava televisiosarja.

Huolimatta genren satoja vuosia vanhasta historiasta, suomalaiseen keskusteluun kysymykset true crime -sisällön eettisyydestä ovat vakiintuneet vasta 2020-luvulla etenkin aiheen kirjallisuuden, suoratoistosarjojen ja -elokuvien sekä podcastien lukumäärän voimakkaan kasvun myötä (Ruohonen 2022), kun ja murhaajien tai huumekauppiaiden elämäkerrat ja podcastit roikkuvat luetuimpien ja kuunnelluimpien teosten paalupaikoilla.

Ylilyönnit muovaavat genren rajoja: vuonna 2019 kaksoismurhaaja Janne Raninen suunnitteli Vuosaareen järjestettävää kierrosta, jossa hän olisi esitellyt tekemänsä murhan tapahtumapaikkaa maksavalle yleisölle. Kalleimmillaan yli 100 euroa maksaviin lippuihin piti sisältyä muun muassa illallinen Ranisen itsensä sekä muiden tuomittujen rikollisten kanssa, ja tapahtuman mainonnassa hyödynnettiin Ranisen vuotta aiemmin julkaistussa elämänkerrassa paljastettua tietoa siitä, että tekopaikan yksityisasunto oli sama, jossa Helsingin huumepoliisin entinen päällikkö Jari Aarnio tapaili tapauksen avainhenkilö Saaraa. Julkisen vastustuksen vuoksi tapahtuman luonne muutettiin täysin, lippuja ostaneiden rahat palautettiin ja kierros peruttiin (Yle 2019).

Toinen rajoja piirtänyt tapatuma oli Vilja Eerikan tapauksena tunnettu lapsen murha vuonna 2012. Oikeussalissa näytettiin raakoja videoita tapauksen epäiltyjen toimista, kun tapauksen syyttäjä linjasi, että taltioinnit olivat ainoa keino tehdä selväksi, kuinka karmea tapaus todella oli kyseessä. Seitsemän vuotta myöhemmin videoiden tapahtumat avattiin myös yleisölle, kun MTV3:n ohjelmassa *Rikospaikka* esitettiin tarkka rekonstruktio niistä. MTV3 uutisoi kyseistä Rikospaikan jaksoa käsittelevän verkkouutisen sanoin ”Tämä video voi järkyttää: Vilja Eerikan kuolema muuttui murhatutkinnaksi, kun isä ja äitipuoli näyttivät, miten tappoivat tytön” (MTV3 2019).

Vuoteen 2019 sijoittuu niin ikään laajaa huomiota saanut tapaus, jossa median harkintakyky petti. Yle tuotti televisioon ja Yle Areena -suoratoistopalveluun *Rikollisen mieli* nimistä sarjaa. Yhdessä jaksossa raiskauksesta tuomittu tekijä paljasti uhristaan niin yksilöiviä tietoja, että hän oli jaksosta tunnistettavissa. Jakso ehti olla Areenassa nähtävillä useita päiviä. Kun tilanne huomattiin, jakso poistettiin, eikä sitä ikinä esitetty televisiossa (Iltalehti 2019).

Eettiset kysymykset eivät ole yksioikoisia, ja rikostoimittajien työssä ne ovat aina läsnä. Kokeneiden rikostoimittajien teemahaastatteluihin pohjaten toimituksen antamat perustelut jonkun sisällön julkaisemiselle voivat olla erilaisia kuin ne syyt, joilla julkaisupäätös on tosiasiassa tehty (Leino 2005), sillä ratkaisuille on eri diskursseissa monenlaisia toimivia perusteita. Välillä tapahtuu myös niin, että julkaisupäätös tehdään ensin, ja sen perustelu keksitään jälkeenpäin (emt.). Esimerkiksi viime vuosien

puhuttaneimmasta rikostapauksesta, Koskelan teinisurmasta, kirja julkaistiin jo kesken oikeuskäsittelyn, jossa ”kerrotaan tapahtumien kulku tarinallisessa muodossa”. Tekijä perusteli päätöstä tiedon tarpeella (Palmén 2022), vaikka syynä voisi arvailla olevan menestys nopeuskilpailussa. Vuotta myöhemmin julkaistiinkin jo uusi painos, jossa ”kirjan jatko-osa kertoo tarinan nyt loppuun asti”.

3.2 Podcastien määrä, tekijät ja kuuntelijat

Alan tutkijoiden keskuudessa on eriäviä mielipiteitä siitä, onko podcastissa kyse itsenäisestä mediasta vai jonkinlaisesta radion jatkeesta (Bottomley 2015, 166). Teknisiltä ominaisuuksiltaan podcastit ovat digitaalisia äänitiedostoja, jotka välitetään kuuntelijan vastaanottolaitteeseen automaattisesti RSS-syötteellä (Really Simple Syndication). Englanninkielissä sanassa yhdistyvät sanat ”broadcast” (lähettää) ja ”iPod”, eli kyseisen ajan suosittu kannettava musiikinkuuntelulaite. Uudissanan keksijänä pidetään yhdysvaltalaista toimittajaa Ben Hammersleytä (Bottomley 2015, 166). Hammersleyn tarkoittamassa merkityksessä *podcasting* tarkoitti kaikkea internetistä ladattavaa radiota, eikä se siis vastaa käsitteen nykykäyttöä.

Podcastien alkuaikoihin sijoittuvassa tutkimuksessaan McElhearn, Giles ja Herrington (2006) painottivat aikasiirtymien (time shifting) merkitystä podcastien ominaispiirteenä. Aikasiirtymillä tarkoitetaan sitä, että kuuntelijat saattoivat kuluttaa sisältöä toiveidensa mukaan ajasta tai paikasta riippumatta, ilman radiolähetysten kaltaista sitoutumista tiettyyn lähetysaikaan tai -laitteeseen. Kymmenisen vuotta myöhemmin Bottomley (2015, 166) korosti RSS-syötteen vaikutusta podcastien julkaisutapaan: sisältöä voitiin jakaa jaksoihin, joita kuuntelijat pystyivät ”tilaamaan” podcastien tekijöiltä oman laitteeseensa päivittyvään syötteeseen. Nykyään tämä jakelutapa on standardi, minkä voi havaita esimerkiksi musiikkipalvelu Spotifyssa, jossa podcastit on sijoitettu omaan valikkoonsa ja johon yksittäisen podcastin jaksot on järjestetty julkaisupäivän mukaan. Uudet jaksot päivittyvät syötteeseen automaattisesti niiden julkaisun mukaan. Kuuntelija voi halutessaan ottaa käyttöönsä podcastin ilmoitukset, jotka päälle kytkemällä käyttäjä saa laitteeseensa push-viestiksi kutsutun ilmoituksen, kun uusi jakso tilatusta podcastista on kuunneltavissa.

Sekä arkikielessä että alan ammattilaisten käytössä podcasteista puhumista hämärtää lisäksi se, että podcast-sanalla voidaan viitata sekä yksittäiseen jaksoon että koko ohjelmaan. Näitä merkityksiä voidaan sekoittaa yhden jakson sisälläkin, kuten Helsingin Sanomien Uutisraportissa. Juontaja aloittaa jakson sanoilla ”Hei ja tervetuloa Helsingin Sanomien Uutisraportti podcastiin”, ja päättää sen kertomalla ”Myös ensi viikolla tehdään tää podcast” (Uutisraportti 25.4.2024).

Ilmiön täsmällistä ymmärtämistä vaikeuttaa lisäksi podcasteiksi nimetyn sisällön häilyvät rajat. Suorien radio-ohjelmien tallenteita voidaan myöhemmin lähettää podcasteina, tai päinvastoin. Nykyään tallenteita esimerkiksi suorana lähetyksenä taltioidusta vaalitentistä voidaan jälkeenpäin julkaista kuunneltavaksi äänitallenteena, ja nimittää tätä sisältöä podcastiksi.

Podcastien kenttä on hyvin hajautunut: julkaisualustoja on lukuisia ja niiden sisällä julkaistujen podcastien välillä on päällekkäisyyksiä RSS-syötteen vuoksi. Podcastien lukumäärää seuraavan Podcast Indexin tietojen perusteella voidaan arvioida, että maaliskuussa 2024 maailmassa oli noin 4,1 miljoonaa podcastia (Podcast Index 2024). Arvioissa on myös eroja: podcast-hakukone Listen notes raportoi samana ajankohtana omaan tietokantaansa pohjaten, että podcasteja olisi noin 3,3 miljoonaa (Listen notes 2024).

Podcastien suosio on keskittynyttä: markkinatutkimusyhtiö Edison Research selvitti, että Yhdysvaltojen suosituimmat kymmenen podcastia keräsi 35 prosenttia kaikista kuuntelukerroista, ja suosituimmat sata podcastia yli 60 prosenttia kuuntelukerroista (Edison Research 2023). Kun Yhdysvalloissa tarkasteltiin kuuntelijoiden parhaiksi arvioimia podcasteja Applessa ja Spotifyissa, niistä lähes joka viides oli sidoksissa The Wall Street Journal:in ja NPR:n (National Public Radio) kaltaisiin perinteisiin mediayhtiöihin (Stocking ym., 2023). Näiden joukossa oli sekä uutisiin keskittyviä että muista aiheista kertovia podcasteja.

Puolet näistä suosituimmista podcasteista oli sidoksissa johonkin nimenomaan audiotuotantoon keskittyvään tuotantoyhtiöön, kuten Wonderyyn. Wondery on vuonna

2016 perustettu, pelkästään podcasteihin keskittyvä tuotantoyhtiö, jonka verkkojätti Amazon Music osti vuonna 2020 (Hirsch 2020). Alun perin itsenäisten ”amatöörien” sisältönä aloittaneiden perinteisen median ulkopuolelta tulevien podcastien osuus suositumpien listalla oli 31 prosenttia (Bottomley 2015, 166).

Suomessa podcasteja tekevät perinteisten mediatahojen ohella vapaat toimittajat, poliitikot, tuotantoyhtiöt, yritykset, julkkikset, yksityishenkilöt ja lukuisat muut toimijat. Podcastien kentällä ei ole säätelyä: kuka tahansa voi aloittaa oman podcastinsa, ja yksinkertaisimmillaan se onnistuu jo pelkän mikrofonin ja tietokoneen tai puhelimen avulla. Niinpä kattavaa tilannekuvaa podcast-kentästä ja sen toimijoista ei ole mahdollista tässä yhteydessä muodostaa. Tämä näkyy myös Spotifyin suosituimpien podcastien listalla, kun kärkeen mahtuu julkaisuja laidasta laitaan.

Reuters-instituutin vuosittain julkaiseman Digital News Report -tutkimuksen Suomea koskevassa maaraportin mukaan noin joka kolmas yli 18-vuotiaista suomalaisista on kuunnellut yhtä tai useampaa podcastia viimeisen kuukauden aikana. Ikä näyttää olevan keskeinen kuunteluaktiivisuuteen vaikuttava taustamuuttuja: siinä missä 18–24-vuotiaista suomalaisista 59 prosenttia kuunteli podcasteja vähintään kerran kuussa, yli 55-vuotiaissa podcasteja kuuntelevien osuus putosi jo alle viidennekseen (Reunanen ym. 2023). Markkinatutkimusyritys Nepan kesäkuussa 2023 toteuttamassa tutkimuksessa todettiin, että joka kolmas 16-64-vuotias suomalainen kuuntelee podcasteja (Nepa 2023).

Arvioita kuuntelijamääristä ovat tehneet myös erilaiset konsulttiyritykset ja mainostoimistot. Niiden mukaan kuukausittain podcasteja kuuntelee 39 prosenttia 15-64-vuotiaista suomalaisista, eli noin 1,3 miljoonaa ihmistä (Oddy Digital 2024). Vastaavasti Spotifyilla on Suomessa noin 1,8 miljoonaa käyttäjää (Krash 2024). Maailmalla podcastien kuuntelijoiden määrän uskotaan kasvavan yhä tulevaisuudessa: Statistan arvion mukaan Yhdysvalloissa kuuntelijoiden määrän arvioitiin ylittävän sata miljoonaa vuonna 2024 (Statista 2024). Kyselyjen mukaan maksullisuus ei näyttäisi hidastavan podcastien kuuntelijoiden määrää. Helmikuussa 2024 Suomessa toteutetussa kyselyssä 62 prosenttia vastaajista kertoi olevansa valmiita maksamaan ”kohtuullisen hinnan”

podcastien kuuntelusta, mikäli se varmistaa, että tekijät saavat työstä ansaitsemansa palkkion (Podimo 2024).

Podcastien parissa työskentelevät media-alan ammattilaiset tunnistavat alan hajaantuneisuuden ja mitattavuuden ongelmat (Suomen Podcastmedia 2023). Podcast-kuuntelusta ylipäänsä mitattavan datan keruu on haastavaa ja aikaa vievää eikä kerätyn datan laadusta tai yhteensopivuudesta ole varmuutta. Lisäksi julkaisualustat itse eivät välttämättä tarjoa podcastien kuuntelusta kertovaa dataa edes niiden tekijöille. Yleisellä tasolla tutkimuksen haastateltavat toivoivat podcast-seurannan mittareiden ja datan kehitystä.

3.3 Journalismin tarinallisuus

Kun tutkitaan viihteellisiä, tosielämän rikostapauksista kertovia true crime -podcasteja, tärkeä konteksti on journalismin muutos kerronnallisempaan ja kuvailevampaan suuntaan. Laajempana kehyksenä muutokselle on koko yhteiskunta, joka on itsessään tarinallistunut. Tarinat läpileikkaavat nykyään kaiken taloudesta urheiluun ja politiikasta kulttuuriin. Muutos journalismin piirissä näkyy siinä, kuinka yhä useamman journalismin alalajin jutut muistuttavat kertomuksia, tai niissä havaitaan tarinallisia piirteitä.

Tätä kehityssuuntaa on kuvattu sekä narratiiviseksi journalismiksi (van Krieken ja Sanders 2019) että tarinalliseksi journalismiksi (Lassila-Merisalo 2020; Mäkelä ja muut 2020). Tutkielmassani käytän näistä kahdesta tarinallisen journalismin käsitettä. Narratiivista journalismia on esitetty keinoksi journalismin uudistamiseen (Costera Meijer 2020) sekä välineeksi, jolla yhteiskunnallisista aiheista ja ihmisten omista kokemuksista voi kertoa samaistuttavammin ja monitahoisemmin (Neveu 2014, 540–541). Ilmiönä aihe ei ole ilmiönä uusi – jo 1990-luvun televisiouutisointia tutkiessa huomattiin, kuinka uutisia rakennettiin tietoisesti tarinalliseen muotoon (Pietilä 1995).

Tarinallinen journalismi syntyi ja kehittyi aikakauslehdissä, ja päivittäisjournalismiin elementit alkoivat levitä maailmalla laajemmin 1960-luvulta alkaen jaetun todellisuuden murtumisen ja joidenkin toimittajien kokemuksena siitä, että objektiivista

esitystapaa tavoitteleva journalismi ei voi kuvata yhteiskuntaa relevantisti ja uskottavasti (Mäkelä ja Karttunen 2020).

Tarinallisuuden juuret journalismissa on yhdistetty jo modernia journalismia edeltäneisiin historiallisiin hahmoihin, kuten Daniel Defoe'hun 1700-luvulla ja Mark Twainiin 1800-luvulla (Mäkelä ja Karttunen 2020). 1900-luvun alusta lähtien journalismin keskeisimmäksi ideaaliksi muodostui objektiivisuus, jossa tunteiden tuomisen mukaan uutisesityksiin katsottiin uhkaavan tiedonvälityksen uskottavuutta ja totuudenmukaisuutta (Chadwick 2017, 28–29). Tiedonvälityksen ja tarinankerronnan välinen rajanveto ei ole yksiselitteinen tai välttämättä edes tarkoituksenmukainen. Jos tiedonvälityksen erottaa tarinoista, kuva todellisuudesta jää vajavaiseksi, sillä koskettavat tai pysäyttävät tarinat täydentävät käsitystä maailmasta (Kunelius 2000, 9). Myös Lassila-Merisalo huomauttaa (2020, 62), että tarinallista journalismia on Suomessa tehty objektiivisuuden ideaalista huolimatta vuosikymmenestä toiseen ja lukuisissa Suomessa ilmestyneissä lehdissä, vaikkei sitä tuolloin olekaan eroteltu omaksi, erityiseksi tyylilajikseen.

2010-luvulla pitkä ja taustoittava journalismi alettiin katsoa median vahvuudeksi, ja tarinallisuuden tyylikeinot levisivät muun muassa verkossa saavutetun suosion vuoksi uutistoimituksiin (Lassila-Merisalo 2020, 2). Kaunokirjalliset piirteet, kuten "yksilön sisäisen kokemuksen välittäminen", ovat osin siirtyneet päivittäisiin uutissisältöihin (Mäkelä ja Karttunen 2020). 2000-lukua onkin kuvailtu kertomusbuumin ajaksi, eli tilanteeksi, jossa kertomus voi olla mitä vain toiminnan syystä sen seuraukseen ja oikeuttamiseen asti (Mäkelä ja muut 2020).

Tarinallisen journalismin ydin on sen tapa kertoa todellisista aiheista fiktion esittämisen keinoin (Lassila-Merisalo 2017). Tarinoista on tullut välineellisiä, ja niitä voi nykyään verrata esimerkiksi valuuttaan (Mäkelä ja muut 2020). Yksilöön keskittyminen voi olla tapa konkretisoida muuten vaikeaselkoisia tai monimutkaisia aiheita tai houkutella lukija sellaisen tarinan pariin, jonka hän muuten olisi ohittanut (Craig 2006, 188), ja luoda näin laajempaa kontekstia käsitellystä aiheesta sekä tuoda journalismille lisäarvoa (Krieken ja Sanders 2016, 1365). Tarina ei itsessään ole juttutyyppi, vaan

ominaisuus, jonka määrä vaihtelee (Lassila-Merisalo 2020, 15), ja joka voi yksinkertaisimmillaan ilmetä esimerkiksi jutun aloittavassa anekdootissa (emt., 41).

Subjektiivisuuden tasoa määrittävät valitut narratiiviset työkalut. Yksi esimerkki on kirjoittajan näkökulmaa korostava journalismi (point-of-view writing), jossa subjektiivisuus korostuu hyödyntämällä tarinan päähenkilön omia aistihavaintoja – mitä hän on itse nähnyt tai kuullut – tai tämän tekemiä päätelmiä: mitä tämä on ajatellut tai oivaltanut (Krieken ja Sanders 2019, 1405). Muita Kriekenin ja Sandersin nimeämiä narratiivisuuden tekniikoita ovat muun muassa tunnistautuva kertojaääni ja/tai miljöön ja tarinan henkilöiden yksityiskohtainen kuvaaminen. Tarinan keskeinen elementti on juoni, joka kytkee tarinan alun, keskiosan ja lopun toisiinsa. Tarinat esitetään usein kronologisessa muodossa, vaikka tapahtumat eivät olisi tapahtuneet juuri esitetyssä järjestyksessä.

Tarinallisessa journalismissa käytettäviä keinoja voi eritellä monin, osin limittäisin tavoin. Esimerkiksi Mäkelä ja Karttunen (2020) ovat listanneet seuraavia asioita: yksilön näkökulman korostaminen, hänen kokemuksellisen kertomuksensa esittely, kokemuksellisuutta synnyttävien konkreettisten esineiden esiin nostaminen, sisäinen puhe, skemaattisuus ja takaumat, konkreettinen tilallisuus sitomalla tarinankerronta tiettyyn paikkaan sekä preesensaikamuodon käyttö. Keinot ovat kaunokirjallisuudesta tuttuja. Lassila-Merisalo (2020, 41) lisää listaan olennaiseksi nostoksi vielä muutoksen, joka herkullisimmillaan on henkilöhahmon pään sisällä tapahtuva prosessi, kuten rakastuminen tai jonkinlainen vastoinkäyminen.

Yksilön näkökulma ja kokemuksellisuus voidaan luoda tekstiin joko jutun päähenkilöstä tai juttua kertovasta toimittajasta. Toimittajan rooli ja yksilöllisyys voidaan tuoda esiin kuvailevan tyylin lisäksi siinä, millaisessa suhteessa hän on tekstiin; toimittaja voi toimia pelkän kirjoittajan lisäksi esimerkiksi todistajana tai jopa osallisena tarinassa (Mäkelä ja Karttunen 2020). Yksilöä ja kokemuksellisuutta voidaan korostaa myös runsaan siteeraamisen avulla – tätä tosin on myös opponoitu, ja Lassila-Merisalo (2020) sanoo runsaan siteeraamisen ennemmin heikentävän jutun tarinallisuutta.

Anekdooteilla, kuvailulla ja yksityiskohdilla voi olla myös lukijan houkuttelun, empatian herättämisen ja asioiden yksinkertaistamisen ja konkretisoimisen kaltaisia etuja, huomauttaa Craig (2006, 188–189). Hän huomauttaa silti, että tunteisiin vetoava kokemuskertomus voi toimia myös polarisoivana tai erottavana tekijänä.

Kirjallisuustieteilijät ovat varoitelleet kertomusten ja tarinallisuuden vaaroista. He muistuttavat,että kertomuksia tulisi tarkastella myös kriittisesti ja ettei kaikkea voi tai pidäkään tarinallistaa (Mäkelä ja muut 2020). Tarinallistaessa toimittajat sekä muut toimijat saattavat hypätä kritiikittä tarinan vietäväksi, oikeuttaen kyseenalaisia toimia kyseenalaistamatta tarinaa. On todettu, että ”kertomusmuoto hylkii faktantarkistusta” (Mäkelä ja muut 2020, 17; Lassila-Merisalo 2020, 107). Kertomuksien ja tarinoiden huolimaton käyttö on vaarallista, koska niiden kritisoiminen on vaikeaa. Muiksi tarinallisuuden uhkakuviksi Lassila-Merisalo (2020, 108–111) nimeää ylitulkinnan syy-seuraus-suhteista ja ”tunteiden tuputtamisen”.

4 JOURNALISMI TOIMITTAJIEN SILMIN

Journalismilla on melkein yhtä monta määrittelijää kuin sillä on tekijää ja kuluttajaakin. Siihen kuuluvia esitystapoja, alalajeja sekä sisältöjä voi hahmottaa lukuisilla eri tavoilla. Tässä työssä keskitytään ensisijaisesti siihen, millaisia ovat toimittajien journalismikäsitykset ja miten he niitä tuottavat, uusintavat ja muokkaavat. Tämä näkökulma edellyttää, että toimittajille annetaan tilaisuus kuvata työtään ja tuoda esiin sen taustalla vaikuttavia periaatteita ja tehtäviä. Tästä syystä tutkielman empiirisenä aineistona ovat toimittajahaastattelut.

Haastattelujen analysoimisessa lähtökohtana on ajatus siitä, että toimittajat määrittelevät journalismia osana laajempaa *tulkintayhteisöä* (ks. Zelizer 2004). Kun toimittajat puhuvat journalismista, puheesta on tutkijoiden mukaan erotettavissa *metajournalistinen diskurssi*, jossa toimittajat kertovat, mistä journalismissa on heidän mielestään kyse: mitä ovat sen arvot ja tehtävät sekä miten journalismia tehdään käytännössä (Carlson 2016). Etenkin uusien käytäntöjen, kuten journalististen true crime -podcastien, tuottamisessa on usein kyse oikeuttamisesta: toimittajien on tavalla tai toisella perusteltava, miksi ja miten true crime -podcastit kuuluvat journalismin tehtäviin sekä miten tämä palvelee muuta yhteiskuntaa, kuluttajia tai kansalaisia.

4.1 Journalismin kehykset ja tulkintayhteisöt

Deuze (2005, 447) on nimennyt viisi journalismin ammatti-ideologian kulmakiveä:

1. Journalismi julkisena palveluna. Journalismin tarjoama informaatio lisää kansalaisten toimintakykyä yhteiskunnassa.
2. ”Objektiivisuus”. Journalismi raportoi asioista tasapuolisesti ja neutraalisti.
3. Autonomisuus. Journalismissa päätökset tehdään toimituksissa eikä niiden ulkopuolella.
4. Ajankohtaisuus tai välittömyys. Toimittajat raportoivat asioista niin nopeasti kuin mahdollista.

5. Eettisyys. Journalismin toiminta nojaa sen omiin eettisiin periaatteisiin, jotka ovat journalismin yhteydessä validimpia kuin muiden tahojen käsitykset eettisyydestä.

Zelizer (2004, 30–32) on puolestaan hahmottanut viisi kehystä, joilla journalistit itse puhuvat alastaan. Niistä kaksi, kolmas ja viides kehys, ovat Deuzen nimeämiä kulmakiviä vastaavia. Journalismi peilinä -kehyksessä journalistinen työ nähdään todellisuuden heijastamisena, jossa journalisteilla ei ole varsinaisesti aktiivista roolia. Viidennessä kehyksessä, journalismi palveluna, journalismi asettuu yleisen hyödyn edistäjäksi ja yhdistää kansalaisten tarpeita niihin vastaaviin uutisaiheisiin.

Näiden lisäksi Zelizer on muodostanut kehykset journalismista toimittajien lapsena, joka painottaa sitä, kuinka journalismi on toimittajille erityisen tärkeä asia. Tämä neljäs kehys ehdottaa, että toimittajat huolehtivat journalismin hyvinvoinnista ja kehityksestä. Tätä näkemystä voi käyttää sellaisenaan podcasteihin levittäytymisen oikeuttamiseen, koska ”lapsen täytyy saada kasvaa”.

Toinen kehys, journalismi uutisnenänä, viittaa metaforisella tasolla joidenkin toimittajien myötäsyntyiseen kykyyn tunnistaa uutisia ja palvella yhteiskuntaa sekä kansalaisia. Tämä voisi oikeuttaa true crime -podcasteja antamalla ymmärtää, että toimittajat osaavat tehdä vaistonvaraisesti oikeita ratkaisuja. Jos podcastit ovat heidän mielestään journalismia, muiden tulisi luottaa heidän kuudenteen aistiinsa.

Journalismi säiliönä metaforan ideana on korostaa, että journalismi on kovaa työtä, jossa toimituksen on täytettävä kulloinenkin tuotantotavoite joka päivä uudelleen. Tämä voisi liittyy podcasteihin siten, että hybridimedian kaudella toimitusten on tuotettava entistä enemmän ja entistä moninaisempia sisältöjä joko yleisön, päälliköiden tai mediakilpailun vuoksi. Podcastit palvelisivat näitä molempia tavoitteita.

Deuzen listaus journalismin ammatti-ideologioista ja Zelizerin kehykset havainnollistavat, millaisista aineksista toimittajien journalismikäsitykset rakentuvat, mutta ne eivät ole tyhjentäviä vaan avoimia monille tulkinnoille. Kun journalismia tarkastelee

nimenomaan toimittajien näkökulmasta, Zelizerin ja Deuzen näkemyksistä voi vetää yhteen kolme tutkielmalle keskeistä ydinajatusta journalismista.

1. Journalismi todellisuuden peilinä. Zelizerin kehys vertautuu tässä Deuzen ajatukseen objektiivisuudesta.
2. Journalismi demokratian ja julkisen edun palvelijana. Zelizerin kehys vertautuu tässä Deuzen ajatukseen julkisesta palvelusta.
3. Journalismi olennaisten asioiden tunnistajana ja niiden taitavana esittäjänä. Zelizerin kehys vertautuu tässä Deuzen ajatukseen ajankohtaisuudesta ja eettisyydestä.

Tulkintayhteisön käsitteen pohjalta voidaan olettaa, että journalismin alan sisällä käydään jatkuvaa neuvottelua journalismin luonteesta, sen tavoitteista ja soveliaista toteuttamisen tavoista. Nämä keskustelut eivät rajoitu tiettyyn paikkaan tai ajankohtaan, vaan ne pirstaloituvat osaksi jokaista toimituksen työprosessia, kokousta, lounaskeskustelua ja illanviettoa. Näitä keskusteluja käydessään toimittajat voidaan nähdä yhtenä suurena tulkintayhteisönä.

Tulkintayhteisöt tarjoavat kuvitteellisen keskustelutilanteen, jossa toimittajat voivat koettaa ratkaista ja uudelleen muotoilla journalismin tehtäviin ja arvoihin liittyviä kysymyksiä. Ne luovat pohjan muotoilla vaihtoehtoja sille, miten journalismista ajatellaan: erilaiset näkemykset perustuvat erilaisille arvoille, normeille sekä uskomuksille siitä, mikä journalismissa on tärkeää (Zelizer 2004, 28). Tulkintayhteisö viittaa tietyssä ajankohdassa käytyyn keskusteluun, ja siihen kuuluvat kaikki tuohon keskusteluun osallistuvat riippumatta siitä, mitä mieltä he asiasta ovat.

Tulkintayhteisöt ovat seurausta journalismin ammattimaistumisesta. Ne ovat seurausta journalismin toiminnasta, eivät sen päämäärä. Tulkintayhteisöjen toiminta vilkastuu journalismin kohtaamien erilaisten kriisien aikana, eikä silloin käytyjen keskustelujen merkitys välttämättä katoa kriisin laukeamiseen. Siksi esimerkiksi Yhdysvalloissa on edelleen miltei mahdotonta puhua tutkivasta journalismista viittaamatta 1970-luvun puolivälissä koettuun Watergate -skandaaliin ja tutkivan journalismin

rooliin sen paljastumisessa. Suomessa hiukan samansuuntaista ammatillista itsetutkiskelua käytiin politiikan journalismissa vuoden 2008 niin kutsutun vaalirahakohun yhteydessä. Rikosuutisoinnissa vastaavanlainen merkkitapaus oli vuonna 2013 paljastanut Jari Aarnion kaksoisrooli huumepoliisin johtajana ja rikollisliigan yhteistyökumppanina.

Journalismin legitimiteettiä kyseenalaistavista tapauksista on ajan kuluessa muodostunut keskeisiä myös sellaisille toimittajasukupolville, jotka eivät olleet mukana itse tapahtumissa. Suomessa esimerkki tällaisesta tapauksesta voisi olla suomettumisen aika, joka nousi keskusteluissa uudelleen ajankohtaiseksi Venäjän hyökkäyssodan alettua vuonna 2022.

Tulkintayhteisöissä syntyy erilaisia tulkintoja myös siitä, miten journalismi on muuttumassa. Erilaiset näkemykset johtavat kamppailuun vaikutusvallasta sekä journalismin sisäpuolella että ulkopuolella. Tulkintayhteisö on analyyttinen käsite ja metodologinen työkalu, joka asettaa sen käyttäjän tutkimuskohteensa ulkopuoliseksi havainnoijaksi. Suomessa käsitteen avulla on pyritty Suomessa ymmärtämään esimerkiksi, millaisina toimittajat näkivät journalismin ajankohtaiset haasteet 1990-luvun taloudellisen laman olosuhteissa (Heikkilä 2001) tai sitä, miten toimittajat voisivat olla ratkaisemassa yhteiskunnallisista ongelmista käytävän keskustelun vaikeutumista ja väkivallan uhkaa (Julkunen 2005).

Tulkintayhteisöjä on eri kokoisia, ja esimerkiksi suomalaiset toimittajat voidaan määrittää yhdeksi laajaksi tulkintayhteisöksi. Zelizerin (2004) mukaan amerikkalaistoimittajien puheissa viittauskohteena ovat suuret valtakunnalliset asiat, joissa keskeisiä toimijoita ovat maan vaikutusvaltaiset mediatalot ja valtakunnallista näkyvyyttä saaneet toimittajat. Tällöin pienempien paikkakuntien toimittajien rooli tulkintayhteisössä jää passiivisemmaksi.

Samaa profiloitumista on huomattavissa Suomessakin, Suomen Lehdistön nostaessa yleisösuhteen tarkastelun esimerkiksi Uutisraportti-podcastin pikkujoulutapahtuman, johon ilmoittautui 750 henkilöä (Suomen Lehdistö 2024). Sanoilla ”Tää on niinku

fanihommaa” otsikoitu juttu on malliesimerkki ilmiöstä, jossa yksi podcastin vakiokasvoista, pitkän linjan politiikan toimittaja Marko Junkkari, sekä osallistuu keskusteluun journalismista viikoittaisessa podcastissa, että on itse sen ilmiöitä puivan keskustelun aiheena.

Tutkielmassani tarkastelemani tulkintayhteisö on rajatumpi ja erityisempi, sillä se kattaa eri mediataloissa podcastien tuotannon parissa työskenteleviä toimittajia. Samalla kun he ovat osa podcastaavien toimittajien tulkintayhteisöä, he voivat toki kuulua myös muihin tulkintayhteisöihin.

4.2 Metajournalistinen diskurssi

Metajournalistinen diskurssi tarkoittaa toimittajien piirissä esiintyviä, kuhunkin ajankohtaan liittyviä käsityksiä siitä, mistä journalismissa on ja mistä siinä pitäisi olla kyse. Tulkintayhteisö viittaa siis siihen, missä toimittajat ammatillista pohdintaa harjoittavat, ja metajournalistinen diskurssi kuvaa tuon pohdinnan tuloksia. Matt Carlsonin (2016) mukaan journalismi on kontekstisidonnaista: se on erilaista eri paikoissa ja eri aikoina. Käsitykset siitä, mistä journalismissa on kyse ja mitä sille olisi tehtävä, muodostuvat sosiaalisissa suhteissa, joissa eri asemissa olevat toimittajat tekevät asiasta omia päätelmiään. Metajournalistisen diskurssin moninaisuutta havainnollistaa Kuneliuksen (2000) näkemys journalismista ”nelijalkaisena otuksena”, jonka neljä jalkaa ovat tiedonvälitys, tarinoiden kertominen, julkisen keskustelun ylläpitäminen ja kansalaisten resurssina toimiminen. Näin ollen, journalismilla on monta yhtäaikaista ja päällekkäistä tehtävää, joiden painotuksista ja yhteensovittamisesta voi esiintyä erilaisia näkemyksiä. Yksille tiedonvälityksen lisääminen toisten tehtävien kustannuksella voi olla ratkaisu, toisille taas ongelma ja niin edelleen.

Metajournalistisen diskurssin analysointi antaa mahdollisuuden tarkastella, miten toimittajat näkevät nykyhetken journalismissa ja miten nämä käsitykset kytkeytyvät journalismin tulevaisuuteen ja menneisyyteen. Nämä ainekset ovat toimittajille monella tavoin tuttuja, ja he voivat käyttää niitä omassa ajattelussaan ja toiminnassaan. Tämä

piirre liittyy olennaisesti true crime -podcasteihin, joita tekijät voivat oikeuttaa – tai joutuvat oikeuttamaan – journalistisen metadiskurssin tarjoamien merkitysten avulla.

Diskurssi on määrittävä tekijä siinä, miten sosiaaliset ilmiöt ymmärretään (Carlson 2016, 353). Diskurssi on sekä rakenteellista että rakentavaa, sillä sitä määrittävät sosiaaliset suhteet, mutta samalla se vaikuttaa niihin (Fiske 1994). Diskurssit tarjoavat jaettuja ilmaisuja, ja samalla rajaavat mahdollisia merkityksiä aiheesta, josta puhutaan. Diskursseissa avainasemassa ovat suhteet. Journalismin yhteydessä keskeisiä ovat suhteet teknologiaan, yleisöön ja markkinoihin. Samalla kun toimittajat puhuvat suhteestaan näihin, he tulevat kuvanneeksi myös sen, millaista valtaa tai vapautta journalismissa on suhteessa teknologiaan, yleisöön tai markkinoihin. Metajournalistista diskurssia analysoitaessa voidaan kiinnittää huomiota kolmeen kohteeseen:

1. **Toimijoihin, eli niihin, jotka tuottavat metajournalistista diskurssia:** Toimittajilla ei ole yksinoikeutta journalismin määrittelyyn, vaan siihen osallistuu liuta muita poliitikoista tutkijoihin. Lisäksi journalistien ja ei-journalistien välinen ero on hämärtynyt muun muassa blogien ja sosiaalisen median myötä.
2. **Julkaisualustoihin ja yleisöihin:** Metajournalististista diskurssia tuotetaan sekä journalistisilla että ei-journalistisilla areenoilla, kuten alan ammattilehdissä, verkkolehden uutiskommenteissa tai baarien pöydissä. Toimijat ja julkaisualustat ovat osin päällekkäisiä, sillä toimijoiden asemaan kuuluu olennaisesti se alusta, jossa hän puhuu. Julkaisualustoilla on merkitystä myös siksi, että niiden välillä ei ole välttämättä suoraa yhteyttä. Televisiouutisissa, journalistiliiton seminaarissa ja Facebookissa journalismista puhuvat tahot eivät välttämättä ole tietoisia toistensa näkemyksistä tai ota niitä huomioon.
3. **Aiheiden alkuperään:** Journalismia koskevia keskusteluja kiihdyttävät aiheet voivat nousta joko yksittäisistä tapauksista ja jutuista tai ne voivat liittyä laajemmin journalismin nykytilaan ja tulevaisuuteen**.** Metajournalistisessa diskurssissa siis useat tekijät journalismin sisäpuolella ja ulkopuolella kamppailevat oikeudesta määrittää, muokata ja haastaa journalismin ideaa ja sitä, mitä sen nimissä tehdään.

5 TUTKIMUSASETELMA JA METODI

Tässä pro gradu -tutkielmassa tarkastelen true crime -podcastien tekijöiden metajournalistista diskurssia. Pyrin hahmottamaan sitä, millaisena journalistisena sisältönä tekijät itse näkevät true crime -podcastit. Zelizer ja monet muut journalismin tutkijat ovat olleet kiinnostuneita analysoimaan sitä, millaista keskustelua toimittajien parissa käydään virallisesti ja epävirallisesti. Puheeksi artikuloitujen ajatusten lisäksi tutkivat ovat pyrkineet saamaan otetta myös niin kutsutusta hiljaisesta tiedosta, eli siitä, millaiset julkilausumattomat periaatteet ohjaavat journalismin toimintaa sekä toimittajien arvioita siitä (2004, 13–14). Toimittajien tulkintayhteisöihin on pyritty pääsemään käsiksi joko haastattelemalla toimittajia tai havainnoimalla heidän työtään toimituksissa sekä yhdistelemällä näitä kahta tutkimusstrategiaa, kuten journalismiprofession kentän sisäistä dynamiikkaa hahmottamaan pyrkivässä väitöskirjassa (Penttilä 2021), jossa sekä seurattiin kahden toimituksen arkea paikan päällä toimituksissa että haastateltiin teemahaastatteluin 15 päällikköä ja toimittajaa. Kun toimittajat pohtivat journalismia, sen arvokysymyksiä ja tulevaisuutta, vain osa pohdinnoista välittyy julkisuuteen. Siksi metajournalistisen diskurssin tarkasteleminen toimittajahaastattelujen valossa on tässä tutkielmassa perusteltu valinta.

True crime -podcastit ovat tarinallista sisältöä tuottavalle journalismille uusi aluevaltaus, jota sen täytyy oikeuttaa tavalla tai toisella. Carlson (2016, 359–361) on erottanut metajournalistisesta diskurssista kolme tulkinnallista prosessia:

1. **Käsitteiden laatiminen***.* Tällaisia käsitteitä voisi olla esimerkiksi aiemmin esitellyt yleisön palveleminen, objektiivisuus, autonomia, välittömyys ja eettisyys (Deuze 2005, 447). Diskurssit sisältävät jaettuja sanastoja, ja journalismissa jaettu kieli antaa tiettyjä merkityksiä laajalle valikoimalle käytäntöjä ja tekijöitä.
2. **Erottelujen tekeminen.** Erotteluja voidaan vetää uutisten ja valeuutisten tai toimittajien ja mediakonsulttien välille. Erotteluilla pyritään vaikuttamaan siihen, millaisen aseman eri toimijat saavat journalismin kentällä, millaista huomiota erilaisille journalismin lajeille tulisi antaa ja millaisia resursseja niiden

tuottamiseen tulisi jakaa. Nykykontekstissa keskeisiä erotteluja tuottavia tekijöitä ovat teknologia ja suhtautuminen uusiin julkaisualustoihin, kuten TikTokiin tai tämän gradun tutkimuskohteeseen, True crime -podcasteihin.

3. **Oikeuttaminen**. (legitimization): Oikeuttamisessa on kyse ehdotettujen tai jo toteutettujen journalismin muotojen perustelemisesta journalismin yhteiskunnallisten tehtävien, normien tai muiden periaatteiden nojalla. Vaikka journalismiin kohdistuva luottamus on Suomessa vahvempaa kuin monissa muissa maissa, journalismin olemassaolon ja sen kehittämisen tapojen oikeutusta ei voi pitää annettuna. Journalismin legitimiteettiä haastetaan paitsi journalismin ulkopuolelta, myös sen sisältä. Tästä on esimerkkinä kaupallisen median ja Yleisradion välillä käytävä kamppailu Ylen resursoinnista ja sen vaikutuksista kaupallisen median kilpailukykyyn. Tästä syystä journalismin oikeuttaminen on kaiken aikaa käynnissä oleva prosessi.

Oikeuttamisen ja metajournalistisen diskurssin välinen suhde voidaan tässä tutkielmassa ymmärtää niin, että oikeuttaminen lähtee liikkeelle kysymyksestä: Miksi rikospodcastit ovat journalismia, ja miksi mediataloien levittäytyminen tälle alueelle on yhteiskunnallisesti perusteltua?

Tutkielman toinen keskeinen teema, tarinallisuuden ja todenmukaisuuden jännite, liittyy klassiseen kysymykseen objektiivisuuden ja viihteellisyyden välillä. Tarinallisuuden ja todenmukaisuuden välinen suhde journalismissa oli jännitteinen jo silloin, kun median ajankohtaissisällöistä valtaosa koostui journalismista ja joukkoviestinnästä. Tuolloin tiedonvällitys ja tarinallisuus saattoivat esiintyä journalismissa samanaikaisesti, mutta ne oli erotettu toisistaan sanomalehden eri osastoille tai televisiossa eri ohjelmiin. Nykyisin ajankohtaisviestintää tarjoavat monet muutkin tahot kuin journalistiset mediat. Myös ajankohtaisviestinnän esitystavat ovat sekoittuneet toisiinsa: tiedonvälitystä ja tarinankerrontaa ei ole aina helppoa – tai edes tarkoituksenmukaista – erottaa toisistaan. Kolmas erottelua hämärtävä tekijä liittyy julkaisualustoihin. Digitaalisessa ympäristössä ei ole selkeää työnjakoa journalististen ja ei-journalististien alustojen välillä.

True crime -podcastit alkoivat nousta suuren yleisön ilmiöksi vuonna 2014, kun amerikkalaisen tutkivan journalistin tekemä ”Serial” julkaistiin (Richards 2023). Ensimmäisellä kaudellaan podcastin jokainen jakso keräsi keskimäärin 1,5 miljoona kuuntelijaa. Serial oli ensimmäinen podcast ylipäänsä, joka ylsi viiteen miljoonaan lataukseen iTunesissa (Son 2023).

Itse hahmotan true crime -podcastien kentän janaksi, jossa on kaksi ääripäätä. Tämä käsitys pohjautuu omien kuuntelukokemuksieni ja käymieni podcast-koulutusten lisäksi tapausesimerkkeihin, joita esittelen seuraavaksi konkretisoimaan jaottelua.

Nämä janan eri päädy ovat narratiivinen sekä keskustelunomainen podcast. Narratiivisuus voidaan määritellä tarinaksi, tapahtumien kuvaukseksi tai tietyksi tavaksi selittää tapahtumia (Cambridge Dictionary 2025a). Keskustelu taas viittaa nimensä mukaisesti kahden tai useamman ihmisen väliseen puheeseen, jossa välittyy tietoa ja jonka aikana kysytään ja vastataan kysymyksiin (Cambridge Dictionary 2024b). Puhtaina ideaalityyppeinä nämä ääripäät ovat selkeästi toisistaan erottuvia. Kumpaankin ideaalityyppiin kytkeytyvä esitystapa on journalismista tuttu, mutta ne kytkeytyvät selkeästi erilaisiin journalismin tyyleihin ja lajeihin.

Näistä ensimmäinen keskittyy yleensä joko kokonaisuudessaan tai kausittain jaotellusti yhteen rikostapaukseen, ja podcastien jaksoissa mennään esimerkiksi rikoksen tapahtumapaikalle tai -paikkakunnalle ja haastatellaan omaisia, tutkijoita tai jopa epäiltyjä. Esimerkkejä tämänkaltaisista podcasteista ovat muun muassa suomalainen, Ylen tuottama *Viimeinen johtolanka* tai amerikkalainen, erittäin suosittu ja sittemmin televisio-ohjelmaksikin sovitettu *Dirty John*. Näiden narratiivisten podcastien taustalla onkin usein joko perinteinen mediataho tai tuotantoyhtiö, jonka resurssit auttavat ammattimaisessa tuotannossa, äänimaiseman luonnissa ja editoinnissa. Narratiivisissa

podcasteissa nojataan tutkivan journalismin työ- ja esitystapoihin, joissa iso painoarvo annetaan sille, että faktat perustuvat toisistaan riippumattomiin, tarkistettuihin lähteisiin.

Valtaosa yhdysvaltalaisten medioiden tekemistä true crime -podcasteista sijoittuu hahmottamalleni janalle narratiivisten ja tutkivien podcastien päätyyn. True crime -podcastit, joita perinteiset mediatalot tuottavat, ovat Yhdysvalloissa yleisiä: Texas Monthly on tehnyt *Tom Brown's body* -podcastin, The New York Timesin toimittaja taas podcastin nimeltä *The Shrink Next Door*. Ruohonen (2022) kuvaa true crimen irtautuvan alkuperäisistä osapuolistaan, ja laajentavan aiheet pitkäkestoiseksi mediajulkisuudeksi, ja itse näen tämän pitävän paikkaansa etenkin juuri narratiivisten true crime -podcastien kohdalla. Ruohosen mukaan sisällössä ”rakennetaan tekijälle, uhrille ja muihin asiaan liittyville henkilöille erilaisia yhteiskunnallisia ja kulttuurisia kehyksiä ja asemia, joiden kautta heidän toimintaansa kuvataan”, ja juuri tämä yhteiskunnallisesti tärkeiden asioiden ja laajempien ilmiöiden kuvaamisen väite on usein keskeinen perustelu sille, miksi yhtä rikostapausta päätetään käsitellä esimerkiksi 10 jakson ajan, ja samalla siis pitää tapausta esillä useiden viikkojen mittaisen julkaisukalenterin verran.

Toinen ääripää, keskustelunomaiset true crime -podcastit, ovat usein kausittaisen jaottelun sijaan jatkuvia ja säännöllisesti ilmestyviä, ja niissä yksi tapaus mahdutetaan usein yhteen jaksoon. Haastattelujen tai läsnäolon sijaan tapauksesta kuullaan juontajien kuvailujen ja keskustelun kautta. Tämänkaltaisten podcastien journalistiseksi esikuvaksi voisi ajatella keskusteluohjelmaa, jossa journalismille asetetut odotukset totuudenmukaisuudesta ja tasapuolisuudesta pyritään lunastamaan puhujien taustatyöllä.

Akateemisessakin tutkimuksessa huomioitu esimerkki keskustelunomaisesta true crime -podcastista on amerikkalainen My favourite murder, jonka perusrakenne on yksinkertainen: jokaisessa jaksossa juontajat kertaavat vuorotellen toisilleen ”suosikkimurhansa”, toimien näin vuorotellen sekä kertojana että yleisönä (Greer 2017, 154). Kuulijan roolista vastaava juontaja reagoi kuulemaansa tarinaan koko tunteiden kirjolla vihasta kauhuun ja jopa nauruun (Horeck 2019, 2). Huumoria ei kohdisteta uhreihin,

vaan komiikalla juontajat kehystävät reaktioitaan kuulemistaan rikoksista sekä laajemmista ilmiöistä niiden taustalla, kuten sukupuolittuneesta väkivallasta ja siitä selviämisestä. Juontajat tuovat läpinäkyvästi esiin, että heidän true crime -sisältönsä on viihdettä, eikä niinkään vakavaa tai muodollisen neutraalisti toimivaa journalismia, ja jopa kuvailevat podcastiaan sanoin ”the hit true crime comedy podcast”, eli ”hitiksi noussut true crime komediapodcast”.

Monessa suuren suosion saavuttaneessa keskustelevassa true crime -podcastissa keskiössä ovat rikosten tekijöiden paheksunta ja juontajien yhteispeli, jossa he myötäilevät toistensa reaktioita pyrkien luomaan puskuria järkyttävien ihmiskohtaloiden ahdistavuuden ja kuulijoiden välille. Vuorotteleva reagointi ja kertojan rooli vahvoine tunne-elementteineen on nähtävissä niin ikään amerikkalaisessa Morbid-podcastissa, jonka tarinankerronta kussakin jaksossa noudattaa samaa kaavaa: juontaja käy muistiinpanoista läpi tapauksesta keräämänsä aineiston, toinen reagoi ja eläytyy kuulemaansa ja lopuksi rikosten tekijöille toivotetaan iloisella äänellä pitkää kärsimystä, ”Rest in distress” tai paljon muita ärsytyksen aiheita vankilassa vietettävän loppuelämän ajaksi (Morbid 10.2.2022, jakso 298). True crime -podcastien huumori on sinänsä harmaata aluetta, joka jakaa kuulijoiden mielipiteitä. Tapaa käyttää huumoria osana true crime -podcasteja alkaa kuulijana erottaa, kun vertailee eri podcastien tyylejä toisiinsa. Esimerkiksi Suomen kenties tunnetuimman true crime podcastin, Jäljillä, sävyä on välillä syytelty liian tylsäksi tai monotoniseksi, sillä tekijä pitää täysin kuivakan asialinjan ilman tunteiden kuvausta tai adjektiivejä. Tekijä on myös itse haastatteluissa kertonut, ettei hän halua tuoda tunteita tai huumoria mukaan sisältöön. Kyse on interdiskursiivisuudesta siinä mielessä, että lajityypin edustajat viittaavat aina toisiin saman lajityypin edustajiin, ja näin tekijäkin on joutunut puolustelemaan valitsemaansa asialinjaa.

Näiden hahmottelemani janan kahden ääripään väliin jää tietysti kirjo erilaisia tapoja toteuttaa podcasteja, joissa esimerkiksi haastatellaan uhrin omaista, omistetaan muutama jakso tietylle tapaukselle tai joissa kertojana on esimerkiksi aikanaan tapausta tutkinut poliisi tai siitä kirjoittanut toimittaja. Koko janalle mahtuu monenlaisia aineksia; myös narratiivisissa podcasteissa voi olla humoristisia elementtejä, ja

keskustelevissa podcasteissa puolestaan pitkältikin melodramatisoitua tarinallisuutta, ja niin edelleen.

Suomalaisten mediatalojen julkaisemiin true crime -podcasteihin palaan seuraavassa alaluvussa, jossa listaan suomalaisten medioiden tekemät true crime -podcastit aineiston esittelyn yhteydessä.

Perinteiselle medialle true crime -podacastit ovat tuore aluevaltaus. Yle julkaisi ensimmäisen true crime -podcastinsa vuonna 2020, Helsingin Sanomat vasta vuonna 2023. Samaan aikaan toimittajien toimintaympäristöön rantautunut runsaasti uusia tulokkaita sosiaaliseen mediaan ja Tiktokiin asti. Toimittajat eivät suhtaudu kaikkiin tulokkaisiin samoin, vaan reaktiot ovat tapauskohtaisia. Toisaalta uusiin teknologioihin voidaan suhtautua ”parempina ikkunoina todellisuuteen” (Chadwick 2013) ja väylänä palkintoihin, jolloin niiden mukaan saatetaan hypätään innolla ja kritiikittä. Toisaalta taas esimerkiksi yleisöanalytiikka on herättänyt toimittajissa kysymyksiä kaupallisten intressien liian suuresta painoarvosta. Viime vuosina yksi eniten erimielisyyksiä aiheuttanut, toimitustyöhönvaikuttanut uusi teknologia onkin ollut juuri yleisöanalytiikka. Sen on arvoitu yhtä aikaa vahvistavan ja hajottavan journalismia, ja johon liittyy vahvasti toimittajien tunnetyötä helpotuksesta innostukseen ja stressiin (Ahva ja Ovaska 2023).

Lähden työssäni ajatuksesta, jonka mukaan kaiken journalistisen sisällön tekemistä on toimituksissa osattava perustella sekä kollegoiden kesken ja ylöspäin johdolle että julkisesti lukijoille. Oikeuttaminen yleisölle tulee ajankohtaiseksi silloin, kun uusi tuote tai esitystapa on jo lanseerattu. Oikeutuksesta keskustellaan myös silloin, kun journalistista mediaa tai toimittajaa pistetään tilille tekemisistään. Tällaiset tilanteet ovat journalismissa nykyisin tavallisia ja oletettavasti uusien tuotteiden lanseerausten yhteydessä niitä esiintyy todennäköisesti erityisen usein.

Tutkimusstrategiani perustuu käytännölliseen tiedonintressiin, eli haluan ymmärtää, miten ja miksi jotkut toimittajat hyväksyivät true crime -podcastit osaksi journalismia, sekä miten he ovat joutuneet perustelemaan omaa toimintaansa sekä itselleen että kollegoilleen. Ennakko-oletukseni on, että true crime -podcastien oikeutus nojaisi sekä

kaupallisiin että yhteiskunnallisiin perusteluihin. Tällaisia perusteluja voisivat olla esimerkiksi ”Tätä sisältöä tehdään, koska se kiinnostaa yleisöä” ja toisaalta ”Tätä sisältöä tehdään, koska tämä tarina ansaitsee tulla kuulluksi ja sillä on merkitystä”.

Tiivistin tutkimustehtäväni kolmeen tutkimuskysymykseen:

1. Miten haastateltavat perustelevat journalistisen median roolia true crime -podcastien tuottajina ja oikeuttavat journalismin laajentumista uusille alustoille?

2. Missä määrin oikeuttamisen tavat heijastuvat toimittajien metajournalistiseen diskurssiin tai muuttavat sitä?

3. Millä tavoin haastateltavat suhtautuvat journalismin tarinallistumiseen true crime -podcasteissa ja niiden ulkopuolella?

5.1 Teemahaastattelu tiedonkeruun menetelmänä

Haastatteluissa tarkoituksenani on tehdä näkyväksi true crime podcast-yhteisön ammatillista pohdintaa ja selvittää, millaisista aineksista heidän metajournalistinen diskurssinsa muodostuu. Kun puheena on uudentyyppinen journalistinen sisältö, jota julkaistaan perinteiselle journalistiselle medialle uudella alustalla, puheessa korostunee enemmän oman toiminnan oikeuttaminen kuin sen kritiikki. Toisaalta oikeuttamisen aste riippuu siitä, kuinka kiisteltyjä tai jaettuja podcasteihin liittyvät tavoitteet ja perustelut ovat. Jos true crime -podcastit istuvat hyvin vallitsevaan metajournalistiseen diskurssiin, oikeuttaminen ei välttämättä nouse vahvasti esiin haastatteluissa.

Empiirisessä analyysissäni keskityn journalismin tuotantopuoleen, eli podcastien parissa toimituksissa työskentelevien tuottajien ja toimittajien näkemyksiin true crime -podcastien suhteesta journalismiin ja journalististen medioiden toimintaan. Aiheessa minua kiinnostavat nimenomaan podcastien julkaisemisen aloittamisen taustalla vaikuttaneet tekijät: Miksi siihen ryhdyttiin, kenellä oli sananvaltaa siihen, miten niitä alettiin toteuttaa ja kenelle päätöksiä jouduttiin oikeuttamaan?

Tutkielmani empiirinen aineisto koostuu viidestä teemahaastattelusta, jotka on tehty true crime -podcastien parissa työskentelevien journalismin ammattilaisten kanssa. Haastateltaviksi valikoitui valtakunnallisessa mediassa työskenteleviä toimittajia, koska tutkielman työstämisen aikaan true crime -pocastien tuotanto ei ollut vielä alkanut maakunta- tai paikallislehtien toimituksissa.

Aloin etsiä haastateltavia eri medioissa julkaistun sisällön pohjalta. Aiheeni kannalta relevanttien toimittajien jäljittäminen osoittautui varsin helpoksi, koska etsimäni tekijät toimittajista tuottajiin mainitaan läpinäkyvästi julkaistujen podcastien tekijätiedoissa. Haastaltavien rekrytoinnin pohjaksi tutustuin Suomessa julkaistaviin ja julkaistuihin true crime -podcasteihin. Kartoituksessa tunnistin ainakin seuraavat journalistisesti tuotetut podcastit:

- **Yle:** Elämäni rikostapaus, Viimeinen johtolanka, Riku Rantala: M/S Mystery, Rikokset ilman rajoja, Ovi alamaailmaan, Ex-jengipomo Keijo Vilhusen elämä, Salamanisku, Todistaja, Rikollisen profiili, Trauma-podcast, Ihmissyöjä, Annin surman jäljillä, Sukuni murhamysteeri
- **HS:** Täydellinen pako, Elinkautinen, Varoitussoitto
- **Iltalehti:** Ammattina rikos, Selvittämättömät
- **Iltasanomat:** Suomen rikoshistoria
- **Supla:** Roviopod, Poissa, Piinan kirous, Pimeä puoli, Ratkaistaan ratkaisemattomia mysteerejä, Kuolemaantuomitut, Mitalin kääntöpuoli, Tuhansien rikosten maa, Subutex-Suomen naiset, Vera Miettinen ja rikollisjengit, Kalmasiskokset, Vankilamyytit, Saariston tragediat, Kuulusteluhuone, Vera Miettinen ja rikollispomot, Ikkunat kii, Unohdetut kadonneet, Aavetaloja ja ihmiskohtaloita, Selvitetyt, Pako - Janne "Nacci" Tranbergin tarina, Operaatio Greenlight, 8 vankilapakoa, Tositarinoita rakkauspetoksista, True crime -Finland
- **Apu:** Poliisin mieli

Kun sopivia tekijöitä alkoi löytyä, lähestyin heitä sähköpostilla. Haastattelukutsussa kerroin etsiväni haastateltavia kertomaan true crime -podcastien teosta toimituksissa, ja selitin lyhyesti, millaisia teemoja teemahaastattelussa on tarkoitus käsitellä.

Kun sain ensimmäiset vastaukset, prosessi lähti liikkeelle ikään kuin lumipallon tavoin: true crime podcastien parissa työskentelevät tekijät osasivat kysyttäessä – ja välillä ilman kysymistäkin – suositella sopivaa ihmistä, jolla voisi olla tutkimusaiheesta näkemystä ja kokemusta. Tämä johtunee siitä, että true crime -podcastit ovat niin uusi

tulokas mediakentällä, että tekijät tunsivat toisensa ja että he olivat motivoituneita kertomaan paitsi omasta, myös kollegojensa puolesta, mitä heidän työhönsä kuuluu.

Haastatellut journalismin ammattilaiset työskentelevät kolmessa valtakunnallisessa mediassa, eli Helsingin Sanomilla, Ylellä ja Iltalehdellä. Mukana on myös tekijä audioon keskittyvästä Supla-palvelusta, jonka omistaa Sanoma Media -konserni. Haastateltavista kaksi on toimittajia ja kolme on podcastien tuottajia. Haastateltavista kaksi työskenteli haastattelun tekohetkellä Ylellä, yksi Helsingin Sanomilla, yksi vapaana toimittajana sekä Iltalehdellä ja yksi audiopalvelu Suplalla. Heidän työkokemuksensa journalismin alalla vaihteli neljän ja 44 vuoden välillä (kts. taulukko 1).

Taulukko 1: Tutkielman haastateltavat

	Rooli	**Työkokemus**
Haastateltava 1	Tuottaja	23 vuotta
Haastateltava 2	Tuottaja	24 vuotta
Haastateltava 3	Toimittaja	44 vuotta
Haastateltava 4	Tuottaja	20 vuotta
Haastateltava 5	Toimittaja	4 vuotta

Teemahaastattelut soveltuvat aiheisiin, joissa merkityksellistä on yksittäisten vastaajien henkilökohtaisten kokemusten kerääminen ja tarkempi tarkastelu (Saaranen-Kauppinen ja Puusniekka 2006). Haastateltavat olivat luomassa ja konseptoimassa uudenlaista sisältöä toimituksiin, ja heidän näkemyksensä sisältövaltauksen reaktioista kertoo toimitusten suhtautumisesta uusiin alustoihin ja innovaatioihin laajemminkin. Journalismin tarinallisuuden käsittelyyn saatiin erityistä ajankohtaisuutta, kun tutkielmaa kirjoittaessa julkisuuteen nousi esiin tapaus, jossa Aamulehden palkittu toimittaja Matti Kuusela myönsi sepittäneensä juttuja tarinoidensa täytteeksi (Aamulehti 2024).

Teemahaastattelussa tilannetta ohjaavat nimeä mukaillen kattoteemat, joiden raameissa haastattelukysymykset mukautuvat haastattelutilanteeseen, mutta jossa teemat kuitenkin toistuvat eri vastaajien välillä samoina (Saaranen-Kauppinen ja

Puusniekka 2006). Tällaisiksi toistuviksi teemoiksi haastatteluissani nousivat podcastien tuotanto ja vastaanotto. Tuotannon aihepiiristä haastatteluissa puhuttiin tekijöistä, ketkä vaikuttavat sisällöllisiin valintoihin, tapausten totuudenmukaisuuden vaalimisesta, tuotannon istumisesta toimituksen arkeen ja koko podcastin idean alkulähteestä. Vastaanotosta puhuttaessa keskustelussa käytiin läpi muun toimituksen ja kollegoiden, johdon sekä yleisöjen reaktioita uuteen sisältöön. Kysymysten järjestys teemojen sisällä vaihteli vastaajien välillä: jos esimerkiksi tietyn podcastin syntytarina nousi haastattelussa esiin ennen kuin esitin itse kysymyksen aiheesta, hyppäsimme keskustelussa siihen, ja palasimme myöhemmin takaisin kysymysrungon järjestykseen.

Teemahaastattelut toteutettiin etäyhteyksin teams-sovelluksen avulla, ja haastattelutilanteet tallennettiin. Haastateltavilta kysyttiin kirjallinen suostumus haastatteluun ja sen tallentamiseen ennen tapaamista. Haastattelujen ajallinen kesto vaihteli runsaasta puolesta tunnista tuntiin. Litteroin jokaisen teemahaastattelun samana päivänä Good Tape -sovelluksen avulla, kävin syntyneen litteraatin läpi tallenteen kanssa ja korjasin mahdolliset virheet. Viiden teemahaastattelun litteraattien kokonaispituus oli yhteensä 98 sivua (riviväli 1, fonttikoko 12). Haastattelujen tallenteet sekä niistä tehdyt litteraatit säilytettiin kaksivaiheisen tunnistautumisen takana. Kun tämä tutkielma on valmis, haastattelutallenteet tuhotaan.

5.2 Haastattelurungon muodostaminen

Haastattelurunko rakentui neljän kirjallisuuskatsauksesta johtamani käsitteen varaan, jotka olivat metajournalistinen diskurssi, hybridi mediamaailma, oikeuttaminen ja narratiivisuus. Rakensin oman ymmärrykseni näistä neljästä käsitteestä aiemman tutkimuskirjallisuuden varaan. Sen jälkeen muotoilin haastattelukysymyksiäni siten, että niistä hahmottuisi haastateltavien näkemykset käsitteiden ilmenemisestä true crime -podcastien tuottamisen kontekstissa. Haastattelurungon ensimmäisessä versiossa avoimet kysymykset olivat yhtenäisenä listana. Seminaari-istunnoissa saamani palautteen perusteella aloin jaotella avoimia kysymyksiä kolmeen erilliseen teemaan, ja muotoilin kysymyksiä uudelleen niin, että koin niiden tavoittavan haastatteluissa etsimiäni vastauksia hyödyntämieni teoreettisten käsitteiden takaa.

Avointen kysymysten lisäksi väitteet, joihin haastateltavia pyydettiin vastaamaan joko ”samaa mieltä”, ”eri mieltä” tai ”en halua vastata” pysyivät mukana haastattelurungossa, mutta ne siirrettiin haastattelun loppuun. Näin väitteiden pohdinta ajoittui hetkeen, kun keskustelu kahden ison teeman ympärillä oli jo käyty. Väitteiden avulla pyrin hankkimaan vertailtavaa tietoa siitä, miten eri tekijät näkevät samat ilmiöt true crime -podcastien ympärillä. Tarkoitus oli saada haastateltavat reflektoimaan aiempia vastauksiaan, ja ottamaan kantaa haastattelujen aikana virinneisiin väitteisiin. Käytin näistä väittämistä saatuja vastauksia apuna haasteltavien näkemysten välisten suhteiden paikantamiseen diskurssianalyysin tavoin itse analyysin vaiheessa.

5.3 Analyysin toteutus ja väitteet sen jäsentäjinä

Tutkielmassani selvitän true crime -podcastien tekijöiden näkemyksiä heidän tuottamastaan sisällöstä, ja olen kiinnostunut siitä, millä tavalla tekijät oikeuttavat uudenlaisen alustan haltuunottoa, rikosaiheiden viihteellistämistä sekä journalismin suhdetta totuudenmukaisuuteen ja tarinallistamiseen true crime -podcasteissa, aineistosta, jonka keräsin teemahaastatteluin itse. Tällaisessa laadullisessa tutkimuksessa näkökulmat ja tulkinnat aineistosta kehittyvät vähitellen tutkijan mielessä, ja tutkimusongelmakin voi täsmentyä tutkimuksen edetessä (Kiviniemi 2018). Näin tapahtui myös tässä tutkielmassa, jossa tutkimuskysymyksiä hiottiin useita kertoja analyysivaihetta ennen, jälkeen ja sen aikana.

Analysoin haastattelujen sisältöä laadullisesti diskurssianalyysin keinoin. Yksi yksinkertaistettu tapa kuvata laadullisen aineiston sisällönanalyysin alkua etenee aineiston läpikäynnistä tutkimukselle keskeisten asioiden erotteluun ja niiden merkitsemiseen (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 78). Kävin aineiston eli haastattelujen litteraatit läpi ja kytkin havaintojani kuhunkin tutkimuskysymykseeni. Valitsin merkintöjä varten neljä eri väriä, joiden avulla järjestin haastateltavien puhetta asiankuuluviin teemoihin: podcastien aloittamiseen, vastaanottoon, oikeuttamiseen, tarinallisuuteen ja hybridiin mediaan.

Kun olin käynyt aineiston toistamiseen läpi eri värien kategoriat vastauksista tarkastaen, kopioin erottamani tekstinpätkät värien mukaan jaoteltuihin osioihin uudelle

tekstitiedostolle, jota käytin aineistoni analyysiin. Tämän työvaiheen tarkoituksena on kerätä keskeiset asiat yhteen ja erilleen kaikesta muusta aineistosta (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 78). Teemojen mukaan jaoteltujen vastauksien avulla pystyin hahmottamaan ensin jokaisen haastateltavan ajatuksia yhdestä teemasta, ja tämän jälkeen vertaamaan niitä muiden vastaajien ajatuksiin näistä samoista aiheista. Lopuksi aloin hahmotella analyysitekstitiedostosta teemojen sisältä diskursseja, joissa merkitykset alkoivat rakentua johdonmukaisiksi kokonaisuuksiksi. Diskurssien muodostamisessa hyödynsin haastattelujen lopussa haastateltavien vastauksia esittämiin väitteisiin. (ks. taulukko 2).

Taulukko 2. Teemahaastattelujen väitteiden vastaukset

	Samaa mieltä	**Eri mieltä**	**En halua vastata**
True crime -sisältö on yksi journalismin genre muiden joukossa.	4	1	
True crime -podcastit ovat esimerkiksi rikosuutisointia viihteellisempää sisältöä.	4	1	
Spekulaatio on luonnollinen osa myös journalistien tekemiä true crime -podcasteja.	4		1
True crime -podcastien tekoa täytyy perustella yleisölle muuta journalistista sisältöä tarkemmin.	3	2	
True crime -podcastia tehdessä voisi tulla vastaan tilanne, jossa tarinallistaminen menee liian pitkälle.	4	1	
True crime -sisällön etiikka ei poikkea muusta journalistisesta sisällöstä.	4	1	
Podcastiksi kasatulla true crime -sisällöllä voi saavuttaa jotain sellaista, jota muut mediamuodot eivät tavoita.	3	2	
True crime -podcastien tulo osaksi perinteisiä mediatahoja on positiivinen asia	4		1

Laadullista sisällönanalyysia voi tehdä kolmesta toisistaan eroavasta lähtökohdasta. Aineistolähtöinen sisällönanalyysi hakee analyyttiset erottelut tutkimusaineistosta ja noudattelee niitä johdonmukaisesti (Tuomi ja Sarajärvi 2012, 95). Teorialähtöisen analyysissa analyysiä jäsentävät aineiston ulkopuolelta tulevat teoreettiset käsitteet, joihin aineistosta tehtäviä havaintoja sovitetaan. Oma analyysini yhdistelee kumpaakin

strategiaa. Yhtäältä tavoitteena on kuvata podcastien kehittämisen vaiheita haastelta-vien kertomusten perusteella, jolloin analyysi on aineistolähtöistä, ja toisaalta haasta-teltavien puhetta tarkastellaan suhteessa teoreettisiin käsitteisiin, kuten metajourna-listiseen diskurssiin, tai journalismin levittäytymiseen.

6 ANALYYSI JA TULOKSET

Työni keskeisen tutkimustehtävän voisi kiteyttää kysymykseen: Millainen metajournalistinen diskurssi kehystää haastateltavien näkemyksiä true crime -podcastien suhteesta journalismiin ja heidän suhtautumistaan journalismin levittäytymisestä uusille julkaisualustoille?

Tässä luvussa pyrin vastaamaan tuohon kysymykseen kolmessa alaluvussa, jotka etenevät haastateltavien journalismikäsityksistä podcastien asemaan toimituksissa, ja lopuksi pohdintoihin journalismin levittäytymisestä ja tarinallisuudesta sekä niiden seurauksista podcasteille, yleisölle ja laajemmin journalismille.

6.1 Haastateltavien käsitykset journalismin tehtävistä ja normeista

Toimittajilla on yhteisiä, jaettuja uskomuksia siitä, mistä journalismissa on kyse, vaikka tavat toteuttaa näitä periaatteita vaihtelevat. Deuzen (2005, 447) nimeämistä ammattiideologian viidestä kulmakivestä haastateltavat ottivat annettuina etenkin ajatukset journalismista julkisena palveluna, journalismista autonomisena toimijana sekä journalismista eettisyyden vartijana.

> *”[Meillä] on ollut aina se, että tällä on jonkunlainen yhteiskunnallinen merkitys. Ja että ei me revitellä sisältöjä vaan sen takia että me saatais kuulijoita, vaan me aidosti pyritään ratkaisemaan niitä keissejä tai auttamaan sitä tutkintaa. Plus tuoda siihen jonkun laajemman yhteiskunnallisen... näkökulman siihen, jolloin se vähän laajentaa keskustelua. Kyllä se aina tsekataan, että jos ei täyty sellainen yhteiskunnallinen ulottuvuus siinä, silloin etiikkapäällikkö kysyy, että no hei, miksi tämä pitää julkaista? Joka kerta ollaan päästy siihen tulokseen, että kyllä tässä on joku merkitys.” (Haastateltava 1)*

Haastateltavat kuvasivat, kuinka podcastin aiheita valitessa pyritään etsimään ”yhteiskunnallista näkökulmaa”, jonka avulla yleisölle tarjotut ainekset aiheen ajatteluun tai siitä keskusteluun vahvistuisivat. Tämä mukailee Deuzen ajatusta journalismista julkisena palveluna, jonka taustalla on ajatus siitä, että journalismin tarjoama informaatio

lisää kansalaisten toimintakykyä yhteiskunnassa. Zelizerin (2004, 30–32) kehyksistä perustelut rinnastuvat ajatukseen journalismista palveluna, joka edistää yhteistä hyvää.

Haastatteluissa journalistit nostivat esiin myös Deuzen kolmannen kulmakiven, autonomisuuden, korostaessaan että aiheen valintaa ja sisällön julkaisua koskeva harkinta tehdään toimituksissa yhdessä esimerkiksi etiikkapäällikön, tuottajan ja toimittajan kanssa. Samassa yhteydessä mainittiin myös suuren kuulijamäärän tavoittelu. Tämä sisältää oletuksen, että yhteiskunnallinen ja kaupallinen merkitys voisivat toteutua samanaikaisesti tai että ne eivät olisi ainakaan täysin ristiriidassa toistensa kanssa. Yhteiskunnallisesti tärkeiden aiheiden merkityssisältö jäi haastatteluissa hyvin epämääräiseksi, ja sitä määriteltiin lähinnä yksittäisten esimerkkien kautta. Yhteiskunnallista merkitystä oli esimerkiksi seksityön ongelmien esiin nostamisella. Yhteiskunnallista näkökulmaa kuvatessaan haastateltavat kuvasivat etenkin suhdettaan yleisöön ja markkinoihin.

> *”Oikeuttamista, perustelua tehdään tietysti itsekin, ja etiikkapäällikön kanssa yksityiskohtia. Kyllä se aluksi tehtiin selväksi heti, että me ei tehdä tätä niin kuin Suomessa yleensä tehdään. Että käännetään jotain jenkkimatskua ja kauhistellaan näitä sarjamurhaajajuttuja. Vaan että tehdään kuin Yleisradioyhtiössä pitää tehdä. On otettu semmoisia yhteiskunnallisia teemoja aina mukaan.” (Haastateltava 3)*

Haastateltavat kuvasivat true crime -podcastien tekijöiden autonomisuutta vahvaksi, jopa niin korostuneesti, että tehty sisältö saattoi alkuun olla ristiriidassa johdon toiveiden kanssa. Tässä vaiheessa luottamus toimittajien autonomiaan ei ollut horjumatonta, mutta haastateltavien mukaan epäilykset hälvenivät, kun kuulijaluvut selvisivät toimituksen johdolle julkaisun jälkeen. Haastateltavissa oli myös journalisteja, joiden ei omien sanojensa mukaan tarvinnut perustella sisältöään millekään toimituksen taholle, vaan tuotanto toimi omana, autonomisena linnakkeenaan toimituksessa. Haastatteluista ilmeni, että eettinen harkinta ei toimituksen käytännön työn tasolla ole yksinkertaista, eikä usein yksimielistäkään.

> *”Toimituksen johdolle selkeästi tuli vähän yllätyksenä, että se... Että se kuulostaa siltä, mitä minä ja sinä tiedetään, että miltä true crime -podcast kuulostaa. -- Niillä oli ehkä vähän nielemistä siinä, että anteeks, miten tää kuulostaa tältä. Ja sitten se, että... En tiiä oliko kyse luottamuksesta vai*

> *mistä, mutta kun niille sanottiin, että 'no hei, tältä ne kuulostaa, ja meillä on tässä nyt ihminen tekemässä, joka tietää, miltä niiden pitää kuulostaa, niin se on paljon parempi, että se saa määritellä sen, miltä ne kuulostaa'. -- Ja sitten tietenkin, kun lopulta kuulijoilta tuli tosi hyvää palautetta, niin sit hekin hoksas toki, että... He oli vähän ehkä väärässä näiden epäilystensä kanssa, että tää on se juttu nyt." (Haastateltava 4)*

> *"Lehdessä oli ollut podcastit ennen meitä, kuten [podcastin nimi]. Ja sit haluttiin tällainen true crime juttu sinne. Ja se tuli sieltä toimituksen puolelta. Ja tota, sit mä saan kyllä itse vapaasti päättää, että mitkä ne aiheet on ja mitä juttuja käsitellään. Että siihen ei enää kukaan sitten puuttunut." (Haastateltava 5)*

Haastateltavat arvioivat, että true crime -podcastien tuotannossa noudatetaan pitkälti samoja normeja kuin muussakin journalistisessa sisällössä. Tämän vuoksi haastateltavat kokivat, että toimittajat ovat erityisen harjaantuneita tunnistamaan rikosaiheisiin liittyviä eettisiä ongelmia ja suojaamaan esimerkiksi uhrien omaisia sisällön mahdollisilta vahingollisilta seurauksilta. Tämä toisintaa Deuzen (2005, 447) nimeämää eettisyyttä ammatti-ideologian yhtenä kulmakivenä. Tähän sisältyy ajatus siitä, että journalismin yhteydessä alan omat standardit ovat validimpia kuin muiden tahojen käsitykset eettisyydestä. Haastateltavat korostivat, että toimittajien rooli on erityisen tärkeä, koska muuten true crime -aiheiden käsittely jäisi harrastelijoille, joilta puuttuu työn edellyttämä eettinen harkintakyky:

> *"Se valitseva tilanne [podcastien alkuaikoina] oli Suomessa aika lailla sellainen, että meillä oli mediatalojen ulkopuolisia itsenäisiä toimijoita, jotka ei tehnyt minkäänlaista… Se ei ollut sinänsä journalistista lähestymistä, vaan enemmänkin erinäisten Wikipedia-artikkelien jonkinlaista referointia ja niiden lukemista. Eli käytännössä oli yksittäisiä tekijöitä, joilla ei välttämättä ollut mitään alan koulutusta tai mitään kosketusta alaan, jotka luki erilaisista rikostapauksista tai murhatapauksista netissä, ja sitten teki niistä jonkinlaisen tiivistelmän muille." (Haastateltava 1)*

Haastateltavien mukaan toimittajien kyky tuottaa eettisesti kestävää sisältöä perustuu näiden saamaan koulutukseen. Tämä argumentti oli hiukan yllättävä, koska toimittajien asenne koulutusta kohtaan on yleisesti ottaen valikoiva ja vaihteleva. Toisaalta koulutukseen perustuva rajanveto ammattilaisten ja ei-ammattilaisten välillä on keskeinen osa toimittajien metajournalistista diskurssia (Carlson 2016, 359–361). Erottelun yhtenä

tavoitteena on vahvistaa toimittajien episteemistä valtaa suhteessa siihen, mikä on journalismia ja mikä ei.

Viime vuosien kehitys viittaa siihen, että toimittajat ovat valmiimpia sallimaan uusia käytäntöjä ja toimintatapoja edellyttäen, että niiden omaksuminen on heidän omassa vallassaan. Vastaavasti ei-journalistien käsissä samat käytännöt vaikuttaisivat epäilyttävämmiltä. Keskeisimmät seuraukset ovat siinä, kuinka työ muokkaa ajatuksia ”sopivista” journalistisista toimijoista ja aiheista, ja se vaikuttaa ajatuksiin siitä, kuinka oikeutettuna toimintaa pidetään – Carlsonin (2016) ajatus on, että niin kauan kuin journalismin muutokset ovat toimittajien tekemiä, ne tuntuvat toimittajista hyväksyttäviltä.

Myös muusta journalistisesta sisällöstä tuttujen käytäntöjen siirtäminen podcastien tekemiseen nähtiin sisällön eettisyyttä suojaavana tekijänä.

> *”Mähän oon vanha rikostoimittaja ja MOTin toimittaja, niin ne menetelmät, mitä mä käytän, tulee sieltä maailmasta. Ja ne on joskus epätavallisia metodeja. Mutta tota... En mä nyt usko, että Yle ajaisi ulos niitä, jos ne olisi aivan moraalittomia.” (Haastateltava 3)*

Kun haastateltavat kuvasivat true crime -podcastien oikeutusta suhteessa journalismin tehtäviin ja normeihin, ei yhteyden perustelulle nähty varsinaisesti tarvetta. True crime -podcastit esitettiin suoraksi jatkumoksi tutkivalle journalismille, jolloin oikeutusta ei siten tarvinnut selittää sen kummemmin. True crime -podcastit olivat tutkivan journalismin tavoin keino kertoa yleisölle aiheista, joilla on yhteiskunnallista merkitystä. Tällöin true crime -podcastit aseteltiin Deuzen ja Zelizerin kehyksistä johtamani kolmesta ydinajatuksesta viimeiseen, eli journalismiin olennaisten asioiden tunnistajana ja niiden taitavana esittäjänä.

> *”Se meidän tapa tehdä true crimea [toimittajan nimi] kanssa... Niin, se on aika työläs. Se on hidasta, se on ihan puhdasta tutkivaa journalismia. Siinä todella jalkaudutaan ja käännetään kaikki maan kivet.” (Haastateltava 1)*

Haastaltevien puhetta voi tulkita myös ”journalismi lapsena” -metaforian kautta (ks. Zelizer 2004, 30-32). Sen valossa toimittajat kertoivat antavansa aikaa ja huomiota tekemilleen podcasteille. Podcastit edellyttävät lähes poikkeuksetta jonkintasoista

tarinankerrontaa, joten niitä hiotaan ja niille ”osoitetaan rakkautta”, kunnes tarina on valmis julkaistavaksi. Tämä näkökulma tarjoaa myös työkaluja podcastien oikeuttamiseen, sillä ”lapsen tulee saada kasvaa ja kehittyä”. Hidas ja huolellinen työtahti muistuttavat tapaa, jolla myös tutkivan journalismin jutut syntyvät.

Sellaiset podcastit, joissa äänessä on muitakin henkilöitä toimittajien lisäksi, hahmotettiin sisällöksi, jonka perustelut pitää harkita erityisen tarkasti. Tämänkaltainen tilanne voisi aiheuttaa ongelmia esimerkiksi tapauksessa, jossa podcastissa haastateltavat rikolliset voisivat käyttää podcastia hyväkseen tutkinnan tai mielikuvien sotkemiseksi.

> *”Poliisin pääepäilty sanoo sitten lopulta, että no kyllä se yksi juttu on sellainen, mitä hän haluaa sanoa. Se on hyvä esimerkki siitä, että siitä on leikattu todella paljon pois siitä haastattelupätkästä, koska siinä jouduttiin tarkastelemaan, että mitä me voidaan antaa sen ihmisen sanoa. Jotta varmistutaan siitä, että hän ei yritä jollain tavalla vapauttaa itseään siitä puhumalla sen jonkun toisen harteille. -- Että meidän pitää aina pystyä jotenkin tsekkaamaan ja sitten miettimään, että mitä nämä ihmiset tavoittelee. Miksi nämä ihmiset puhuu? Kuka tahansa, ketä me haastatellaan, niin tämmöiset pitää aina miettiä, että (…) miksi tämä ihminen antaa haastattelun?.” (Haastateltava 1)*

Tämänkaltaiset keinot rinnastettiin haastateltavien puheessa perinteisiin journalistisiin työtapoihin ja ne ilmensivät Deuzen (2005) nimeämiä tasapuolisuuden ja autonomisuuden ihanteita. True crime -podcastien kontekstissa journalismin konventiot sen merkitsemisestä, kuka sanoo ja mitä, on kuitenkin viety askeleen pidemmälle. Tekstimuotoisessa journalismissa puhujan intressejä ei usein arvioida läpinäkyvästi, eivätkä vakiintuneet ammattikäytännöt sitä välttämättä edellytä. Yllä esitetty pohdinta viittaa siihen, että asiaan kiinnitetään true crime -podcasteissa enemmän huomiota ja että puhujan intressien läpivalaisua pidetään tärkeänä.

Tutkivaan journalismiin rinnastettavien podcastien ja muun sisällön tarkempaa erottelua kaipasi kolme viidestä haastateltavasta. Pohdinnan taustalla oli tapauksia, joissa yksityisyydensuojan suojaamiseksi ja kunnianloukkaussyytteiden estämiseksi oli joidenkin podcastien tuotannossa hyödynnetty jopa lakimiehien apua. Eräs haastateltava taas

kertoi, että osa podcastien tekijöistä oli halunnut rajata kotimaiset rikostapaukset ulos sisällöstänsä uhrien omaisten suojelemiseksi.

Journalismin käytäntöjen soveltamiseen ja hyödyntämiseen sekä uuden innovointiin liittyy keskeisesti uuden oppimisen taito, jonka avulla toimittajat voivat siirtyä myös yhdestä välineestä toiseen, kuten sanomalehdestä televisioon tai verkkoon. Siirtymä ei podcastien alalla ole sujunut saumatta: keväällä 2024 Julkisen sanan neuvosto antoi ensimmäisen true crime -podcasteja koskevan langettavan päätöksen. Päätös koski virheellisten tietojen riittävää oikaisua, ja se annettiin Ylen Jari Aarniota käsitelleelle *Ovi alamaailmaan* -podcastille. Langettava päätös nousi esiin kolmessa viidestä haastattelusta. JSN:n päätöksestä käy ilmi, että ohjelmassa väitettiin, ettei podcastissa haastateltua henkilöä ollut tuomittu rikoksesta, ja JSN piti mainintaa olennaisena asiavirheenä (JSN 2024). Yle muokkasi myöhemmin esittelytekstiä muotoon ”henkilöä ei ole tuomittu mistään rikoksista Jari Aarniota koskeviin oikeudenkäynteihin liittyen”, mutta JSN ei katsonut korjausta riittäväksi, sillä väitettä toistettiin podcastissa muuttumattomana, jolloin Ylen todettiin rikkoneen Journalistin ohjeiden 20. pykälää.

JSN:lle tehdyssä kantelussa oli mainittu kuusi olennaista asiavirhettä, ja JSN päätyi ensimmäistä kertaa ottamaan kantaa true crime -genren ominaispiirteisiin. JSN linjasi, että haastateltujen tulkinnat ja spekulaatio olivat lajityypille ominaisesti tunnistettavissa, ja että ”kuulijoille annettiin avaimet ymmärtää, että kaikki ohjelmassa kerrottu ei ollut välttämättä totta”. Langettavasta päätöksestä kertovassa uutisessa Yle kuvaa linjausta ensimmäiseksi kerraksi, kun JSN päätyi pohtimaan, ”oliko yleisöllä riittävästi työkaluja erottaa tosiasiat mielipiteistä ja sepitteellisestä aineistosta” (Yle 2024). Ylellä työskentelevät haastateltavat kertoivat päätöksen näkyneen jälkeenpäin podcastien tuotannossa.

> *”Lakiosasto on määritellyt, että true crime mahdollistaa enempi spekulaatiota... että ensinnäkin sille sallitaan näkökulma, ja sitten, että se totuudellisuus tulee laajemmassa näkökulmassa ja useammissa ohjelmissa, ei välttämättä yhdessä jaksossa. Mutta totta kai se määritelmä on haluttu, nyt kun tuli tää langettava, niin on haluttu vähän varmistaa selustaa.” (Haastateltava 3)*

Reaktiona JSN:n langettavaan päätökseen Yleisradion lakiosasto on siis pyrkinyt luomaan Ylen tekemälle true crime -sisällölle raamit, joiden puitteissa true crime -sisältö voi sisältää muuta journalistista sisältöä enemmän spekulaatiota. Lisäksi rikoksen totuudenmukaisen käsittelyn vaatimukseen riittää se, että ”objektiivinen ja täsmällinen kokonaiskuva” voi muodostua vasta kokonaisen tuotantokauden jälkeen, ei yksittäisissä jaksoissa. Huomionarvoista on, että linjan väljyys on ongelmallinen, jos kuuntelija lopettaa podcastin seuraamisen kesken tuotantokauden.

True crime -podcastien teko koettiin ammatillisesti mielekkääksi, vaikka haastateltavat eivät suoraan osanneet nimetä, mitä erityistä podcastit tuovat journalismiin. True crime -podcastien tekijöiden metajournalistisessa diskurssissa tutut periaatteet tai tavoitteet järjestyivät hiukan eri tavoin – ja ehkä ristiriitaisemmin – kuin rivitoimittajalla. Vaikka podcastien merkityksellisyyttä perusteltiin monenlaisilla syillä, erityisen tärkeää oli silti se, mitä podcastit merkitsivät tekijöille itselleen.

> *”Edellisessä toimituksessa olin kuutisen vuotta. Kun sieltä lähdin, sain evästyksiä, että Suomesta puuttuu... No ne sano vähän hienosti, että älykästä rikosjournalismia. Mä en tiedä edes, mitä se on [naurahdus]. Siis kai ne tarkoitti sellaista, että on muitakin puolia, kun vaan kerrotaan, mitä on tapahtunut. -- Jotenkin musta tuntuu... Että mä oon, vaikka oon pitkään tehnyt tätä, niin oon nyt vasta elementissäni. -- Mua ei haittaa ollenkaan vaikka Ilta-Sanomat, Iltalehti, Helsingin Sanomat jatkaisi sitä, mitä mä oon tehnyt [podcastissa]. Kyllähän tässä kuitenkin yhteiskunnallisella asialla ollaan kaikki, myös kaupallisella puolella. -- Totuuteenhan tässä pyritään ja koitetaan kaikki keinot käyttää siihen, että päästäisiin niin lähelle totuutta kuin mahdollista.” (Haastateltava 3)*

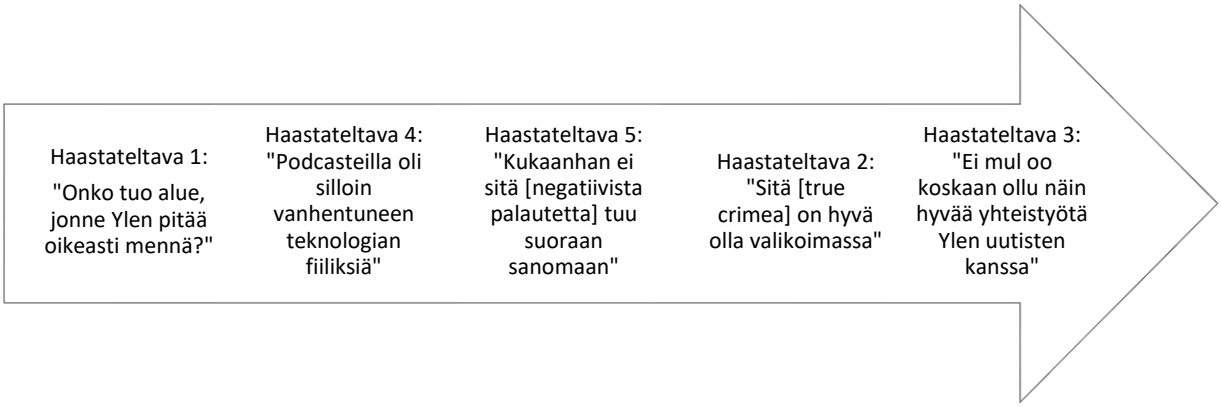
6.2 Podcastien asema toimitusten sisällä

Podcastien vasta rantautuessa toimituksiin oli kyseessä tietynlainen outolintu. Osa kollegoista ajatteli kyseisen teknologian olevan jo vanhentunutta, toiset eivät tienneet, mistä on kyse.

> *”Toimituksessa podcastit oli liian outoja, että ei siitä ymmärretty, mikä se sellainen on. -- Nyt puhutaan vuodesta 2015 tai 2016, niin podcastilla oli silloin vanhentuneen teknologian fiiliksiä. -- Silloin ihmiset muisteli, että podcast oli jotain, mitä yritettiin vuonna 2004. Ja että se ei oikein toiminut. Eli siinä oli vähän semmoinen ’aijaa, sä oot ruvennut harrastamaan*

vinyylejä -klangi'. Ja mun päässä se liittyi enemmän someen, redditiin, tehokkuuteen. Semmoiseen, että ei vaan jaksa lukea, niin paljon näppärämpää saada nämä jutut heti, että joku vaan puhuu ne mulle... Totta kai koska ollaan tällainen vanha media, niin eihän meillä ole tämmöistä ajattelua kovin paljon, tai ainakaan silloin ollut. Eli toimituksesta vastaanotto oli joko semmoinen, että ei ne oikein ymmärtänyt, mistä siinä on kyse. Tai sitten sellainen, että no aika puuhastelua." (Haastateltava 4)

True crime -podcastien kokeilun vaiheessa kaksi haastateltavasta kertoi kohdanneensa kollegoiltansa epäluuloa tai sisältönsä kyseenalaistamista. Kolme muuta kuvailivat suhtautumista joko neutraaliksi tai välinpitämättömäksi, mikä saatettiin tulkita positiivisuudeksi. Alla olevaan grafiikkaan vastaukset on jaoteltu janalle negatiivisimmasta positiivisimpaan vastaajien mukaan.



Ylellä työskentelevä haastateltava kuvaili toimituksen kollegoiden suhtautuneen uuteen true crime -sisältöön alussa epäuskoiseksi. Hän selitti, että monella kollegalla oli tietynlainen mielikuva true crime -sisällön ominaispiirteistä: sisältö on viihteellistä, spekulatiivista, yksityiskohdilla mässäilevää ja eettisesti arveluttavaa. Näiden piirteiden ristiriita perinteisen mediatahon periaatteiden kanssa herätti kysymyksiä.

"Me lähdettiin siitä, että miten Yleisradio, jos lähdetään tekemään true crime-sisältöä, niin miten niitä pitäisi tehdä. Ja siinä totta kai lähtökohtaisesti oli selvää, että sen pitää olla oikeasti journalismia, sen pitää olla tutkivaa journalismia. Me ei voida lähteä sepittämään mitään. Sitä pitää tehdä yhteistyössä sekä uhrien omaisten että viranomaisten kanssa. Ja kaikki semmoinen tälle genrelle ominainen spekulaatio ja värikynä, sen kanssa pitää olla todella varuillaan. Ja sen takia vastaanotto ylipäätään täällä aluksi oli hyvin epäilevä. Siis silleen, että 'onko tuo alue, jonne Ylen oikeasti pitäisi mennä?'." (Haastateltava 1)

Siinä vaiheessa, kun yleisömääristä tai yleisön reaktioista ei ollut vielä dataa tai muuta tietoa, jäi uudenlaisen sisällön eteenpäin vieminen ja sen aseman vakiinnuttaminen yksittäisten tekijöiden harteille, usein ilman kannustusta.

> *”Toimituksen johto sitten ei hirveästi ottanut kantaa. Nämä on tämmöisiä muistikuvia, mitä jää, ja nämä ei ole ehkä niin vakavia... Tämä on nyt vähän liioittelevaa [naurahdus]. Mutta edelleen mun mielestä, toimituksen johto sanoi silloin kaksi asiaa. Että toivottavasti ne sun podcastin kahdeksan kuulijaa tykkää siitä. Ja sitten, että sun pitää lopettaa toi podcastin tekeminen. En mä usko, että esimerkiksi kukaan meidän johtoryhmän ihmisistä on kuunnellut mitään noista. Mikä on toisaalta sekä hyvä asia että huono asia. -- Toimitusten johdot on tietenkin hirveen kiireisiä, ja eihän ne normaalia lehtijuttuakaan muutamaa sekuntia kauempaa lue. -- Ei niiltä irtoa sitten neljää tuntia syventyä johonkin murhan selvittämiseen Norjassa. Ja kyl mä sen ymmärrän.” (Haastateltava 4)*

Välinpitämätön suhtautuminen syntyi haastateltavan silmin siitä, että muu toimitus harvoin kuunteli tai ainakaan antoi palautetta tehdyistä podcast-sisällöistä. Kollegojen hiljaisuutta tulkittiin myös siinä valossa, että vaikka jollain olisi ollutkin negatiivisia mielipiteitä asiasta, niitä ei haluttu sanoa ääneen.

> *”Niin sieltä [kollegoiden] päästä ei ainakaan tullut mitään negaatiota. Kukaanhan ei sitä [negatiivista palautetta] tuu suoraan sanomaankaan... Mutta tosiaankin on neljäs kausi tehty jo sitä [podcastin nimi] Iltalehteen. Ja A-lehteen on tehty kaks kautta sellaista [podcastin nimi]. Niin ilmeisesti… En tiedä mitä muut toimittajat on ollut mieltä, mutta toimituksen johto on ollut varmaan sitä mieltä, että niitä on ollut järkevää tehdä.” (Haastateltava 5)*

Useampi haastateltava pohti tilan antamisen ja sen, etteivät johto tai kollegat puuttuneet sisältöön, voivan olla samalla osoitus luottamuksesta. Toisaalta voisi ajatella suhteellisen suuren itsenäisyyden kertovan siitä, että true crime -podcastien vakiintuminen osaksi toimitusten arkea on yhä kesken, eikä niiden sisällön kanssa käydä läpi samanlaista toimituksellista harkintaa kuin mediatalon muun sisällön kanssa.

> *”Ei kukaan ole puuttunut siihen sisältöön missään vaiheessa. -- Se on enemmän se kontrolli meillä itsellämme. Ja me käydään debattia siitä, että mitä tehdään ja miksi tehdään. -- Ei kukaan muu puutu. Kukaan ei tiedä edes niistä sisällöistä valmiiksi, koska niillä ei ole mitään sellaista*

argumenttia, me kuitenkin ehkä tällä kokemuksella tiedetään, miten me puhutaan jostain jutusta." (Haastateltava 5)

Vastauksista käy ilmi, kuinka toimitustyössä on jäänyt tilaa kokeilulle, joissa muiden kollegoiden ei tarvitse itse olla mukana, ja joista heidän ei siten tarvitse välittää. Tilan jättäminen muille voidaan myöhemmin palkita siten, että itselle avautuu tilaisuus tehdä jotain omasta mielestä merkityksellistä. True crime -podcasteja tekevien toimittajien vapautta voisikin tulkita myös siten, että kerronnallisen journalismin tekijät ovat toimituksen sisäisessä hierarkiassa korkealla ja tietynlaisessa erityisasemassa.

Yllättävästä seurauksesta true crime -podcastien tuotannon alkamisen jälkeen kertoi Ylellä työskentelevä haastateltava. Hänelle podcast oli ollut väylä jopa vahvistamaan yhteistyötä organisaation valikoidusti muiden osastojen kanssa.

"Ai niin miten suhtaudutaan? Yllättävän hyvin on suhtauduttu. Että miten talon sisällä... Ei mulla oo koskaan ollut näin hyvää yhteistyötä Ylen uutisten kanssa. Siihen tietysti henkilöt vaikuttaa, kun on tullut sellaisia rikostoimittajia Ylelle, jotka diggaa tätä mitä mä teen. Että eihän edelleenkään ne... Välttämättä ne vanhat uutistoimittajat ois huomioinu sen kummemmin näitä. Että se on joskus, vaikkei saisi, niin henkilökysymyskin." (Haastateltava 3)

Kolme viidestä haastateltavasta kertoi, että aloite oman mediatalon ensimmäiseen true crime -podcastiin tuli toimituksen johdolta: uudenlaista sisältöä pohdittiin ensin yhdessä jonkun esihenkilön kanssa, jonka jälkeen sen kehittelytyö siirrettiin nopeasti yksittäisten tekijöiden vastuulle.

"Arvioin, että se [aloitus] meni sellaisen yleisen podikentän tarkkailun kautta. Eli on huomattu, että tämä on hyvin yleisöön menevää genreä, jolloin sitä olisi syytä olla myös meillä." (Haastateltava 2)

"Toki se lähti siis siitä, että rikostoimittaja [nimi] vapautui aiemmasta työtehtävästään. Ja sitten ruvettiin miettimään sitä, että hänen ammattiosaamistaan voisi ehkä hyödyntää tällaisessa. Mut otettiin siihen sitten mukaan miettimään sitä, että no mitä me sitten tehdään." (Haastateltava 1)

Podcastien aloittamista harkittiin toimituksissa kollektiivisesti sekä tarvittaessa etiikkaihmisten ja jopa juristien kanssa. Keskeisenä ohjenuorana olivat Journalistin ohjeet.

Vaikka aloite true crime -podcastien tuotannon aloittamisesta oli ollut osittain toimituksen johdon harteilla, yksittäisten toimittajien merkitystä pidettiin haastatteluissa ratkaisevana. Kun päätös podcastien tuottamisesta oli tehty, käytännön ratkaisuissa luotettiin toimittajien autonomiaan ja ammattitaitoon. Tässä kohtaa podcastien oikeutuksesta oltiin yksimielisiä.

Haastateltavista yhdenkään ei ollut tarvinnut perustella toimituksen johdolle tai oman tiimin esihenkilöille varsinaisesti sitä, miksi tiettyä tapausta tai aihetta halutaan käsitellä. Sen sijaan juttujen yksityiskohtia saatettiin toimituksissa hioa tarkasti.

> ”*Meillä on tavallaan tuoteomistaja, eli sisältöpäällikkö, jolla ne tuotteet ja ne podit on… [Hän] on vastuussa siitä sisällöstä, mitä julkaistaan. -- Itse käyn aina näiden ja kaikkien muidenkin sarjojen kanssa aina siinä alkuvaiheessa niin sanotun periaatekeskustelun. Eli kerron, että olemme [yhtiön nimi], joka on sitoutunut journalistin ohjeisiin. Ja ne pätevät myös audiomuotoiseen journalismiin. Ja sitten tietysti viihteellisessä sisällössä ne säännöt on hieman väljemmät, mutta silti pätevät. Ja tästä mä oon itse hyvinkin tarkka. Ja niin on myös sisältöjen tekijät.” (Haastateltava 2)*

Sitaatti osoittaa, kuinka podcasteja arvioidaan journalistisesti; ensiksi, niiden tuotannossa kunnioitetaan toimittajien autonomiaa ja heidän ammattitaitoaan. Toiseksi, tuotannon aloittamisesta keskustellaan periaatteellisesti Journalistin ohjeiden pohjalta. Se, että viihteellisessä sisällössä säännöt ovat väljemmät, herättää hiukan kysymyksiä. Huomionarvoista on, että näistä asioista keskustellaan ammattinormien kontekstissa journalismin eettisyyttä vartioivan esihenkilön – etiikkapäällikön tai tuoteomistajan – kanssa.

Tekijän oma kiinnostus, aiempi kokemus tai tausta rikostoimittajana olivat ratkaisevia tekijöitä true crime -podcastien parissa työskentelylle. Yksikään haastateltava ei tuonut esille tilannetta, joissa heitä olisi erikseen pyydetty podcastin tekoon. Tällä tavoin voi olettaa, että true crime -podcasteja tekemään on päätynyt pieni ja valikoitu joukko kaikista suomalaisista toimittajista.

> *”Mä siirryin audiopuolelle. Ja kyllä mä mietin kaikenlaista muutakin… En mä tiedä, ehkä tää aihealue valitsi minut, tai minä sen [naurahdus]. Kyllä se lähti mun rikos[toimittaja]historiasta, että tästä aiheesta alettiin*

> *tekemään. -- Tämähän on, tää aihealue, mulle elinkautinen. Jos se on keskimäärin 13 vuotta. Että tässähän tulee kohta 30 vuotta tätä aihealuetta tehtyä [naurahdus].” (Haastateltava 3)*
>
> *”Heti kun jäin pois edellisistä hommista, olin [lehden nimi] tutkivan journalismin koulutuksessa, ja tein siellä tosi paljon [rikosjournalismin] juttuja. Siellä tehtiin ensimmäinen rikospodcast. Ja eilen tehtiin [saman podcastin] neljännen kauden toiseksi viimeiset nauhoitukset. Se on jatkanut siellä isossa mediatalossa elämäänsä. ” (Haastateltava 5)*

Yksi tuottajista kertoi erään tekemänsä true crime -podcastin syntyneen niin, että hän itse huomasi talon ulkopuolisen tekijän julkaiseman työn, ja houkutteli hänet audion pariin:

> *”Mä bongasin tämän lahjakkaan toimittajan, joka oli tän kirjan julkaissut. Ja luin kirjan ja jäin miettimään, että yleensä kirjailijoilla jää aina jotain käyttämättä. Että tässä varmasti on tosi paljon kiinnostavia tarinoita, mitä vielä kannattaisi tuoda esiin.” (Haastateltava 2)*

Työtausta, joiden pohjalta true crime -podcastien pariin lähdettiin, vaihteli valtavasti. Median hybridi luonne tuli vahvasti esiin erään haastateltavan taustassa. Hän kertoi työskennelleensä aiemmin TV:n parissa rikostoimittajana, ja näkevänsä uudenlaisen, kehittyneen audion tuottamisen luonnollisena ammatillisena jatkeena. Perinteiset mediatahot toimivat nykyään lukuisilla digitaalisilla alustoilla, ja sisältöjä sekä myös henkilökohtaista mainetta keränneitä bränditoimittajia kierrätetään alustalta toiselle. Toisten toimittajien kerrottiin tulleen sisällön pariin pystymetsästä:

> *”Esimerkiksi [podcastin nimi] on sellainen, jota mä teen [toimittajan nimi] kanssa. -- Ja hänhän hyppäsi ihan syvään päätyyn. Hän on sitä ikäluokkaa, ettei oo kuunnellut yhtäkään podcastia ennen kuin alettiin tekemään niitä”. (Haastateltava 5)*

Ylellä työskentelevä haastateltava kertoi, että hänen tekemäänsä true crime -podcastia valmisteltiin vuosi useiden eri esihenkilöiden kanssa. Myös Ylen oma audiokehitysyksikkö, joka vastaa podcastien tuotannosta, nousi haastatteluissa esiin. Aineistossa edustettuna olleissa Helsingin Sanomissa ja Iltalehdellä taas ei haastattelujen tekohetkellä ollut omia, erillisiä podcast-toimituksiaan. Helsingin Sanomilla tämän tunnistettiin

aiheuttaneen toimituksen sisäistä hämmennystä. Asiaan oli tulossa muutos juuri haastattelujen tekohetkellä:

> *”Noin puolen vuoden ajan mä oon ollut päätoimisesti tämmöisessä erityisprojektissa, jonka tehtävänä on perustaa Helsingin Sanomiin podcast-toimitusta. -- Ihan koko Sanoman laajuisesti, Hesarille on langetettu merkittävä rooli audiosisältöjen tuottajana. Mä oletan, että kiinnostus kasvaa myös talon sisällä. -- Jonkun verran mä luulen, että ihmetystä ja ristiriitaa nykyään aiheuttaa se, että… edelleenkään Hesarilla ei ole mitään podcast-toimitusta. Ei ole mitään ihmistä, joka vastaa podcasteista.” (Haastateltava 4)*

Kun haastateltavat kuvasivat toimitusten sisäisiä suhteita, vastauksista erottui vahva luottamus yleisöanalytiikkaan ja yleisöpalautteeseen tapana oikeuttaa podcasteja. Ajattelu oli sisäistettyä, jopa intohimoista. Kaupallisia syitä ja yleisön kiinnostusta podcastien oikeuttajana korostavat perustelut olivat havaittavissa haastateltavien mainintoina yleisömääristä ja mediatalon johdon tyytyväisyydestä sisällön saavuttamiin lukuihin. Haastateltavat nostivat myös itse sisällön perusteluksi true crime -sisällön suosion, jonka todisteeksi he mainitsivat, kuinka paljon true crime -sisältö on ylipäänsä lisääntynyt. Tärkeää haastateltaville kaupallisista perusteista puhuttaessa olivat etenkin toimittajien suhde yleisöön ja markkinoihin.

Kaupallisiin syihin ja yleisön kiinnostukseen nojaavissa perusteluissa haastateltavien puheissa toistuivat sanat ja käsitteet kuten ”luvut” ”hitti” ”tarjotaan mitä toivotaan” ”yleisösuhde ”data” ”viihtyminen” ”kuluttajia on paljon” ”tärkeä kanava [yleisön tavoittamiseen]” ”tavoitteellista tekemistä” ”hyvää palautetta” ”ihmisillehän me tätä tehdään” ja ”mediatalojen murros”. Mainitut oikeuttamisen keinot eivät ole yhteydessä eettisiin ohjenuoriin, joihin haastateltavat itse vetosivat aiemmin haastatteluissa. Metajournalistisessa diskurssissa korostuvat yleisösuhde ja teknologia välineenä, jolla voidaan seurata ihmisten käyttäytymistä verkossa ja tehdä päätelmiä sisällön kiinnostavuudesta. Kuten luvussa 2.3 esitin, yleisöanalytiikan hyödyntäminen voi altistaa toimitukset tekemään puutteellisia tai vaillinaisia päätelmiä sisällön kiinnostavuudesta, antaen sen ohjata tekemistä omiin tulkintoihin pohjaten.

> *”[Palautetta] saadaan tietysti datan kautta. Nähdään, että... Se mitä ihmiset kuuntelee, niin [siitä he] todennäköisesti myös pitää. -- Silloin koetaan, että olemme tarjonneet yleisölle sitä, mitä he toivovat. Ja kaupallisessa ympäristössä tämä on semmoinen luonnollinen fakta, mikä otetaan aina huomioon.” (Haastateltava 2)*

Sitaatissa esitetyt vakuuttelevan sanat ”tietysti” ja ”luonnollinen fakta” ilmentävät, että nämä asiat otetaan annettuina. Ne siis vaikuttavat oikeuttamisen perusteina vahvemmilta kuin ne, joihin halutaan uskoa, joihin pyritään tai joita täytyy erikseen perustella. Yleisöanalytiikkaa perusteltiin yllä olevassa sitaatissa taloudellisilla syillä. Siinä missä moni aiemmin alaluvussa 6.1. esitetyistä yhteiskunnallisia syitä korostavista perusteluista puolsi true crime -podcastien näkemistä journalismina, tässä journalismin ja minkä tahansa kulutukseen tarjottavan tuotteen välillä ei ole eroa. Tärkeää on vain tarjota yleisölle, mitä se haluaa.

Yleisömäärien kasvu on vaikuttanut myös kollegoiden suhtautumiseen. Yksi haastateltava toivoi, että medioiden tulisi seurata enemmänkin numeroita ja yleisön kiinnostusta sisältöänsä suunnitellessa. Tähän sisältyy ajatus siitä, että mediataloja vaivanneeseen vaikeuteen ymmärtää yleisöään olisi viimeinkin löytynyt ratkaisu. Ongelmana on vain, että toimitusten käytössä olevia välineitä ei malteta hyödyntää.

> *”Voi olla, että mediataloilla on vaikea välillä ymmärtää yleisöä. Sitten mennään niin nopeasti eteenpäin, että ei ehkä hoksata, että okei, että se yleisö siellä... Sitä pitää seurata, että kun mielenkiinto on jossain asiassa, niin tarjoa sille sitten sitä.” (Haastateltava 2)*

Tämänkaltainen ajattelu konkretisoi, kuinka toimittajia arveluttaa journalismin kaupallistuminen, mutta analytiikan tuottamat positiiviset tulokset painavat huolta enemmän. Taloudellisten ja eettisten periaatteiden välillä ei siis näyttäisi olevan ongelmaa. Tätä voi selittää se, että sekä eettisissä että kaupallisissa perusteluissa puhutaan yleisöstä. Se, että journalismin tai median suhde yleisöön rakentuu markkinoilla ja eettisten periaatteiden tasolla, jäi haastateltavilta huomaamatta, tai ainakin tarkemmin käsittelemättä.

Median murroksesta haastatteluissa nostettiin esiin muun muassa kännyköillä tehtävien videoiden ja sosiaalisen median kanavien saapuminen toimituksiin. Hybridimedian alustojen konvergenssi korostui haastateltavien vedotessa true crime -podcastien

kaupallisiin perusteluihin heidän kertoessaan, kuinka toimitukset yrittävät pysyä mukana nykyajassa.

> *”Kyllä varsinkin tää nuorempi toimittajaporukka ymmärtää sen, että pitää tehdä jotenkin muuten, se pelkkä printti ei enää vedä. -- Se on jo pelkästään tässä viimeisen kahden vuoden aikana lisääntynyt joka mediatalossa, tää tietynlainen kännykällä tehtävät videot Instoihin ja muihin. Isot ja perinteiset mediatalotkin on ymmärtänyt sen, että on se sitten Maikkaria tai Hesaria, niin kaikilta tulee nykyään sellaisia lyhyitä analyysejä. Onko ne sitten podcasteja vai onko ne vaan videouutisia, mutta kuitenkin tää videon ja audion mukaan tuleminen on ihan selkeetä” (Haastateltava 5)*

Sitaatissa true crime -podcastien oikeutukseksi nostetaan mediakilpailu ja muilta kopioiminen. Haastateltava näkee eri alustat neutraaleina paikkoina, joiden valtaamista pidetään luonnollisena. Sitaatissa mainittu ”vetäminen” tarkoittaa data-analyysissa jutun käyttäjämäärässä mitattavaa nopeaa nousua. Nykyajassa juttujen ”vetovoimaa” ja merkitystä käyttäjille voidaan arvailla yleisöanalytiikan antamien lukujen avulla, ja journalismia pyritään kehittämään analytiikan vihjeiden pohjalta. Tavoitteena on kehittää reseptejä sille, miten jutut saadaan vetämään. Se on konkreettinen esimerkki siitä, kuinka teknologia on muuttanut metajournalistista diskurssia siitä, millaista journalismia tulisi tehdä ja mitä sillä tavoitellaan.

Haastatteluissa toimittajat pitivät selvänä, että true crime -sisältö on rikosjournalismia viihteellisempää. Tätä ei nähty ongelmana eikä sitä problematisoitu. Tätä voi tulkita niin, että koska kaikki muukin journalismi on viihteellistynyt, true crime -podcastien viihteellisyydestä ei ole erityistä syytä huolestua. Tätä näkemystä tukivat haastateltujen havainnot siitä, että true crime -podcastien alkutaipaleella kohtaamat ennakkoluulot olivat hälvenneet toimituksissa sitä mukaan, kun niiden menestys voitiin todeta konkreettisina lukuina.

Vaikka haastateltavat olivat keskenään samaa mieltä siitä, että true crime on rikosjournalismia viihteellisempää, heidän piti osoittaa kollegoilleen, että podcastit eivät anna periksi viihteellisyydelle. Kun podcasteja suunnitteltaessa puhuttiin toimituksessa siten, että ”true crimea tehdään Ylen tapaan”, kollegoiden suhtautuminen oli

haastateltavan mukaan varovaisen odottava ja muuttui lopulta yleisömäärien ansiosta kunnioittavaksi ja innostuneeksi.

> ”*Nyt kun me ollaan aika monta kautta tehty ja ollaan pystytty osoittamaan se, että ollaan pysytty meidän lupauksissa, mitä alun perin annettiin... Ja se toimii, että kuulijat haluaa kuluttaa myös selkeästi tuollaista journalistisesti ikään kuin kunnianhimoisempaa true crime -sisältöä. Niin me ollaan vähän eri tilanteessa. -- Vallitseva tilanne on tosi hyvä. Se [podcastin nimi] on koko Ylen mittakaavassa tosi merkittävä tuote, siis nyt jos puhutaan yleisömääristä. Ja siitä yleisörakenteesta, mitä tietysti täällä tarkastellaan, niin kuin jokaisessa mediatalossa... Niin se tavoittaa paljon ihmisiä ja se tavoittaa sellaisia ihmisiä, mitä kaikki mediatalot haluaa tavoittaa. Ja sen takia se suhtautuminen siihen on [Ylen sisällä] hyvin kunnioittavaa ja arvostavaa.” (Haastateltava 1)*

Yleisömääriin vetoavissa vastauksissa haastateltavat korostivat oman mediansa etua yleisen edun kustannuksella – siis ajatusta siitä, että saavutetun yleisön määrä on jo itsessään riittävä peruste sisällön tuotannolle.

Neljä viidestä haastateltavasta korosti, kuinka yleisön suunnalta podcastien sisältöjä tai niiden oikeutusta ei ollut juuri lainkaan kyseenalaistettu. Jokainen haastateltava kertoi yleisön reaktioiden uuteen sisältöön olleen lähes poikkeuksetta positiivisia. Kritiikki, jota tekijät olivat saaneet, koski lähinnä julkaisutahtia tai esimerkiksi mielipide-eroja siitä, kuinka jokin rikollinen tai rikostapaus esitettiin. Sitä, ettei sisällön tekoa ole yleisölle juuri tarvinnut perustella, kiiteltiin haastatteluissa. Vähäinen kritiikki nähtiin myös merkkinä siitä, että sisältö on ollut onnistunutta.

> *”Yleisölle ei ole tarvinnut koskaan selittää. Ja siitä mä oon tosi iloinen, että me ollaan onnistuttu toteuttamaan niitä sisältöjä niin, että siitä jollain tavalla paistaa läpi sellainen kunnioitus ihmisiä kohtaan.” (Haastaeltava 1)*

> *Jonkun mielestä [Ilpo] Larha oli suunnitellut pakonsa paremmin, kun minä sanoin, että ei se ole suunnitellut sitä juuri ollenkaan [naurahdus]. Kaikkia tällaisia true crime -harrastajia on paljon, jotka antaa sitä palautetta. Mutta muuten se [palaute] on ollut ihan älyttömän positiivista. (Haastateltava 5)*

Loogisesti ajateltuna tällä perusteella joukkoviestintäkauden journalismi olisi ollut parempaa kuin nykyään: kun helppoja palautekanavia ei ollut, ei palautettakaan tullut. Samaan aikaan yleisö oli tuolloin – ja on yhä - todellisuudessa etäällä toimituksista, ja palautteen antamiselle on monenlaisia rakenteellisia ja kulttuurisia esteitä. Riippumatta siitä, tuleeko yleisöpalautetta määrällisesti paljon tai vähän, toimitusten käsitykset yleisöstä perustuvat näiden tekemiin laajempiin yleistyksiin.

Podcast on mediamuotona poikkeuksellinen siinä mielessä, ettei julkaistun sisällön pariin päädy helposti ”vahingossa”. Tämä podcastin ominaispiirre nähtiin suojaavana tekijänä ja selityksenä sille, miksi sisällön kohtaama kritiikki on vähäistä.

> *”Ihminen, joka on tullut kuuntelemaan sen podcastin, on nimenomaan tullut kuuntelemaan sitä sisältöä, ja se kuuntelee sitä yksin ja tarkoituksella. Jolloin voidaan olettaa paljon laajemmin, että ihminen on tehnyt tietoisen valinnan, mitä hän tässä nyt haluaa kuulla. Ja että hän on tullut kuuntelemaan murha-podcastia, niin varmaan siinä puhutaan murhista. -- Miten sitä [podcastia] kuvailisi, että nykyaikainen, yksinkulutettava, henkilökohtainen media.” (Haastateltava 4)*

Sisällön vaikutusta toisaalta yleisöön, toisaalta sen tekijöihin oli myös mietitty toimituksissa. Nämä pohdinnat päätyivät siihen, että sisällön kokeminen haitalliseksi ei johtunut itse sisällöstä vaan siitä, että kuulija olisi loukkaantunut jonkun toisen puolesta.

> ”*Voisin vaan sanoa ihmisille, että ehkä ei olisi syytä sillä lailla uhriutua muiden ihmisten puolesta. Tiedätkö… Että tämä, niin kuin sanoin aikaisemmin, että tätä tehdään ihan todella käsi kädessä aina omaisten kanssa. Ja kukaan siellä niistä ihmisistä ei ole valittanut siitä.” (Haastateltava 1)*

Sitaateissa yleisöön suhtauduttiin ikään kuin aiheen ulkopuolisena asiana, jonka kohdalla sille aiheutetun psykologisen haitankin voi ohittaa ikään kuin olan kohautuksella. True crime -aiheet nähtiin sisältönä, joihin vain sisällön tuottajilla ja sen tuottamiseen osallistuneilla asianosaisilla olisi sanavaltaa. Haastateltava tarkasteli asiaa juridisena kysymyksenä, jolloin julkisuuden ajateltiin toimivan samoin periaattein kuin oikeusistuin. Journalismissa tilanne on toisenlainen, koska juttujen ideana on tuottaa yhteisiä merkityksiä (eli kertoa asioista, jotka kaikki tuntevat) ja tuottaa yleistä mielipidettä (eli

millaisia poliittisia päätelmiä tai päätöksiä asiasta pitäisi tehdä). Kun asioista tulee julkisia, ne koskevat tavallaan kaikkia.

Samalla kun kuulijamäärä saatettiin esittää perusteena omalle sisällöntuotannolle, perinteisen median myyminen samoilla aiheilla saatettiin esittää ongelmana. Haastateltava nostaa seuraavassa sitaatissa tämän ristiriidan ratkaisijaksi yhteydenpidon uhrin omaisiin, joka kytkeytyy tutkivan journalismin käytäntöihin, ja samalla luvussa 4 muodostamaani true crime -podcastien jatkumoon narratiivisten ja keskustelevien podcastien välillä.

> *”Aina kun me aloitetaan uusi kausi ja ruvetaan tutkimaan aihetta, me ollaan ensimmäisenä aina yhteydessä uhrien omaisiin -- Ja ne on aika hankalia keskusteluja, koska jos puhutaan parikymmentä vuotta sitten tapahtuneesta murhasta, joka ei ole selvinnyt... Niin joka kerta kun siitä ruvetaan puhumaan uudestaan, niin jollain tasolla omaisten haavat aukeaa, jos ne on ne edes kunnolla koskaan arpeutunut -- Ja kun ihmiset kertoo sellaista, että vaikka iltapäivälehdet käsittelee näitä, kun halutaan myydä lehtiä. ’Kuumimmat ratkaisemattomat murhat Suomessa’. Ja sitten siinä saattaa olla sun omaisen kuva. Sulta ei oo kysytty yhtään mitään. Menet viikonloppuna kauppaan, johonkin Prismaan, ja näet kassajonossa, että siinä on sun kadonneen tai kuolleen siskon kuva. Ja sä et ole yhtään varautunut siihen. Että kuinka vaikeata se on.” (Haastateltava 1)*

Yksi haastateltavista nosti esiin sen, kuinka journalismi muokkaa yleisönsä kuvaa ympäröivästä maailmasta. Kuten vuoden 2018 uhritutkimuksessa todettiin (Näsi ym., 2018), mitä enemmän rikosuutisointia seuraa, sitä enemmän rikollisuutta alkaa nähdä ympärillään. Juuri tämänkaltaisen pelotevaikutuksen takia true crime -podcastien tuotantoa pitää haastateltavan mukaan harkita ja perustella muuta journalistista sisältöä tarkemmin.

6.3 Toimittajien suhde journalismin levittäytymiseen: tarinallisuus ja uudet alustat

Haastatteluista välittyi yksimielisyys siitä, että mediatalo on luontevin ympäristö journalismin tekemiselle. Tämän perusteella vastauksissa nähtiin, että mediatalojen kasvu ja uusille alustoille levittäytyminen hyödyttää ennen muuta journalismia itseään. True crime -podcastit esitettiin keinona tavoittaa uutta yleisöä, joka edistää mediatalojen

kaupallisia intressejä, ja samalla avaa toimittajille itselleen uusia, kiinnostavia uramahdollisuuksia. Podcastit tuntuivat vastaavan tekijöiden toiveisiin siitä, että toimittajat pääsisivät kertomaan tarinoita, johon tavallisessa toimitustyössä on ilmeisesti kohdistunut paljon rajoitteita. Samalla kun uutisjournalismipainotus oli pakottanut toimittajia esittämään asiat neutraalisti raportoiden, verkkoon ilmestyneet ”amatöörit” olivat päässeet revittelemään vapaasti.

Myös yhteiskuntavastuuta nostettiin esiin. Kun toimittajat nostivat ratkaisematta jääneitä rikostapauksia julkisuuteen, podcastit saattoivat poikia uusia vihjeitä ja edistää tapausten tutkintaa. Yleisön saama hyöty tuotiin esiin podcastien käytettävyydessä; niiden on tarkoitus olla helposti lähestyttävä mediatuote, jossa pitkät, tutkivatkin toimitukselliset prosessit paketoidaan helposti kulutettavaan muotoon, jota yleisö voi kuunnella milloin tahansa ja missä tahansa.

True crime -podcastien tekemisen tapojen omaksumista pidettiin toimittajille helppona, koska niiden tuotannossa oli mahdollista nojata journalismin eri lajeista, kuten rikosjournalismista ja tutkivaan journalismista tuttuihin käytäntöihin. Neljä viidestä haastateltavasta oli sitä mieltä, että true crime on yksi journalismin genre muiden joukossa. Haastatteluissa viitattuja tuttuja käytäntöjä ei avattu tarkemmin, ja voi olla, että true crime -sisällön yhteys journalismin muihin lajeihin otettiin osin annettuina. Se vaikuttaisi merkittävältä tekijältä journalismin levittäytymisen taustalla; väljien lajityyppiyhteyksien ansiosta uudet alustat eivät näyttäydy toimittajille outoina vaan tiloina, jotka luontevasti kuuluvat heille.

Neljä viidestä haastateltavasta kertoi, että true crime -podcastien tuotannon aloittamiseen heidän omassa toimituksessaan liittyi kansainvälisten ja kansallisten trendien seuraamista. Kun toimituksissa huomattiin, että true crime -podcastit kiinnostavat sekä maailmalla että Suomessa, kehityskulkua haluttiin mukailla. Muiden seuraaminen ja imitointi ovat osa mediatalojen kilpailustrategioita ja niiden merkitys on kasvanut mediaympäristön hybridisoitumisen myötä.

Tämänkaltaisia perinteisen median uusia aluevaltauksia Chadwick (2013) on kuvannut loisimiseksi, mutta puhun tässä tutkielmassa mieluummin journalismin levittäytymisestä. Kun journalistiset mediat huomaavat alustan tai kerronnan tavan, joka heidän arvionsa mukaan näyttäisi toimivan, ne ottavat sen omaan käyttöönsä luottaen siihen, että toimitukset saavuttavat ajan mittaan merkittävän aseman alustalla tai puheena olevan sisällön tuottamisessa. Arvio perustuu käsitykseen siitä, että media-alalla resurssit ovat jakautuneet epätasaisesti ja että vahvoilla olisi oikeus tai ehkä jopa velvollisuus käyttää asemaansa hyväksi. Tämä asenne näkyi myös haastateltavien vastauksissa, joissa todettiin, että kun sisältö vetää muilla toimijoilla hyvin, ”sitä olisi hyvä olla myös meillä” (Haastateltava 2). Ajatusta levittäytymisestä ei haastatteluissa problematisoitu, eikä siitä tunnistettu juurikaan moraalisia ongelmia.

> *”Mediatalo on ilmeisesti ollut sitä mieltä, että niitä on järkevä tehdä. En tiedä mitään mainosmarkkojen määrää, mutta nyt kun mediatalot on muutenkin murroksessa, kun printti ei myy, niin nämä on kaikki sitä uutta, mitä he etsivät. Ja siinä suhteessa [true crime podcastit] on varmaan ollut sitä, mitä he ovat hakeneet. -- Mähän näen nuo luvut ja äänikirjapalvelusta näen arvostelut. Ja ne on tietenkin aika mairittelevia.” (Haastateltava 5)*

Tässä sitaatissa mediasta puhutaan itsenäisenä subjektina, joka tekee päätöksiä toimitusorganisaatiosta ja toimittajista riippumatta. Media myös esitetään ensin ulkopuolisena asiana, jolla on omat intressinsä, mutta myöhemmin näiden intressien omaksuminen ei tuota ongelmia. Pohdinnoissa vilahtaa myös Costera Meijerin (2020) tunnistama siirtymä, jossa toimittajat eivät enää aseta tavoitteekseen journalismin laadun parantamista vaan kykyä uuden kokeilemiseen. Haastateltavat tunnistivat, että uudistamisen tarve tulee journalismin ulkopuolelta, ja he olivat valmiita hyväksymään innovatiivisuuden ja kaupallisen menestyksen journalismin arvioinnin kriteereiksi.

Haastatteluissa journalismin levittäytymisen perustelut ulkoistettiin korkealle, yleisen ”median” taholle, ja levittäytymistä oikeutettiin lukujen valossa. Tällainen ajattelutapa antaa luvan uusien alustojen kolonialisoimiselle: jos läsnäolo jollain ulkoisella julkaisualustalla näyttäisi edistävän mediatalon tavoitteita, sinne voidaan hypätä siekailematta, eikä alustojen valtauksista mahdollisesti aiheutuvia haittoja muille toimijoille tarvitse ajatella.

Niin kauan kuin levittäytyminen perustuu muilta kopioimiselle, sen voi nähdä vaarantavan journalismin riippumattomuutta ja johtavan pitkässä juoksussa journalististen medioiden sisältöjen samankaltaistumiseen. Televisioviihteessä samaa ilmiötä on nähty esimerkiksi julkkiskilpailijoihin keskittyvissä realityohjelmissa, joita eri kanavat tuottavat kilpaa, ja joiden kisaajakaarti koostuu miltei joka ohjelmassa samoista kasvoista. Sisällön samankaltaistuminen ei haastateltavien puheessa noussut esiin eivätkä ajatukset median samankaltaistumisesta vaikuttaneet heistä ajankohtaisilta.

Haastateltavat kertoivatkin avoimesti siitä, että tuotantoa aloittaessa podcastien esikuvat ovat olleet tekijöillä erittäin selkeänä mielessä. Ulkomaisten ja etenkin Yhdysvalloissa tehtyjen podcastien mallintamisen taso vaihteli esimerkin ja inspiraation hakemisesta suoraan kopiointiin. Yhdysvalloista kopiointia pidettiin harmittomana muun muassa kielierojen ja maantieteellisen etäisyyden vuoksi.

> *”Tottahan me nyt kartoitettiin… Tiedettiin, kuinka suosittua tää maailmalla on. Ja aika paljon niitä jenkkiläisiä kuunneltiin ja otettiin niistä oppiakin. Ihan niitä parhaita, suosituimpia, katottiin ja kuunneltiin. -- Mulla on johtotähtenä tää Serial. ” (Haastateltava 3)*

Haastateltavien mukaan uusille alustoille levittäytymiseen liittyvä imitointi koski myös yksittäisiä tekijöitä. Kun uusille alustoille pyrittiin siirtymään, toimittajien oletettiin omaksuvan alustojen toimintaperiaatteet, ja tulkitsevan niiden logiikoita samalla tavoin mediatalojen kanssa.

Se, miten true crime -podcastit aivan ensimmäiseksi saapuivat Suomeen, oli haastateltavilla hyvin tiedossa. Haastateltavista neljä toi itse esiin nämä ”amatöörien” tekemät podcastit vertailukohtana omalle sisällölleen. Tapa, jossa median uutuus syntyy muotoilemalla uudelleen muualla tuotettuja sisältöjä ja mediamuotoja, on hybridin mediamaailman ominaispiirre (Chadwick 2013). Huolimatta genren harrastelijoiden muovaamista alkuvuosista, haastateltavat näkivät väkivalta- ja henkirikokset sensitiivisiksi asioiksi, joiden käsittelyn eettinen puoli tulisi huomioitua paremmin nimenomaan journalististen toimijoiden tekemissä true crime -podcasteissa. Vaikka haastateltavat tunnistivat ”amatöörien” tekemissä podcasteissa erilaisia eettisiä ongelmia, moni nosti esiin myös sen,

ettei heidän tekemänsä sisällön tavoitteena ole omia koko true crime -podcastien kenttää.

> *”Musta on hienoa, että on monta sellaista yksinyrittäjää, jotka on löytänyt... Varsinkin naisia, jotka on löytänyt tulonlähteen, ja pystyy tekemään lisätienestiä. Tai laajentamaan sen omaksi pieneksi, tai isoksikin, mediabisnekseksi. Sehän on ihan mieletöntä, ei tarvita portinvartijoita siihen.” (Haastateltava 2)*

> *”Mä haluan nyt sanoa tähän, että mun mielestä on tosi arvokasta, että amatöörit tekee mediaa. Ja on huono, jos etabloitunut media ajaa amatöörit pois, mutta etabloituneessa mediassa on sellaista professionalismia, joka yleensä hyödyttää kaikkia.” (Haastateltava 4)*

Mediamarkkinoiden vapautta korostaneissa mielipiteissä toimittajat näyttivät luottavan siihen, että vahvemmilla resursseilla varustetun mediatalon menestys ei estä muidenkaan menestystä. Viimeisimmässä sitaatissa tunnustetaan, että kilpailussa perinteiset mediat saattavat saada yliotteen, mutta että tämän vastapainona sisältöjen parantuva laatu olisi yleisen edun mukaista.

Sepitteellisyyden ja faktantarkistuksen ongelma on avainkohta journalistien tekemissä true crime -podcasteissa – kuten todettua, ”kertomusmuoto hylkii faktantarkistusta” (Mäkelä ja muut 2020, 17). Erottelun tarve myös korostaa oikeuttamisen prosessimaista luonnetta: perustelua on tehtävä jatkuvasti, eikä sen tehoa voi ottaa annettuna (Carlson 2016, 359–361). Haastatelluille journalisteille tärkeää oli, että kuulija voi hypätä podcastin kuulijaksi luottaen, että hänelle esitetyt asiat on tarkistettu ja ne pitävät paikkansa. Jos jaksossa esitetään esimerkiksi spekulaatiota, kuulijan on ymmärrettävä, että kyse on juuri spekulaatiosta. Tämä tapa katsoa journalistien tekemiä true crime -sisältöjä mukailee muun journalismin ohjeita ja normeja, ja se voitaisiin nähdä osana levittäytymisen oikeutusta.

> *”Kuulijan rooliksi jää aika pitkälle se, että sä pyrit itse luomaan sen sun oman näkemyksen siitä, mitä on tapahtunut. Siellä kerrotaan erilaisia asioita, ja mielikuva aina vaihtelee yhden kauden sisällä. Että no vitsi, näinhän tämä meni. Ja sitten seuraavassa hetkessä tulee sellainen fiilis, että ’no ei kun nyt mä tiedän, näin se meni’. -- Siellä on jonkinlainen sellainen selkänoja siitä, että mä voin lähteä tähän mukaan tietäen, että mua ei johdeta harhaan. Mutta myös samaan aikaan, että siinä on joku eettinen puoli*

> *läsnä, kun se on nyt kuitenkin Ylen standardeilla tehtyä. Että siellä ei ketään käytetä härskisti hyväksi ja levitellä mitään sellaisia asioita, mitä ei tarkisteta." (Haastateltava 1)*

Sitaatissa luotetaan vahvasti siihen, että kuulija tunnistaa journalistiset ratkaisut ja antaa toimittajille niissä tukensa. Samaan aikaan tiedetään, että yhä useampi suomalainenkin kertoo luottamuksen journalismiin horjuvan, eikä medialukutaito ole itsestäänselvyys. Yleisön journalismisuhde nähdään tässä yhteydessä ideaalisessa valossa, ja voisi tulkita että podcastien kuviteltu kuulijat mielletään toisenlaiseksi kuin keskivertoyleisö. Podcastien tekijöiden yleisösuhde kuvataankin usein lämpimään sävyyn. Rahasta puhumiseen keskittyvä Sijoituskästi aloittaa jaksonsa sanoin ”Hei Suomen sijoituskansa”, viikoittain true crime -aiheista kertova Morbid viittaa kuulijoihinsa sisäpiirivitsimäisellä ”Weirdos”-termillä ja moni politiikasta raportoiva podcast kehuu usein, kuinka perusasioita ei tietenkään juuri heidän kuulijoilleen tarvitse selittää.

Tarinallisuuden teemaa käsiteltäessä oli selvää, että true crime -sisällön suhde journalismin totuudenmukaisuuden vaatimukseen on mutkikas. Kuten aiemmissa luvuissa esitin, haastateltavat vakuuttivat, että journalismin eettiset normit pätevät heidän tuottamaansa sisältöön siinä missä mihin tahansa muuhunkin journalismiin. Samalla kuitenkin myönnettiin, että spekulatiivisuus on luonnollinen osa true crime -podcasteja, ja että tarinallisuus ohjaa podcastien tuotantoa vahvasti:

> *”Mun mielestä [tarinallisuus] ei ole ongelmallista.... Ei me voida tietenkään lähteä muuttamaan mitään asioita sen ehdoilla, että tarinana tämä toimisi paremmin. Ja monta kertaa me ollaan naurettukin [toimittajan nimi] kanssa sitä, että totuus on siitä ikävää, että välillä tarina olisi aika paljon parempi ilman sitä." (Haastateltava 1)*

> *”No siis monestihan todellinen elämä on uskomattomampaa kuin (…) fiktiot, dekkarit. Joku kirjailijahan joskus sanoikin, että hänellä on totuuspohja tässä tarinassa, mutta ei hän ole voinut kirjoittaa niin kuin se on oikeasti tapahtunut, koska kukaan ei uskoisi, että se olisi niin hullusti mennyt. -- Joo, sitä rajankäyntiä käydään koko ajan. Fiktio ottaa faktasta, ja fakta on alkanut ottaa fiktiosta jo pitkän aikaa. Että ei ne sulje toisiaan pois." (Haastateltava 3)*

Rajanveto oman tarinallisen sisällön ja muiden tekijöiden tarinallisen sisällön välille voi olla vaikeaa, etenkin mediamarkkinassa, jossa muiden ideoita ja esittämisen tapoja

lainataan jatkuvasti. Myös puhe fiktion ja faktan yhteys jää sitaatissa melko abstraktiksi. Tarinan ja tosiasioiden jännite ja tarinan toimiminen faktojen ehdoilla on tarinallisessa journalismissa avainajatus.

Todenmukaisuuden vaatimus tuli tavalla tai toisella esiin jokaisen haastateltavan puheessa, kun tarinallisuuden teemaa käsiteltiin. Siihen viitattiin muun muassa seuraavanlaisilla toteamuksilla: ”taustalla on journalistinen prosessi”, ”ihan samalla tavalla kuin muussa sisällössä, jokaisen lauseen pitää olla totta, ja jos ei ole, on prosessit, jossa voidaan riitauttaa”, ”kerrotaan rehellisesti tieto”, ”se on haastateltavan mielipide, siihenhän me emme ota kantaa, onko asia mennyt niin”, ”en lähtisi tuottamaan podcastia, jossa näen eettisen ristiriidan”, ”tekijät ovat tarkkoja”, ”feature-jututkin ovat aikamoisia tarinoita [mutta samalla totuudenmukaisia]” ”podcastissa kehitän eteenpäin meidän journalismia”, ”pääosin jutut on ratkaistu, eli niillä on lainvoima, eli meillä on faktapohjana tuomio” ”lähteinä ovat viranomaishaastateltavia, jotka ovat olleet itse tutkinnassa mukana”, ”Suomessa ollaan asialinjalla kaikki”, ”printissä on tarinoita, tarinoitahan meidän podienkin pitää olla” ja ”jos tutkija sanoo, että hän näki asian näin, se on totuus mitä tutkija kertoo”, ”tietysti päivämäärät ja muut täytyy olla oikein”. Näissä toteamuksissa totuudenmukaisuuden siis nähtiin syntyvän journalistisiin käytäntöihin nojaamisesta ja objektiivisuuden strategisista rituaaleista (Tuchman 1972), joita hyödynnetään tekstimuotoisessakin journalismissa.

Haastateltavat kuitenkin tunnistivat mahdollisia ristiriitoja ja saattoivat mainita niistä itsekin:

> *Olen haastatellut toki paljon myös sitä toista puolta, niitä rikollisia. Ja heillä on tietenkin oma näkemyksensä joihinkin asioihin, mutta se on heidän totuutensa. (Haastateltava 5)*

Haastateltavat suhtautuivat tarinallisuuden välineisiin innokkaasti, ja he tiesivät, kuinka niitä hyödynnetään ja millaisia mahdollisuuksia niillä voi aueta. Samalla tapa ajattelu tarinallisuudesta ja sen riskeistä vaikutti keskeneräiseltä. Yksi haastateltavista puhui tarinallisuudesta muotokielenä, ikään kuin verkkotaiton kaltaisena tapana jäsentää sisältöä visuaalisilla elementeillä.

> *”Tarinallisuus on oikeastaan vaan muotokieli, se on tapa esittää ja tarjoilla asioita. Se tarkoittaa, että mietitään rakennetta, missä järjestyksessä asioita kerrotaan. Se on todella merkittävä osa true crime -genren käsikirjoittamista.. -- Mun mielestä kyse on rytmittämisestä – [Jotta] sä [kuulija] jaksat kuunnella, ja sä pysyt siinä mukana. Siitä on mun mielestä tarinallistamisesta tässä tapauksessa kyse.” (Haastateltava 1)*

Haastateltava näki, että true crimen tarinallistamisen kritiikki kohdistuu ennemmin aiheeseen, eli kysymykseen siitä, voiko esimerkiksi henkirikosta ylipäätään tarinallistaa. Tarinallisuuden keinot, kuten yksilön näkökulman korostaminen, sisäinen puhe, konkreettinen tilallisuus ja kokemuksellisuutta synnyttävien konkreettisten esineiden esiin nostaminen (Mäkelä ja Karttunen 2020), eivät olleet hänen silmissään kyseenalaisia true crime -podcasteissa. Analyysi tarinallisuuden ja visuaalisuuden rinnastuksesta kahtena esittämisen muotona liittyi hänen mukaansa yleisesti kerronnan muutokseen journalismissa ja sen pyrkimykseen tavoittaa yleisöä:

> *”Mä näen [tarinallisuuden] nimenomaan jäsentämisenä ja rytmittämisenä. Ja siinähän on tapahtunut ihan tosi iso muutos, jos miettii miten tarinaa on esimerkiksi kerrottu vielä joitain vuosia sitten, kun kuljettiin kohti klassista kulminaatiopistettä, sitten tuli katharsis ja näin. Ja nythän se on muutettu, että kiinnostavimmat jutut tulee heti siihen alkuun. --. Kaikki on ikään kuin tarinallistettu jo niin pitkään, että kun ostat jonkun saippuan, niin siinä on joku tarina taustalla. Tiedätkö, kun meidät ihmiset on totutettu siihen, että kaikki myydään jollain tavalla tarinalla. Niin en mä näe mitenkään mahdolliseksi sitä, että miten journalismi ylipäätään, tai sen sisällä true crime journalismi, voisi olla ja elää siitä irrallaan. Koska jos ihmiset on totutettu johonkin tiettyyn tapaan kuluttaa juttuja, ja jos se [sisältö] ei ole sen mukainen, niin eihän kukaan sitä kuluta. Ja sitten me tehdään tätä ihan turhaan, ihmisille tätä kuitenkin tehdään.” (Haastateltava 1)*

Tarinallisuutta rinnastettiin yleisesti muuhun uutisjournalismiin ja sen ammatillisiin normeihin, kuten tasapuolisuuteen, autonomisuuteen ja eettisyyteen. Samalla korostettiin, että kaikki muukin journalismi on tarinallistunut tai viihteellistynyt.

> *”Hyvä podcast on tarinallinen … , vähän kuin kuunnelma, missä faktat on kuitenkin kohdallaan. Kuka jaksaa, jos joku lukee suoraan oikeudenkäyntipöytäkirjaa tai jotain, niin sehän on enemmän niin kuin uutinen audiona. -- No, vois siinä [tarinallisuudessa] olla tiettyjä ongelmia, riippuu vähän siitä käsittelytavasta. … Kun on näitä selvittämättömiä [rikostapauksia], missä mennään esimerkiksi jonkun sukulaisen kertoman mukaan, jolla on asiasta oman*

> *näkemyksensä, se voi mennä ongelmalliseksi. -- Nämä on aika lähellä feature-kirjoittamista, että itsekin paljon kirjoitin [featurejuttuja], niin ne [kertomisen keinot] on enemmän tuotu sitten tähän audion muotoon." (Haastateltava 5)*

Sitaatissa true crime -podcastit paikannettiin journalismin kentällä feature-juttujen alueelle, jossa tarinan muotoon kirjoitettu sisältö on ollut tapa rikastaa faktapohjaista sisältöä. Oikeudenkäyntipöytäkirjasta tehdyn uutisen asettaminen tarinallisen podcastin vertailukohdaksi on pitkälle viety pelkistys, mutta sen avulla haastateltava saattoi havainnollistaa, miten tarinallisuus muotokielenä on keino tehdä ”tylsästä kiinnostavaa”.

Yksi keino hahmottaa true crime -podcastien tarinallisuutta nousi journalismin ulkopuolelta tulevista mediaesityksistä ja lajityypeistä:

> *”Kyllähän kaikki sarjamuotoiset [podcastit] tällä tavalla katalogina, vaikka ne julkaistaisiin kerrallaan, ei ihmiset niitä kaikkia kuuntele kerrallaan. Kyllähän siellä nyt cliffhangerit on. Niitä käytetään TV-sarjoissa. Se on yksi tehokeino, ja en mä näe siinä mitään suuria ongelmia, edelleenkin, kun pysytään siinä totuudessa. Sehän on kuitenkin sitä taiteilijan / toimittajan vapautta. Että missä järjestyksessä asiat kerrotaan, ne voi tehdä monella tavalla, mutta kyllä se täytyy olla se vapaus. Että tätä tarinallisuutta voi käyttää hyväksi, että ihmiset jaksaa kuunnella sen loppuun asti." (Haastateltava 3)*

Sitaatissa tarinallisuus esitettiin muualta mediasta lainattuna tehostekeinona, jonka esitystavat ovat toimittajan vapaasti hyödynnettävissä. Toimittajan vertaaminen taiteilijaan viittaa siihen, että tarinallisen journalismin tekijöillä on ”vapaammat kädet” kuin esimerkiksi uutistoimittajilla. Enemmän viihteeseen taipuvissakin sisällöissä nähtiin kuitenkin tärkeänä, että kuuntelija voi päätellä, milloin puhutaan faktoista ja milloin jostain kuvainnollisemmasta.

> *” Näen tässä true crime -genressäkin hyvin paljon jo variaatiota. Ja julkisuudessa puhutaan hyvin paljon vaan siitä yhden tyyppisestä. Mutta sinnehän menee tosi paljon erilaista.... Oisko se sitten varmaan se laajin, mikä tällä hetkellä on? Koska se on myös tuotannollisesti aika easyä tehdä. Tai siihen just sisällöntuottajat on tarttunut vahvasti." (Haastateltava 2)*

Siinä missä muut puhuivat tutkivien, narratiivisten podcastien vapaudesta käyttää tarinallisuutta pyrkiessään totuudenmukaisuuteen ja erottelivat juuri tällä perustella journalismin kaltaiset podcastit muista, keskustelevammista podcasteista, yllä olevassa

sitaatissa tarinalliset podcastit nähtiin kaikkein ”löyhimmin” totuudenmukaisuuteen sitoutuvina. Sitaatti on kiinnostavasti ristiriidassa sen kanssa, että edellä tarinallisuus on esitetty ikään kuin ”median kuningaslajina”, jota pääsee harjoittamaan toimituksen hierarkian huipulta.

Haastateltaville yhteistä, jaettua näkemystä tarinallisuudesta oli vaikea hahmottaa. Miltei päinvastaisten näkemysten olemassaolo yhden alan sisällä samanaikaisesti kertoo siitä, että yhteiset pelisäännöt ovat vasta muotoutumassa, ja esimerkiksi eettisistä normeista on vahvasti toisistaan eroavia näkemyksiä. Tämä johtuu paljolti siitä, että true crime podcastit ovat alun perin syntyneet ”amatöörien” käsissä, ja että monissa eettisissä kysymyksissä, kuten uhrien nimen ja yksityisyyteen kuuluvien tietojen käsittelyssä, on mukailtu pitkälti Yhdysvalloissa muotoutuneita konventioita.

Yhtäältä haastateltavat korostivat, että tarinallisuus palvelee samaa tarkoitusta kuin neutraali ja tasapuolinen uutisjournalismi. Tavoitteena on antaa kuulijoille totuudenmukainen kuvata käsitellystä aiheesta, ja tarinallisuus tarjoaa podcastien kontekstissa tähän parempia mahdollisuuksia. Tämä argumentti on esitetty ennenkin – Kunelius (2000) kirjoitti jo vuosituhannen alussa, kuinka tiedonvälitystä ei voi irrottaa tarinoista, sillä ne täydentävät kuvaa todellisuudesta.

Samaan aikaan haastateltavat eivät nostaneet kertomuksien ja tarinallisuuden riskejä vahvasti esille eikä niitä pysähdytty pohtimaan kovin syvällisesti, vaikka he olivat lähes yksimielisiä siitä, että tarinallistaminen voi mennä liian pitkälle. Aiheesta puhuttaessa haastatteluissa nousi toistuvasti esiin jo aiemmin mainittu Aamulehden sepittämistapaus, jossa Aamulehden pitkäaikainen toimittaja Matti Kuusela paljasti elämäkerrassaan keksineensä ihmisiä, haastatteluja sekä sitaatteja juttujensa täytteeksi (Aamulehti 22.4.2024). Tämän seurauksena lehti päätyi poistamaan jopa 551 juttua verkkosivuiltaan ja tilasi tapauksesta ulkopuolisen selvityksen. Haastateltavat tunnistivat true crime -genren alueeksi, jolla kiusaus samankaltaiseen toimintaan voi olla poikkeuksellisen suurta:

”Mä ymmärrän sen, että on ne tyypit jotka vaan referoi ja kertoo. Ja silloinhan se on puhdasta spekulaatioita. Mutta sitten on näitä tällaisia, jotka luo mielikuvaa siitä, että se on tutkivaa journalismia. Mutta sitten siellä kuitenkin sekoitetaan selkeästi sepitteellisiä osia, joita ei kerrota, että ne on ne itse keksinyt. Ja se on mun mielestä tosi huolestuttavaa. -- Semmoinen keskustelu jossain vaiheessa toivottavasti tulee, jos ruvettaisiin tarkastelemaan ihan puhtaasti sitä, että mitä saa tehdä journalismin nimissä. Nythän oli just tämä Aamulehti-keissi, jossa toimittaja omiin nimiinsä aina keksi kaikenlaisia tarinoita, ja teki niin jutuista parempia. Niin tässä on hirveä houkutus tässä genressä sellaiseen. Ja sitten jos sä vaan sanot, että tällaisia tietoja on jostain löytynyt, niin aika vaikea sanoa, että ei ole löytynyt.” (Haastateltava 1)

”Kun on ollut puhetta sepitteellisyydestä journalismissa viime aikoina, ajattelen, että tämä on asia, mikä vaan pitää kirjoittaa auki, että se kuuntelija tietää, mitä se [podcast] on syönyt. Mutta tämä taas liittyy koko sisällöntuottajien ja journalismin väliseen vuoropuheluun. Välillä itse mietin, että aivan turhaan tässä näitä pähkäilee, koska on koko sisällöntuotannon ala, joka vaan... Sillä [totuudenmukaisuudella] ei tavallaan ole merkitystä, ja onko sitten kuuntelijallekaan. --]”. (Haastateltava 2)

Kun eräs haastateltavista paikansi perinteisen journalismin suhdetta tarinallisuuteen ja vertasi sitä true crime -podcastien tarinallisuuteen, päätyi hän lopputulokseen, jossa nimenomaan true crime -sisällössä suhde olisi muuta journalismia ongelmattomampi:

”True crime tarkoittaa nimenomaan sitä tarinaa, missä joku yleensä surmaa tai raiskaa jonkun, ja sen käsittelyä podcastissa tai journalismin keinoin muuten... Siinä [tarinallistamisessa] on huonoja puolia ja seikkoja, joita täytyy huomioida sitä tehtäessä. Koska tarina on aina valintaa ja tietyn perspektiivin nostamista muiden yläpuolelle, monimutkaisten syy-seuraussuhteiden ja inhimillisten kohtaloiden ja päätösten supistamista vaan pieneksi joukoksi. – Kun podcastit on sellaisia, että ihmiset itse hakeutuu niiden äärelle, se itseasiassa mun mielestä pienentää sitä ongelmaa. Ihmiset tietää kyllä, mitä ne on kuuntelemassa.” (Haastateltava 4)

Sitaatissa yleisölle oletettavasti tuttujen genrejen tuominen uusiin ympäristöihin, kuten perinteisen mediatalon sisällöntuotantoon true crime -podcasteina, esitetään ongelmattomana siihen vedoten, että yleisö tietää mitä odottaa. Vastuu siirtyy siis tekijöiltä kuulijoille.

7 LOPUKSI

Yllä olen esitellyt analyysini tulokset. Kuten haastateltavien metajournalistisesta diskurssista käy ilmi, podcastien kentän hajanaisuus pirstaloi myös itse true crime -podcasteja tekevien journalismin ammattilaisten näkemyksiä aiheesta. Näitä näkemyksiä analysoin kolmen tutkimuskysymykseni pohjalta:

1. Miten haastateltavat perustelevat journalistisen median roolia true crime -podcastien tuottajina ja oikeuttavat journalismin laajentumista uusille alustoille?

2. Missä määrin oikeuttamisen tavat vaikuttavat toimittajien metajournalistiseen diskurssiin tai muuttavat sitä?

3. Millä tavoin haastateltavat suhtautuvat journalismin tarinallistumiseen true crime -podcasteissa ja niiden ulkopuolella?

Ensimmäistä kysymystä ratkottiin rinnastamalla true crime -podcasteja ja niiden tuottamista muihin journalismin alalajeihin ja siihen, kuinka journalistit ovat tuttujen konventioiden nimissä luonnollisin tekijä myös tälle uudelle sisällölle. Myös sisällön yhteiskunnalliseen tärkeyteen ja amatöörien tekemien podcastien vaaran paikkoihin vedottiin, vaikka samalla haastateltavat korostivat, etteivät halua ajaa muita tekijöitä pois alalta. True crime -sisällöt koettiin niin kiinnostaviksi ja taloudellisesti lupaaviksi, ettei perinteisillä mediataloilla ole varaa tai mahdollisuutta pysytellä niiden ulkopuolella.

Kysymykseen siitä, kuinka oikeuttamisen tavat heijastuvat haastateltavien metajournalistiseen diskurssiin, voidaan sanoa, että vaikutukset ovat vähäisiä. Toimittajat näkevät true crime -podcastien perustuvan samoille normeille ja käytännöille kuin muukin journalismi. Podcastien tuotannon katsottiin olevan toimituksen omissa käsissä ja siinä noudatettaisiin samoja Journalistin ohjeita kuin muukin toimitusorganisaatio noudattaa. True crime -aiheiden ja podcastien esitystapaan liittyviä erityispiirteitä pidettiin journalismin periaatteille alisteisina, jolloin niiden ei uskottu muuttavan toimittajien eetosta tai podcastien sisältöä vaan korkeintaan niiden muotokieltä.

Diskurssin muutoksen vähäisyys johtunee siitä, että true crime -podcastien tekoa ei ole tarvinnut ennen haastatteluja ja haastattelutilanteessa liiemmälti puolustella oletettua tai aiheelliseksi koettua kritiikkiä vastaan. Tämä on keskeinen tulos – muun muassa podcastaajien toimituksien sisällä kokeman korkean autonomisuuden ja oletettujen tyylilajiyhteyksien vuoksi sisältöä on kehitelty ja saatu alkaa tuottamaan sinänsä hyvin itsenäisesti, ilman sen suurempaa tarvetta oikeuttaa tätä uutta aluevaltausta. Kollegoiden esiin tuoma ja piiloon jäänyt paheksuntakin kuitattiin vasta jälkeenpäin, saadun yleisömäärän tai arvostuksen avulla, ei niinkään sisällön kehittämisen vaiheessa.

Journalistien suhde true crime -sisällön tarinallisuuteen oli monimutkainen. Tarinallisuus esitettiin keinona tavoittaa ja palvella yleisöä, mutta samalla se nimettiin asiaksi, jossa – etenkin muille kuin ammattitoimittajille – voi helposti tapahtua podcastien kontekstissa ylilyöntejä. Yhteistä, jaettua tapaa nähdä tarinallisuus osana true crime -podcasteja ei sinänsä ollut – yksi mielsi sen verkkotaiton kaltaiseksi välineeksi, toinen feature-journalismin jatkeeksi, kolmas muuta tarinallista journalismia eettisemmäksi linnakkeeksi, neljäs visuaalisuutta vastaavaksi hengähdystauoksi ja viides genren luonteenpiirteeksi. Totuudenmukaisuuden vaatimus tuli esiin jokaisen haastateltavan puheessa, mutta samalla keinot sen tavoitteluun kuitattiin saavutetuiksi lähinnä journalismin vakiintuneilla konventioilla. Vastauksista paljastui myös keskeistä ristiriitaa käytettyjen käsitteiden välillä, kun yksi haastateltavista näki narratiiviset podcastit päinvastaisena sisältönä sille muiden jakamalle kuvalle, jossa narratiiviset podcastit hahmotettiin tutkivaksi, journalistiseksi sisällöksi. Vaikka haastateltavat olivat yhtä mieltä siitä, että journalismin eettisten normit pätevät myös true crime -sisältöön, samalla spekulatiivisuus nähtiin kuuluvan genreen. Sepitteellisyys ja esitettyjen väitteiden kumoamisen vaikeus tunnistettiin keskeiseksi ongelmaksi. Tämä havainto mukailee aiemmassa tutkimuksessa esitettyä lausetta ”kertomusmuoto hylkii faktantarkistusta” (Mäkelä ja muut 2020, 17).

Haastateltavien puheessa oli huomattavissa taustaoletuksia siitä, että muukin journalismi on mennyt kertomuksenomaisenpaan suuntaan, mutta tätä ei problematisoitu muuten kuin journalismia ravistelleen Matti Kuuselan sepittämiskohun yhteydessä.

Samalla sitä käytettiin myös perusteluna oman sisällön tarinallisuudelle, kun podcasteja verrattiin esimerkiksi pitkiin feature-juttuihin.

7.1 Pohdinta

Tässä tutkielmassa olen analysoinut perinteisten mediatahojen tuottamien true crime -podcastien tekijöiden näkemyksiä tästä uudenlaisesta sisällöstä, jälleen uuden alustan haltuunoton oikeutuksesta sekä tämän tarinallisen sisällön suhteesta journalismin totuudenmukaisuuden vaatimukseen. Paikantaakseni toimittajien tulkinnallisia prosesseja, olen tarkastellut, kuinka haastateltavat viittasivat journalismiin joko suoraan tai välillisesti. Puheissaan haastateltavat kuvasivat valtaansa ja vapauksiaan suhteessa teknologiaan, yleisöön ja markkinoihin sekä tekemällä rajanvetoa ”amatöörien” ja toimittajien tekemien podcastien välillä.

Tutkimuskohteeksi määrittyi pieni joukko journalismin ammattilaisia, joilla on keskeinen rooli siinä, millaiseksi tämä uudenlainen journalistinen aluevaltaus on muotoutumassa. Metajournalistisessa diskurssissa ei pyritty mitenkään vahvasti oikeuttamaan true crime -podcasteja, mikä tuli itselleni hiukan yllätyksenä. Sen sijaan journalismin levittäytyminen podcastien alueille nähtiin miltei luonnollisena kehityskulkuna hybridimedian kovenevan kilpailun ja sen tuottaman taloudellisen epävarmuuden vuoksi. Tässä journalismin tulisi haasteltavien mukaan hyödyntää omaa ammatillista mukautumiskykyään. Haastateltavat suhtautuivat tehtävään luottavaisesti, koska genren kehityskohtiin voitiin tarttua journalismissa jo jalostuneiden käytäntöjä pohjalta.

Kysymys siitä, onko kuvaamieni kehityskulkujen tietoinen edistäminen journalismissa legitiimiä ja ajavatko ne niin sanotusta yleistä etua, liittyy suoraan journalismin oikeuttamiseen. Journalismin jatkuvassa uudistamisessa sekä työtapojen, ulkoasun että organisaation muutoksissa voi olla kysymys edellä kuvattujen journalismin tehtävien sopeuttamisesta ajankohdan yhteiskunnalliseen, kulttuuriseen ja teknologiseen kontekstiin.

Toisaalta, muutosten tavoitteena ovat myös kustannustehokkuuden ja taloudellisen kannattavuuden parantaminen ja jossain määrin myös alaa ja sen toimijoita palkitseva innovatiivisuus. Siinä, millä tavoin erilaisia käytännön toimia ja strategioita voidaan

oikeuttaa samanaikaisesti, on yksi metajournalistisen diskurssin keskeisistä ajankohtaisista haasteista. Ristiriitaisten näkemysten on nähty heikentävän journalismin asemaa yhteiskunnan muiden toimijoiden, kuten valtion tai yleisön, silmissä. Siksi ammattikunnalla on tarve puolustaa omaa autonomiaansa analysoimalla omaa rooliaan erinäisissä kiistatilanteissa, kuten Yhdysvaltojen kuuluisassa Watergate -tapauksessa. Nämä analyysit loivat yhtenäisyyttä ammattikunnan sisälle, ja niitä alettiin käyttää hyväksi muissakin tapauksissa, joissa journalismia haastettiin (Zelizer 2004, 175–201). Yksimielisyyden taso vaihtelee yhteiskunnallisen tilanteen mukaan, ja hyödyllisintä se on silloin, kun toimittajiin kohdistuu ulkoista uhkaa, kuten väkivaltaa. Kun näin ei ole, on journalismin sisällä tilaa erilaisille ajatuksille ja vaihteleville päämäärille.

Tutkimusaihe antaa aihetta suhtautua haastateltavien esittämiin näkemyksiin ymmärtäväisesti: moni heistä on ollut mukana kehittämässä uudenlaista kerrontaa ja journalismin alalajia, ja haastateltavien vastauksista käy ilmi, että vastuu näistä on monessa toimituksessa ollut hyvin pitkälti yksittäisen tekijän harteilla. Toisaalta heidän ajatuksiaan journalismista voi ja tulee haastaa etenkin silloin, kun ne vaikuttavat ristiriitaisilta, tai jos ne asettuvat toimittajien itsensä esittämiä periaatteita vastaan.

Kuten kaikessa tutkimuksessa, tässäkin tutkielmassa on omat rajoitteensa. Haastattelujen analysoinnissa oli vaikea muodostaa systemaattista linjaa, jolloin omat tulkintani aineistostani eivät aina edenneet samaan pisteeseen. Joissakin kohdissa analyysi jää kuvailevaksi, toisissa taas havainnoista oli helpompi tehdä laajempia yleistyksiä aikaisemman tutkimuksen avulla. Tulkintojeni seuraamisen helpottamiseksi olen sisällyttänyt tuloslukuihin runsaasti suoria sitaatteja, joita lukemalla lukija voi tehdä omia päätelmiään asiasta. Vaikka minulla on läheinen suhde tutkimuskohteeseeni, olen pyrkinyt pitämään kiinni kriittisestä otteesta aineistoa analysoidessani. Oman intoni sisältöä kohtaan olen nähnyt myös osittain vahvuutena; tutkielmani teemahaastattelujen teko oli minulle aidosti innostavaa ja monin tavoin uusia ajatuksia synnyttävää. Uskon, että oma kiinnostukseni ja genren tuttuus oli apuna siinä, että haastateltavat uskalsivat puhua työstään avoimesti ja puheitaan liikaa varomatta. Tämän ansiosta aineistosta syntyi kiehtova ja avoin katsaus suomalaisten toimitusten näkemyksiin true crime -

podcastien kentällä. Saadut tulokset myös toisintavat aiemman tutkimuksen havaintoja journalismista uusien alustojen valtaajana muun muassa imitoinnin ja alustoitumisen kaltaisissa ilmiöissä.

7.2 Jatkotutkimusaiheita

Tutkielman heikkoudeksi voi nimetä sen, että podcasteja ja etenkin true crime -podcasteja on tutkittu Suomessa hyvin vähän. Iso osa teoriaosuuden näitä aiheita koskevasta tutkimuskirjallisuudesta on tehty Yhdysvalloissa, jossa mediakulttuuri rikosuutisoinnin käytännöistä lähtien on hyvin erilaista kuin Suomessa. Jatkotutkimusideoita tätä tutkielmaa työstäessä nousi lukuisia. Koska luotettavaa kokonaiskuvaa suosituimpien suomalaisten true crime -podcastien sisällön tyyleistä ei tällä hetkellä ole, olisi kiinnostavaa selvittää kuunnelluimpien true crime -podcastien aihevalikoimaa ja niiden esitystapoja: ovatko tapaukset ulkomailta vai kotimaasta, millä kokoonpanolla podcastia tehdään, millaisia lähteitä jaksoissa käytetään, millä tarkkuudella henkilöllisyyksistä ja rikosten yksityiskohdista kerrotaan, millaisesta taustasta tekijät tulevat ja millaiseen sävyyn jaksoja tehdään.

Kuunnelluimpien podcastien listaus tosin vaatisi kuuntelijadatan avaamista useilta eri alustoilta, joka on ainakin tähän asti osoittanut haastavaksi toiveeksi. Voi siis olla, että tutkimuksessa olisi tyydyttävä vertailemaan esimerkiksi kärkisijaa pitäviä true crime -podcasteja eri alustoilta. Voi toki myös olla, että alustojen tähän asti kasvanut eriytyminen alkaa tulevaisuudessa hidastua, ja tulevaisuudessa aletaankin mennä takaisin kohti keskittyviä palveluja, kuten suoratoistopalvelujen kehityksessä on jo nyt nähty. Tämän tutkielman kirjoitushetkellä inflaatio oli vielä korkealla ja rahat monilla vähissä. Siksi tilaajien oli päätettävä, mihin lukuisista, maksullisen tilaamisen periaatteella toimivista palveluista he ovat valmiita laittamaan rahansa. Tämä epävarmuus ohjaa median uudistumispyrkimyksiä ja mukautumista ajassa, jossa kilpailu pirstaloituvista yleisöistä, tilausmaksuista ja muiden ruutujen viemästä huomiosta kovenee.

Toinen kiehtova tutkimusaihe nousi suoraan haastatteluaineistosta. Kolme viidestä haastateltavasta toi itse esiin sen, kuinka alan erinäisissä palkintogaaloissa kollegat

ovat alkaneet kyllästyä true crime -podcastien dominointiin ja määrään koko podcastien kentällä. Jotkut uskoivat, että true crimen suosio on jo saavuttanut luonnollisen lakipisteensä, toiset taas luottivat siihen, että suosion kasvu jatkuisi. Tätä pohdintaa seurasi puhe siitä, kuinka true crime on ollut keskeisessä roolissa kehittämässä podcastien nykymuotoa ja tarinankerrontaa. Näin kuvasi yksi haastateltavista:

> *”True crime ollut niin merkittävä ilmiö näiden viime vuosien aikana, että käytännössä koko muu audiokerronta on joko tahtomattaan tai jopa väkisin mukautunut siihen, ja ottanut tyylikeinot sieltä käyttöön. Eli käytännössä true crime on vienyt viime vuosina podcast-kerrontaa eteenpäin, ja tehnyt siitä sellaista, mikä se on nyt.”*

Olisikin kiinnostavaa kartoittaa seuraavaksi tulevaisuuden tutkimuksen keinoin, millaiseksi podcastien ala on Suomessa kehittymässä; jatkaako true crime yhä nousukauttaan, ja ovatko muut podcastit tosiaan tuomittuja toistamaan sen kerronnasta tarttuneita tyylikeinoja myös tulevaisuudessa?

LÄHTEET

Aamulehti. 2024. ” Aamulehti poistaa 551 toimittaja Matti Kuuselan juttua verkosta”. 22.3.2024. Viitattu 31.5.2024. https://www.aamulehti.fi/uutiset/art-2000010312503.html

Ahva ja Ovaska. 2023. Audience metrics as disruptive innovation: Analysing emotional work of Finnish journalism professionals. Nordicom Review. 44 (2). Sciendo, 2023. 152-171. https://doi.org/10.2478/nor-2023-0009

Altheide, David ja Robert Snow. 1992. Media Logic and Culture: A Reply to Oakes. International Journal of Politics, Culture, and Society. 5 (3) 465–472.

Backlinko. 2024. “13 Podcast Statistics You Need To Know”. 29.1.2024. Viitattu 24.4.2024. https://backlinko.com/podcast-stats#popular-podcast-genres

Baym, Geoffrey. 2005. The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism. Political Communication. 22 (3), 259–276.

Bottomley, Andrew. 2015. “Podcasting: A Decade in the Life of a “New” Audio Medium: Introduction”. Journal of Radio & Audio Media, 22 (2): 164-169. https://doi.org/10.1080/19376529.2015.1082880

Cambridge Dictionary. 2025a. “Narrative”. Viitattu 29.5.2025. https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/narrative

Cambridge Dictionary. 2025b. “Conversation”. Viitattu 29.5.2025. https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/conversation

Carlson, Matt. 2016. “Metajournalistic Discourse and the Meanings of Journalism: Definitional Control, Boundary Work, and Legitimation: Metajournalistic Discourse and the Meanings of Journalism.” Communication theory 26.4: 349–368.

Chadwick, Andrew. 2013. “The Hybrid Media System Politics and Power.” New York: Oxford University Press.

Costera Meijer, Irene. 2020. Changing News Use: Unchanged News Experiences? Ensimmäinen painos. United Kingdom: Routledge.

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

Craig, David. 2006. The Ethics of the Story: Using Narrative Techniques Responsibly in Journalism. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers.

Davis, Aeron. 2010. Politics, Journalism and New Media: Virtual Iron Cages in the New Culture of Capitalism. *New Media, Old News: Journalism & Democracy in the Digital A*ge. London: Sage, 121–137. https://doi.org/10.4135/9781446280010.n8

Deuze, Mark. 2005. "What Is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered." Journalism 6.4 (2005): 442–464. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884905056815

Edison Research. 2023. "Weekly Insights 5.31.2023 How many shows to reach the majority of podcast listeners in the U.S.?". 31.5.2023. Viitattu 1.5.2024. https://www.edisonresearch.com/weekly-insights-5-31-2023-how-to-reach-the-majority-of-podcast-listeners-in-the-u-s/?utm_source=podnews.net&utm_medium=web&utm_campaign=podnews.net%3A2023-06-01

Fiske, John. 1994. Media matters. Minneapolis: University of Minnesota Press

Greer, Amanda. 2017. "Murder, she spoke: the female voice's ethics of evocation and spatialisation in the true crime podcast." Sound studies 3 (2): 152—164. https://doi.org/10.1080/20551940.2018.1456891

Heikkilä, Heikki. 2001. Ohut ja vankka journalismi. Kansalaisuus suomalaisen uutisjournalismin käytännöissä 1990-luvulla. Väitöskirja. https://urn.fi/urn:isbn:951-44-5173-2

Heikkilä, Heikki ja Laura Ahva. 2012. Kelluva kiinnostavuus: journalismin merkitys ihmisten sosiaalisissa verkostoissa. Vastapaino.

Heikkilä, Heikki, David Domingo, Judith Pies, Michael Glowacki, Michael Kus ja Olivier Baisnée. 2012. Media Accountability Goes Online.

Helsingin Sanomat. 2023a. "Vaimonsa murhasta tuomittu vankikarkuri elää vapaana Suomessa - tiivistelmä HS:n laajasta artikkelista." 30.9.2023. Viitattu 9.11.2023. https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000009886144.html

Helsingin Sanomat. 2023b. ” HS sai 18 palkintoa kansainvälisessä visuaalisen journalismin kilpailussa”. 15.12.2023. Viitattu 31.5.2024.

Helsingin Sanomat. 2024. ”Helsingin Sanomat aloittaa muutos-neuvottelut: Vähennys-tarve enimmillään 20, päätoimittaja Saarikoski irtisanoutuu”. 27.2.2024. Viitattu 18.3.2024. https://www.hs.fi/talous/art-2000010256988.html

Helsingin Sanomat. 2025. “HS panostaa kuunteluun: useita uusia pod-casteja aloittaa, sovellukseen uusia ääni-ominaisuuksia”. 17.2.2025. Viitattu 5.4.2025. https://www.hs.fi/suomi/art-2000011034736.html

Hirsch, Lauren. 2020. ”Amazon Buys Wondery as Podcasting Race Continues”. 30.12.2020. Viitattu 8.2.2025. https://www.nytimes.com/2020/12/30/business/dealbook/wondery-amazon-podcasts.html

Horeck, Tanya. 2019. Justice on Demand: True Crime in the Digital Streaming Era. Detroit: Wayne State University Press.

Iltalehti. 2019. “Raiskauksen uhrista kerrottiin yksilöiviä tietoja Ylen sarjassa, uhri järkyttyi – Yle poistaa jakson ja keskeyttää sen tv-esitykset”. 6.11.2019. Viitattu 1.5.2025. https://www.iltalehti.fi/kotimaa/a/63b67a2a-bfad-41c1-9fc5-f93d97423e87

Iltalehti. 2023. “Kaikki Iltalehden podcastit – kuuntele, mistä Suomi puhuu.” Viitattu 26.9.2023. https://www.iltalehti.fi/podcast

Iltalehti. 2024a. ”Iltalehden uusi konsepti toi työryhmälle palkinnon”. 25.3.2024. Viitattu 30.5.2024. https://www.iltalehti.fi/kotimaa/a/b72af9ab-9cad-47d2-9eef-ba568e1af346

Iltalehti. 2024b. ”Iltalehdelle palkintoja Lontoossa”. 26.4.2024. Viitattu 30.5.2024. https://www.iltalehti.fi/kotimaa/a/a62ae4a3-1286-4d65-ba73-26853fe663d3

Julkunen, Pertti. 2005. Julkisuus ja nomenklatuura. Tutkielma keskustelun vaikeutumisesta ja väkivallan uhkasta. Väitöskirja. https://urn.fi/urn:isbn:951-44-6173-8

Julkisen sanan neuvosto. 2024. ”8525/YLE/23”. 7.2.2024. Viitattu 13.5.2025. https://jsn.fi/paatos/8525-yle-23/

Kantar Media. 2025. “Tiktok on nuorten ykkösuutiskanava, uutismedian rooli on vahvistunut alustalla”. 27.1.2025. Viitattu 1.5.2025.

https://www.uutismediat.fi/ajankohtaista/uutisten-viikon-tutkimus-tiktok-on-nuorten-ykkosuutiskanava-uutismedian-rooli-on-vahvistunut-alustalla/

Kirk, McElhearn, Richard Giles ja Jack Herrington. 2006. Podcasting: Pocket guide. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

Kivioja, Pasi. 2008. Iltapäivälehdet mediakentän ja yhteiskunnan muutoksessa. https://trepo.tuni.fi/handle/10024/65312

Krash. 2024. "Podcast vuosikatsaus 2024". 2.2.2024. Viitattu 20.3.2024. https://www.krash.fi/blog/podcastin-vuosi-2024

Kunelius, Risto. 2000. "Journalismi nelijalkaisena otuksena – Tutkimuksen haasteita, näkökulmia ja ongelmia." Media & viestintä 23 (3): 4–27.

Lassila-Merisalo, Maria. 2020. Tarinallinen journalismi. Vastapaino.

Lassila-Merisalo, Maria. 2017. "Faktaa fiktion keinoin". 9.12.2017. Viitattu 8.3.2025. https://www.lassilamerisalo.fi/l/faktaa-fiktion-keinoin/

Leino, Piia. 2005. "Toimittajien eettinen harkinta rikos- ja oikeusjournalismissa". Pro gradu. https://trepo.tuni.fi/handle/10024/92752

Listen notes. 2024. "Podcast stats: how many podcasts are there?". Viitattu 20.3.2024. https://www.listennotes.com/podcast-stats/

Livingstone, Sonia ja Peter Lunt. 1994. Talk on Television: Audience Participation and Public Debate. 1st edition., Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203131916

McElhearn, Kirk, Richard Giles ja Jack Herrington. 2006. Podcasting: Pocket guide. Sebastopol, CA: O'Reilly Media.

Morbid-podcast. 2022. Jakso "298: The murder of Abraham Shakespreare." 10.2.2022. Viitattu 31.5.2024

MTV. 2022. "Spotify julkaisi vuoden 2022 kuunnelluimmat artistit, kappaleet ja podcastit – JVG vei Suomessa kärkisijan." 30.11.2022. Viitattu 1.10.2023. https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/spotify-julkaisi-vuoden-2022-kuunnelluimmat-artistit%20kappaleet-ja-podcastit-jvg-vei-suomessa-karkisijan/8581888#gs.6efgg

Mäkelä, Maria ja Laura Karttunen. 2020. "Kokemuksellisuus, mallitarinat ja eksemplaarisuus tarinallisen yksilöjournalismin aikakaudella." Teoksessa Kertomuksen

keinoin: tarinallisuus mediassa ja tietokirjallisuudessa, toimittaneet Mikko T. Virtanen, Pirjo Hiidenmaa ja Jyrki Nummi, 253–284. Helsinki: Gaudeamus.

Mäkelä, Maria ja muut. 2020. *Kertomuksen vaarat: kriittisiä ääniä tarinataloudessa*. Tampere: Vastapaino.

Nepa 2023. "Näin suomalainen kuuntelee: Digiaudiotutkimus 2023". 19.9.2023. https://radiomedia.fi/tutkimukset/nain-suomalainen-kuuntelee-digiaudiotutkimus-2023/

Neveu, Erik. 2014. Revisiting Narrative Journalism as One of The Futures of Journalism. Journalism Studies. 15 (5), 533-542.

Nguyen, Janet. 2022. "The big business of true crime". 31.10.2022. Viitattu 1.5.2024. https://www.marketplace.org/2022/10/31/the-big-business-of-true-crime/

Niemi, Liisa, Koivula, Minna, Laaksonen, Salla-Maaria ja Villi, Mikko. 2021. "Vaakakupissa vaarat ja vastuu: Julkisen palvelun median arvot sosiaalisen median alustojen paineessa." Media & viestintä 44(2): 23–44. https://doi.org/10.23983/mv.109858

Nikunen, Kaarina. 2011. Enemmän vähemmällä: laman ja teknologisen murroksen vaikutukset suomalaisissa toimituksissa 2009-2010. https://trepo.tuni.fi/handle/10024/65750

Näsi, Matti, Maiju Aliisa Tanskanen, Janne Kivivuori, Paula Haara ja Esa Reunanen. 2021. Crime News Consumption and Fear of Violence: The Role of Traditional Media, Social Media, and Alternative Information Sources. Crime & Delinquency. 2021; Vuosikerta 67, Nro 4. Sivut 574-600. https://doi.org/10.1177/0011128720922539

Oddy Digital. 2024. "Podcast-vinkit". Viitattu 20.3.2024. https://oddydigital.fi/blogi/podcast-vinkit/

Orth, Taylor. 2022. "Half of Americans enjoy true crime, and more agree it helps solve cold cases". 14.9.2022. Viitattu 1.5.2024. https://today.yougov.com/entertainment/articles/43762-half-of-americans-enjoy-true-crime-yougov-poll?redirect_from=%2Ftopics%2Fentertainment%2Farticles-reports%2F2022%2F09%2F14%2Fhalf-of-americans-enjoy-true-crime-yougov-poll

Palmén, Tiia. 2022. Koskelan teinisurma.

Reunanen, Esa, Noora Alanne, Timo Huovinen, Ulla Järvi, Riina Nevalainen, Risto Puolimatka ja Veera Vehkasalo. 2023. ” Uutismedia verkossa 2023. Reuters-instituutin Digital News Report - Suomen maaraportti”. https://trepo.tuni.fi/handle/10024/149682

Richards, Emma. 2023. ” True Crime: Insight Into The Human Fascination With The Who-Done-It”. 17.7.2023. Viitattu 1.5.2024. https://www.socialsciences-pace.com/2023/07/true-crime-insight-into-the-human-fascination-with-the-who-done-it/

Son, Mina. 2023. “The complete history of podcasts”. 29.11.2023. Viitattu 1.5.2024. https://www.descript.com/blog/article/history-of-podcasts

Statista 2024. ”U.S. Podcasting industry – statistics & facts”. 18.3.2024. Viitattu 20.3.2024. https://www.statista.com/topics/3170/podcasting/#topicOverview

Stocking, Galen, Katerina Eva Matsa, Sarah Naseer, Elisa Shearer, Mark Jurkowitz ja Shreenita Ghosh. 2023. ”A Profile of the Top-Ranked Podcasts in the U.S.”. 15.6.2023. Viitattu 24.4.2024. https://www.pewresearch.org/journalism/2023/06/15/a-profile-of-the-top-ranked-podcasts-in-the-u-s/

Suomen podcastmedia. 2023. “Podcasteilla ansaitsemisen ongelmat mediatalon näkökulmasta”. https://www.mediaalantutkimussaatio.fi/wp-content/uploads/Podcasteilla-ansaitseminen_Suomen-Podcastmedia.pdf

Suomen Lehdistö. 2024. ”Tää on niinku fanihommaa”. 28.11.2024. Viitattu 1.5.2025. https://suomenlehdisto.fi/marko-junkkari-on-ollut-vuosikymmenia-politiikan-toimittaja-mutta-vasta-podcastin-takia-hanta-pysaytellaan-kadulla-tutustuimme-hsn-uutisraportti-podcastin-yleisosuhteeseen-pikkujouluissa/

Suomen Lehdistö. 2025a. “Helsingin Sanomat julkaisee nyt podcast-jakson joka päivä: Podcasteissa kuuluu hauskuus ja lähestyttävyys, joita ei yleensä liitetä HS:n brändiin”. 20.2.2025. Viitattu 5.4.2025. https://suomenlehdisto.fi/helsingin-sanomat-julkaisee-nyt-podcast-jakson-joka-paiva-podcasteissa-kuuluu-hauskuus-ja-lahestyttavyys-joita-ei-yleensa-liiteta-hsn-brandiin/

Suomen Lehdistö. 2025b. “Blogistania tekee paluuta uutiskirjeinä”. 26.2.2025. Viitattu 5.4.2025. https://suomenlehdisto.fi/blogistania-tekee-paluuta-uutiskirjeina/

Supla. 2023. https://www.supla.fi/podcast/suomen-rikoshistoria

Podcast Index. 2024. “Total podcasts in the index”. Viitattu 20.3.2024. https://podcastindex.org/stats?utm_source=podnews.net&utm_medium=web&utm_campaign=podnews.net:2022-03-10

Penttilä, Pauliina. 2021. Toisto journalismin kentällä: Etnografiseen aineistoon perustuva mallinnus journalismiprofession kentän sisäisestä dynamiikasta. Tampere University. http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-03-1940-3

Pietilä, Veikko. 1995. TV-uutisista, hyvää iltaa: merkityksen ulottuvuudet televisiouutisjutuissa. Vastapaino.

Podimo. 2024. ”Suomalaiset & podcastit”. 14.3.2024. Viitattu 1.5.2024. https://podimo.com/en/newsroom/survey-more-finns-are-willing-to-pay-for-podcasts

Podtail. 2023. “100 suosituinta podcastia juuri nyt.” Viitattu 2.10.2023. https://podtail.com/fi/top-podcasts/fi/

Tuchman, Gaye. 1978. Making news: a study in the construction of reality. New York: Free Press.

Tuomi, Jouni ja Anneli Sarajärvi. 2012. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Helsinki: Tammi

Uutisraportti podcast. 2024. Podcastin kuvaus. Viitattu 1.5.2024.

Uutisraportti podcast. 2024. Jakso ”25.4.2024: Juuson säästölausumat, Trumpin oikeudenkäynnit, Ukraina in Tiktok out”. 25.4.2024. Viitattu 1.5.2024.

Uusi juttu. 2025. “Usein kysyttyä uuden jutun jäsenyydestä”. Viitattu 5.4.2025. https://www.uusijuttu.fi/faq

Van Dijck, José, Poell, Thomas ja de Waal, Martijn. 2018. The Platform Society: Public Values in a Connective World. New York: Oxford University Press.

Van Krieken, Kobie ja José Sanders. 2019. ”What is Narrative Journalism? A Systematic Review and an Empirical Agenda.” Journalism. https://doi.org/10.1177/1464884919862056

Van Krieken, Kobie ja José Sanders. 2016. “Framing Narrative Journalism as a New Genre: A Case Study of the Netherlands.” Journalism. 18(19): 1364–80. https://doi.org/10.1177/1464884916671156

Wahl-Jorgensen, Karin. 2019. Emotions, Media and Politics. Cambridge, UK: Polity.

Yle Areena. 2025. “Areena Podcastit.” Viitattu 5.4.2025. https://areena.yle.fi/podcastit

Yle. 2025. ”Britannian Starmerin johdolla eurooppalaiset johtajat listasivat toimia Ukrainan auttamiseksi”. 27.2.2024. Viitattu 12.5.2025. https://yle.fi/a/74-20146521

Yle. 2024. ”Yle sai Julkisen sanan neuvostolta kolme langettavaa päätöstä”. 8.2.2024. Viitattu 5.5.2025. https://yle.fi/a/74-20073669

Yle. 2022. Onko täällä turvallista? 4.11.2022. Viitattu 14.1.2022. https://yle.fi/a/74-20003585

Yle. 2019. True crime -tapahtuma perui kohua herättäneet vierailut rikospaikoille Vuosaaren kaksoismurhaajan ja muiden tuomittujen rikollisten kanssa. 3.8.2019. Viitattu 1.5.2025. https://yle.fi/a/3-10907273

Zelizer, Barbie. 2004. Taking Journalism Seriously: News and the Academy. 1st ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, Incorporated.

LIITE 1: HAASTATTELURUNKO

Haastattelijan puheenvuorot on merkitty kursiivilla.

Tässä haastattelussa keskustelemme suomalaisten mediatalojen ja toimittajien tekemistä true crime -podcasteista, jotka ovat 2010-luvun jälkeen rantautuneet uutena tulokkaana perinteiseen mediaan. Keskustelu on jaettu kahteen eri teemaan ja väittämiä sisältävään osioon. Vääriä tai oikeita vastauksia kysymyksiin ei ole, vaan tarkoituksena on kartoittaa sinun kokemuksiasi ja käsityksiäsi aiheesta.

Ennen varsinaisiin teemoihin paneutumista kysyn sinulta muutaman taustakysymyksen työstäsi ja urastasi.

1. Mikä on tämänhetkinen työroolisi (toimituksessa)?
2. Kuinka kauan olet työskennellyt alalla?
3. Entä kauanko olet toiminut nykyisessä roolissasi?
4. Kuvaile, miten podcastit ovat osa nykyistä työnkuvaasi.

Siirrytään seuraavaksi varsinaisen haastattelun pariin. Aloitetaan keskustelu true crime -podcastien vastaanotosta, niin toimituksen sisällä kuin ulkopuolellakin.

1) Miten tekemäsi tai tuottamasi true crime -podcast on otettu vastaan mediakentällä – miten esimerkiksi oman talosi muut toimittajat ovat reagoineet?
2) Mistä lähtökohdista podcast alun perin syntyi, mistä aloite tuli: toimittajalta, sinulta, johdolta vai joltain muulta taholta?
3) Kun podcastia alettiin tuottaa, millaisia reaktioita huomasit ympärilläsi aivan alkuvaiheessa?
4) Entä miten podcastin tuotanto alkoi sopia toimituksen normaaliin arkeen: tuliko yhteentörmäyksiä, vai otettiinko tulokas vastaan innolla?
5) Entä miten kuvailisit true crime -podcastien istumista mediatalon normaaliin arkeen nykyään?
6) Perustelitko true crime -aiheisen podcastin tekoa erikseen joillekin tahoille tuotantoprosessin aikana?

7) Entä tuliko podcastia tehdessä vastaan tilanteita, joissa sinun piti erikseen oikeuttaa tehtyjä valintoja esimerkiksi aiheesta tai kerrontatavasta kollegoiden, johdon tai yleisön kanssa?
8) (Jos vastaus edelliseen oli ei: Minkä ajattelet olevan sen taustalla, että tosielämän rikostapauksia käsittelevän podcastin tekoa ei tarvinnut oikeuttaa tai perustella erikseen?)
9) Viimeinen reaktioita koskeva kysymys koskee yleisöä: Miten kuvailisit yleisön reaktioita podcastin julkaisun jälkeen?

Puhutaan seuraavaksi true crime -podcastien tekoa ja tuotantovaihetta koskevista aiheista sekä sisällön tarinallisuudesta.

1) Millainen toimituksellinen prosessi podcastin taustalla on: ketkä vaikuttavat sisällöllisiin valintoihin?
2) True crime -podcastit kertovat määritelmänsä mukaisesti nimenomaan tosielämän rikostapauksista. Miten podcastin tuotannossa pidettiin silmällä tapauksien totuudenmukaista ja täsmällistä käsittelyä, kun samalla tapausta käsitellään kertomuksen omaisesti?
3) Mediataloilla on tuottamalleen sisällölle omia tyylikirjoja ja ohjeita. Kun tosielämän rikostapauksista kerätään fiktiota muistuttava tarinallinen kertomus, voidaan puhua tarinallistamisesta. Tällaisesta kerronnasta on harvoin valmiita linjauksia mediatalojen ohjeissa. Näetkö true crime -podcastit tarinallisena sisältönä?
4) Entä mitä ajattelet rikostapausten tarinallistamisesta? Voit halutessasi jakaa vastauksesi toisaalta tarinallisuutta puolustaviin ja toisaalta sitä problematisoiviin ajatuksiin, jos suhtautumisesi ei ole yksinomaan toisella puolella.

Haastattelun lopuksi esitän sinulle kahdeksan väitettä. Tehtävänäsi on vastata väitteisiin joko samaa mieltä, eri mieltä tai en halua vastata.

1. True crime -sisältö on yksi journalismin genre muiden joukossa.
2. True crime -podcastit ovat esimerkiksi rikosuutisointia viihteellisempää sisältöä.

3. Spekulaatio on luonnollinen osa myös journalistien tekemiä true crime -podcasteja.
4. True crime -podcastien tekoa täytyy perustella yleisölle muuta journalistista sisältöä tarkemmin.
5. True crime -podcastia tehdessä voisi tulla vastaan tilanne, jossa tarinallistaminen menee liian pitkälle.
6. True crime -sisällön etiikka ei poikkea muusta journalistisesta sisällöstä.
7. Podcastiksi kasatulla true crime -sisällöllä voi saavuttaa jotain sellaista, jota muut mediamuodot eivät tavoita.
8. True crime -podcastien tulo osaksi perinteisiä mediatahoja on positiivinen asia.