

**TAMPEREEN YLIOPISTO**

**Katri Saukkonen**

**KARJALASTA KAJAHTAA – KUULEEKO KUKAAN?**

Havaintoja sanomalehti Karjalaisen toimituksen ja lukijoiden välisestä  
vuorovaikutuksesta

**Tiedotusopin pro gradu -tutkielma  
Toukokuu 2007**

# TAMPEREEN YLIOPISTO

## Tiedotusopin laitos

### **KATRI SAUKKONEN: Karjalasta kajahtaa – kuuleeko kukaan?**

Havaintoja sanomalehti Karjalaisen toimituksen ja lukijoiden välisestä vuorovaikutuksesta

Pro gradu -tutkielma 108 s., 4 liites.

Tiedotusoppi

Toukokuu 2007

---

Pro gradu -tutkielmani tarkastelee Pohjois-Karjalan maakuntalehden Karjalaisen toimituksen ja lukijoiden välistä vuorovaikutusta. Tavoitteena on hahmottaa vuorovaikutuksen merkitystä ja toteutumista osana toimituksen päivittäisiä työskentelytapoja.

Lähestyn aihetta pohtimalla joukkoviestinnän ja yhteiskunnan suhdetta etenkin sanomalehden näkökulmasta. Demokraattinen yhteiskunta rakentuu moniäänisen ja vapaan julkisen keskustelun kautta. Joukkoviestimet mahdollistavat tuon keskustelun tarjoamalla sille tilan. Toimittajien ja lukijoiden välinen vuorovaikutus vahvistaa keskustelua ja sen moniäänisyyttä. Etenkin maakuntalehtien ylläpitämälle paikalliselle keskustelulle ja sen jatkuvuudelle vuorovaikutuksella on suuri merkitys.

Tutkimusaineisto on kerätty toukokuussa 2006 havainnointimenetelmän avulla. Aineisto koostuu toimituksen palaverissa, jutuntekutilanteissa sekä toimituksen tiloissa tehdyistä havainnoista. Lisäksi haastattelin viittä avainhenkilöä, joilla on erityinen rooli toimituksen ja lukijoiden välisen vuorovaikutuksen rakentumisessa. Havainnointijakson aikana seurasin myös intensiivisesti lehteä, etenkin sen yleisönosastoja.

Tutkimustulosten analyysi osoittaa, että Karjalaisen toimituksen ja lukijoiden välinen vuorovaikutus on päivittäistä, mutta melko yksipuolista. Vuorovaikutus tapahtuu pitkälti toimituksen ohjaamana. Lukijoiden ääntä tuodaan esille, mutta ei juuri rinnakkain viranomaisten äänen kanssa. Lukijoita ei osallisteta lehdessä käytyihin keskusteluihin muutoin kuin yleisönosastoilla. Vuorovaikutus nähdään toimituksessa kuitenkin tärkeänä, ja siihen halutaan panostaa jatkossa enemmän. Tämän tutkimuksen kautta esiin nousseita kehitysideoita tullaan myöhemmin toteuttamaan toimituksessa.

Asiasanat: julkinen keskustelu, sanomalehti, toimittaja, lukija, vuorovaikutus, maakuntalehti

# Sisällys

Sisällys .....	3
1. Johdanto .....	4
1.1. Työn rakenne.....	4
1.2. Kohti gradua.....	5
2. Sanomalehti tämän päivän yhteiskunnassa .....	7
2.1. Elämää mediademokratiassa .....	8
2.1.1. Periaatteet ja käytännöt .....	8
2.1.2. Moniääninen keskustelu.....	12
2.1.3. Demokratia median hampaissa .....	17
2.2. Journalistinen ottelu .....	22
2.2.1. Sanomalehti pelikenttänä .....	22
2.2.2. Toimittajat pelinappuloina .....	26
2.2.3. Lukijat tuomareina .....	30
2.3. Vuorovaikutus sanomalehdessä .....	34
2.3.1. Kaksin aina kaunihimpi .....	34
2.3.2. Maakuntalehti ihmisten lähellä .....	39
2.3.3. Yleisönosasto lukijan areena.....	42
3. Metodi koetuksella.....	45
3.1. Havainnointitutkimuksen taustaa.....	45
3.2. Tutkimusta vuorovaikutuksesta .....	50
4. Maakuntalehti Karjalainen .....	55
4.1. Eliittilehdestä maakunnan ykköseksi .....	55
4.2. Toimitus .....	58
4.3. Lukijat .....	61
5. Toimittajien ja lukijoiden kohtaaminen .....	65
5.1. Mahdollisuudet.....	65
5.2. Suhtautuminen .....	69
5.3. Käytännöt .....	73
6. Toimituksen päivä lukijan silmin.....	79
6.1. Lukijan paikka palavereissa .....	79
6.2. Keikalla kansan keskuudessa .....	84
6.3. Palautekanavat auki.....	89
7. Lopuksi.....	95
7.1. Paluu alkuun.....	95
7.2. Kehitysideoita .....	99
Aineisto .....	102
Lähteet.....	102
Muut lähteet .....	107
Liite 1 Toimituspalaverin havainnointikaavake.....	109
Liite 2 Juttuprosessin havainnointikaavake .....	110
Liite 3 Toimituksen infokoriin jaettu palaute .....	111

# 1. Johdanto

## 1.1. Työn rakenne

Tässä tutkimuksessa tartun kunnianhimoiseen tehtävään värittää kotiseutuni julkista keskustelua. Tuon keskustelun mahdollistajana ja tilana toimii tällä hetkellä pitkälti maakuntalehti *Karjalainen*. Tarkoitukseni on tarkastella lehden toimituksen ja lukijoiden vuorovaikutussuhdetta toimittajien näkökulmasta. Tätä varten vietin kuukauden lehden toimituksessa ja seurasin sen normaaleja työskentelytapoja. Toteutin tutkimuksen havainnointimenetelmän avulla, mikä tarjosi haastavan ja samalla äärimmäisen mielenkiintoisen tilanteen tutustua itselleni melko vieraaseen maailmaan – maakuntalehden toimitukseen.

Osallistuin päivittäiseen toimituspalaveriin, jossa käydään läpi päivän lehteä sekä pohditaan seuraavien lehtien sisältöä. Palaverin pohjalta lähdin jonkun toimittajan matkaan seuraamaan juttuprosessin etenemistä. Lisäksi tutustuin eri osastojen työrotiineihin sekä lukijoiden rooliin ja vuorovaikutuksen tapoihin juuri kyseisellä osastolla. Haastattelin myös muutamia yksittäisiä toimittajia, joilla on selkeä rooli toimituksen ja lukijoiden välisen vuorovaikutuksen rakentumisessa. Lisäksi seurasin intensiivisesti kuukauden ajan lehteä, etenkin sen yleisöpalstoja. Näin pystyin havainnoimaan vuorovaikutusta osana toimituksen päivittäistä työskentelyä.

Tarkoitukseni on nivoa toukokuun aikana tekemäni havainnot joukkoviestinnän kentällä käytyyn keskusteluun median ja yhteiskunnan suhteesta. Luvussa 2 tarkastelen sanomalehden merkitystä demokraattisessa yhteiskunnassa. Pohdin eri toimijoiden rooleja sekä heidän välistä vuorovaikutustaan sanomalehden rakentamalla julkisen keskustelun areenalla. Seuraavaksi erittelen luvussa 3 havainnointimenetelmää ja tässä tutkimuksessa käyttämäni omaa sovellustani siitä. Luvussa 4 esittelen sanomalehti *Karjalaisen*, sen toimituksen ja lukijat. Luvussa 5 käyn läpi vuorovaikutuksen mahdollisuuksia ja käytäntöjä *Karjalaisessa*. Tämän jälkeen luvussa 6 analysoin toukokuussa tekemiäni havaintoja siitä, miten vuorovaikutus toteutuu toimituksen päivittäisissä työrotiineissa. Lopuksi luvussa 7 pohdin muutamia kehitysideoita ja ajatuksia, joita toukokuiset havaintoni synnyttivät.

## 1.2. Kohti gradua

Tämän tutkimuksen valmistuminen on ollut pitkä prosessi. Se alkoi jo syksyllä 2005, kun otin ensimmäisen kerran yhteyttä Karjalaisen toimitukseen. Muutamien tapaamisten jälkeen aloin hahmottaa tutkimuksen suuntaviivoja itselleni. Aluksi jouduin pohtimaan omaa rooliani tutkimuksessa. Koska en ole ammattijournalisti ja kokemuksen toimittajan työstä rajoittuvat ainoastaan opintojeni ohessa suorittamiini kursseihin sekä avustajana kirjoittamiini juttuihin, päätin unohtaa kokonaan ammattimaisen lähestymistavan. Valitsin sen sijaan Karjalaisen lukijan roolin. Lehti on tullut vanhempieni kotiin koko elämäni ajan. Minun olisi helpompi tarkastella toimitusta niistä lähtökohdista, jotka olivat minulle tuttuja. Olisin siis käytännössä lehden lukija, joka pääsee toimitukseen aitiopaikalle seuraamaan sen työskentelyä.

Kansalaiset ovat olleet viime vuosina pinnalla niin tutkimuksessa kuin joukkoviestinnän kentällä. Itsekin olen syventynyt opinnoissani median ja demokratian välisen vuorovaikutuksen tarkasteluun. En ole kansalaisaktivisti, mutta olen aktiivinen kansalainen. Halusin tarkastella kansalaisten, tässä yhteydessä Karjalaisen lukijoiden, mahdollisuuksia keskustella ja vaikuttaa journalismin agendaan sekä kotiseutunsa julkiseen keskusteluun. Lukijoiden tulisi voida kertoa ideoitaan ja mielipiteitään, joihin toimittajat tarttuvat ja joita he käyttävät osana työtään. Tätä tapahtuukin lehdissä kaiken aikaa, mutta minua kiinnostaa miten, kuinka usein ja millaisin seurauksin.

Tutkimukseni kohde alkoi olla selvä. Tulisni tarkastelemaan Karjalaisen toimituksen ja lukijoiden välistä vuorovaikutusta ja sen tarjoamia mahdollisuuksia julkisen keskustelun rakentumiselle. Valitsin tarkastelun kohteeksi toimittajat, koska heidän tottumustensa, asenteidensa ja työskentelynsä kautta kansalaiset joko pääsevät tai eivät pääse ääneen maakunnan keskeisellä julkisen keskustelun areenalla. Toimittajien työhön tarttumalla ja sitä kriittisesti tarkastelemalla on myös mahdollista etsiä keinoja vuorovaikutuksen värittämiseen ja kehittämiseen. Tästä syystä tunnen tekeväni hyödyllistä tutkimusta, jonka myötä toimittajat pysähtyvät toivottavasti hetkeksi pohtimaan asioita. Näenkin tämän tutkimuksen tärkeimmäksi päämääräksi ajatusten vaihdon, niin minun ja toimittajien kuin toimituksen ja lukijoiden välillä. Tavoitteena on siis monipuolistaa ja kehittää keskustelun kautta rakentuvaa vuorovaikutusta.

Millä menetelmällä lähtisin aihetta tutkimaan? Oikeastaan omat kiinnostuksen kohteeni ja tavoitteeni ratkaisivat metodiongelman puolestani. Halusin keskustella toimittajien kanssa, mutta myös seurata ja havainnoida heidän työtään. Minua kiinnosti myös tarkastella lehteä ja lukijan näkymistä sen sivuilla. Havainnointitutkimus antaisi minulle melko vapaat kädet soveltaa erilaisia menetelmiä. Sen avulla saisin yhdistettyä erilaiset aineistot toisiinsa. Toimittajien työtä seuraamalla pystyisin tekemään havaintoja, joiden tueksi kyselisin toimittajien näkemyksiä ja kokemuksia. Havainnot konkretisoituisivat päivittäisen lehden seurannassa.

Lähetin tutkimussuunnitelmani toimitukseen huhtikuussa 2006. Havainnointijakso toukokuussa onnistui hyvin. Toimituksessa suhtauduttiin tutkimukseeni ja minuun tutkijana pääasiallisesti myönteisesti. Toimittajat ottivat minut mukaan juttukeikoille, kertoivat vapaasti ajatuksiaan ja jakoivat kokemuksiaan. Yhteisten keskustelujemme pohjalta moni asia avautui minulle paremmin. Ymmärrettävästi toimittajilla ei aina ollut aikaa ennakoida tulevaa, kertoa tekemisistään ja ohjata minua oikeaan suuntaan, joten minulta jäi muutamia hedelmällisiä hetkiä kokematta. Voin tässä suhteessa mennä pääosin itseeni – vieläkin rohkeampi asenne olisi ehkä ollut paikallaan.

Toivon ja uskon, että toimitus työskenteli koko ajan normaaleilla rutiineillaan. Mielestäni toimittajat kertoivat näkemyksiään rehellisesti, ilman tutkimuksesta johtuvaa kaunistelua. Myös kritiikkiä omaa ja muiden työtä kohtaan tuotiin esille, mikä osoittaa oikeaa asennetta ja samalla halua kehittää omaa työskentelyä. Oli mukava huomata, että kaltaiselleni amatööriille annettiin mahdollisuus tehdä tutkimusta, josta olin innostunut ja josta on toivottavasti molemmille osapuolille hyötyä. Uskon, että opin paljon enemmän toimittajien kanssa käymistäni keskusteluista kuin yhdestäkään oppikirjasta.

Lähtiessäni tekemään tätä tutkimusta asetin itselleni korkean tavoitteen. Nyt olen luonut pohjan tuon tavoitteen saavuttamiseksi. Ilmeisesti innostukseni ja ideani on otettu Karjalaisen toimituksessa hyvin vastaan, sillä pääsen toteuttamaan niitä myös käytännössä. Tulen työskentelemään jonkin aikaa Karjalaisen ajankohtaistoimituksessa, missä tehtäväni on edistää nimenomaan kansalaislähtoisemmän journalismin toteutumista lehdessä. Melko pitkä tie on nyt takana, mutta vielä pidempi ja haastavampi on siis edessä.

## 2. Sanomalehti tämän päivän yhteiskunnassa

Mediasta, joukkoviestinnästä ja journalismista puhutaan usein päällekkäin. Niillä on kuitenkin omat määrittelynsä, tehtävänsä ja tavoitteensa. Media viittaa sekä yksittäiseen välineeseen että joukkoviestinnän kokonaisuuteen. Teknisessä mielessä sillä tarkoitetaan kaikkia merkityksiä välittäviä välineitä kuten televisiota, sanomalehteä ja kirjaa. (Nieminen & Pantti 2004, 15.) Joukkoviestintä tarkoittaa sanomien välittämistä suhteellisen suurelle, ennalta rajaamattomalle yleisölle. Journalismi tarkoittaa puolestaan ajankohtaista ja faktapohjaista joukkoviestintää. (Kunelius 1998b, 15, 18.) Tässä työssä tarkastelen nimenomaan sanomalehteä ja sen roolia yhteiskunnassa. Edellisten määritelmien mukaan sanomalehti on sekä osa mediaa että joukkoviestin, ja sen piirissä harjoitetaan journalismia.

Lähden kuitenkin liikkeelle tarkastelemalla yhteiskunnan ja median suhdetta laajemmin, sillä sitä kautta pystyn hahmottamaan sanomalehden roolia tuossa kokonaisuudessa. Lähestyn asiaa tarkastelemalla julkisen aluetta, jossa käydään keskustelua ja neuvottelua siitä, miten yhteiskunta ajattelee ja toimii. Julkiseen keskusteluun pyrkii osallistumaan eri toimijoita, joilla kullakin on oma roolinsa. Median rooli on kasvanut, mikä vaikuttaa entistä enemmän julkiseen keskusteluun ja sitä kautta yhteiskunnan kehittymiseen. Mihin suuntaan demokraattinen yhteiskunta median hampaissa menee?

Sanomalehti on joukkotiedotusväline, jolla on oma roolinsa median ja yhteiskunnan välisen suhteen rakentumisessa. Lehdet toimivat julkisen keskustelun areenana, mutta niillä on myös omia tavoitteitaan. Myös lehtien toimittajilla ja lukijoilla on omia tehtäviä, tavoitteita ja rooleja. Millainen rooli sanomalehdelle, toimittajalle ja lukijalle tämän päivän yhteiskunnassa muodostuu? Entä mihin suuntaan he itse toimintaansa ohjaavat?

Vuorovaikutus ja keskustelevuus ovat demokraattisen yhteiskunnan perusta. Media ja sanomalehti sen osana mahdollistavat pitkälti tämän päivän julkisen keskustelun. Toimittajat eivät kuitenkaan keskustele yksinään, vaan he tarvitsevat keskustelukumppaneita, kuuntelijoita ja kertojia. Millaista vuorovaikutusta sanomalehden lukijoilla ja toimituksella yleensä on? Mitä tuo vuorovaikutus osapuolille tarjoaa ja mitä hyötyä siitä heille on?

## 2.1. Elämää mediademokratiassa

### 2.1.1. Periaatteet ja käytännöt

*”Demokratia ja siihen olennaisesti kuuluva sananvapaus voivat toteutua vain viestinnällisten suhteiden kautta – minkäänlainen demokraattinen päätöksenteko ja sitä edeltävä keskustelu ratkaisuvaihtoehtojen välillä ei voi toteutua ilman tätä palvelevaa viestintäjärjestelmää (Nieminen 1998, 275.)*

Nyky-yhteiskuntaa nimitetään joskus mediademokratiaksi, sillä tiedotusvälineet ovat nousseet kansanvallan ja poliittisten eliittien haastajaksi. Tiedotusvälineet pystyvät vaikuttamaan siihen, mitä puhutaan ja mistä näkökulmasta. (Paloheimo & Wiberg 1996, 255.) Demokratiaa ei voida ajatella pelkästään median kautta rakentuvana, mutta sen dynamiikka pohjautuu viestintään. Sosiaalinen viestintä tapahtuu puolestaan yhä enemmän median kautta. (Dahlgren 1995, 2.) Miten tiedotusvälineet toteuttavat demokratian periaatteita? Kysymystä tulee lähestyä pohtimalla aluksi demokratian käsitettä. Sen määrittely ei ole yksinkertaista, vaikka termiä käytetään jatkuvasti kuvaamaan nykyistä yhteiskuntarakennetta.

Heikki Paloheimo ja Matti Wiberg (1996) määrittelevät demokratian kansan tahdon toteutumisenä, enemmistön tahtona ja kilpailullisena menettelynä päättäjien valitsemiseksi (emt., 138–142). John Keanen (1991) mukaan demokratia voidaan ymmärtää normatiivisten sääntöjen mukaan määritettyjen menettelytapojen järjestelmänä. Nuo säännöt kertovat, kuka tekee yhteisiä päätöksiä ja millaisten menettelyjen kautta nuo päätökset tehdään. (emt., 168.) Peter Dahlgrenin (1995) mukaan demokratia voi tarkoittaa erilaisia asioita eri ihmisille. Samalla kun sosiaaliset ja poliittiset olosuhteet muuttuvat, muuttuvat myös demokratian määritelmät. (emt., 2.) Tietyt periaatteet ovat kuitenkin pysyviä. Demokratia takaa kansalaisille perusoikeudet, kuten kokoontumis- ja ilmaisunvapauden (Keane 1991, 169). Ne ovat demokratian perusperiaatteen, keskustelun kautta toteutuvan päätöksenteon, edellytyksiä.



Demokratian päämääränä on päättää asioista yhdessä. Tämä vaatii kolmen periaatteen toteutumista: jaettua asiaankuuluvaa tietoa, menetelmää tai paikkaa tuon tiedon soveltamiseksi julkiseen pohdintaan sopivaksi sekä jaettuja arvoja, joille päätökset tiedosta pohjautuvat. (Merritt 1998, 8.) John Deweyn (1927/1954) mukaan demokratia saa täyttymyksensä, kun vapaa yhteiskunnallinen neuvottelu on kestävästi yhdistynyt toimivaan viestintään (emt., 184). Median paikka demokratiassa on toimia yhteiskunnan kolmen peruspilarin; valtiovallan, markkinavoimien ja kansalaisyhteiskunnan, välissä. Media ei ole itsenäinen subjekti, vaan instituutio, jossa muut yhteiskunnan toimijat käyttävät valtaansa. (Nieminen & Nordenstreng 2000, 254.) Joukkotiedotusvälineitä pidetään kuitenkin poliittisina voimina, sillä niillä on valtaa vaikuttaa kansalaismielipiteeseen ja poliittiseen päätöksentekoon (Paloheimo & Wiberg 1996, 252).

Crigler ja Jensen (1991) puhuvat voimakkaista toisista, joita ovat valtio, jumala, ympäristö ja luokka. Ne muokkaavat eri tavoin yksilöiden käsityksiä, ajatuksia ja toimintaa. Usein vaikutukset ylittävät yksilöiden oman kontrollin ja täydentävät sen puutteita. (emt., 181–183.) Myös media voidaan nähdä voimakkaana toisena, koska sillä on sekä poliittinen rooli että valtaa yksilöihin nähden. Median kautta tieto, mielipiteet ja asenteet välittyvät huomaamatta joskus tiukankin kontrollin alaisuudessa. Muun muassa sosiaaliset suhteet ja jokaisen oma sosiaalinen identiteetti rakentuvat pitkälti median välityksellä. Me näemme itsemme aviopuolisoina, vanhempina, työntekijöinä ja kuluttajina yhä enemmän median rakentamien identiteettien kautta. (Garnham 1992, 365.)

Viime aikoina media onkin alkanut muistuttaa yhä enemmän itsenäistä subjektiä. Luokittelu neljänneksi valtiomahdiksi lainsäädäntövallan, toimeenpanovallan sekä oikeudenkäytönvallan rinnalle johtuu ennen kaikkea julkisuuden lisääntymisestä (Nieminen & Nordenstreng 2000, 254). Sitä kautta media pystyy vaikuttamaan kansalaisten tietoihin, asenteisiin ja toimintaan (Paloheimo & Wiberg 1996, 255–257). Media on kuitenkin tiukasti sidoksissa muuhun yhteiskuntaelämään, joten se ei pysty toimimaan täysin itsenäisesti. Sidokset etenkin markkinatalouteen ovat kasvaneet. (Nieminen & Nordenstreng 2000, 254.) Joskus puhutaan jopa markkinoiden ohjaamasta journalismista, jonka toiminta kytkeytyy kiinteästi markkinatalouden periaatteisiin (McManus 1994, 2–3).

John Keane (1991) korostaa, että nyky-yhteiskunta vaatii demokraattisesti toimiakseen edustamiseen perustuvan järjestelmän sekä valtion ja kansalaisyhteiskunnan yhteistyötä ja vuoropuhelua (emt., 169). Peter Dahlgren (1995) sanoo demokratian tarjoavan keinoja organisoida ja sovittaa erilaisia kilpailevia intressejä, projekteja ja arvoja moniarvoisessa yhteiskunnassa (emt., 3). John Deweyn (1927/1954) mukaan viestinnän tapoja kehittämällä voidaan ponnistella ja toimia yhteisten etujen selvittämiseksi. Tähän päästään rakennettujen ja jaettujen merkitysten kautta, jotka tulkitaan ajatuksiksi ja toivotuiksi toiminnan suunniksi symbolien avulla. (emt., 153–155). Viestintä siis rakentaa yhteiskuntaa ja sen jäsenten välistä yhteyttä sekä vuorovaikutusta.

Ihanteellisessa demokratiassa enemmistön tahto muodostuu avoimen julkisen keskustelun kautta, johon kaikilla niillä, joita käsiteltävänä oleva asia koskee, on osallistumisoikeus. Julkisen keskustelun tuloksena muodostuu enemmistön tahtoa ilmentävä julkinen mielipide, joka muodostaa sitovan päätöksen. (Nieminen 1998, 275.) Keskustelua käydään ennen kaikkea julkisen alueella. Julkisen aluetta (public sphere) on pyritty määrittelemään erilaisista näkökulmista käsin. Peter Dahlgren (1991) näkee julkisen alueen seuraavasti:

*”Julkisen alue osoittaa tämän päivän yhteiskunnassa, miten ja missä laajuudessa joukkoviestimet, etenkin journalistisessa roolissaan, voivat auttaa kansalaisia oppimaan asioita maailmasta, keskustelemaan vastuustaan noissa asioissa ja tekemään päätöksiä toimintojensa suunnista” (Dahlgren 1991, 1.)*

Keskeisin julkisen aluetta määritellyt tutkija on saksalainen teoreetikko Jürgen Habermas. Habermas tarkastelee julkisen tilan ja demokratian kytkeytymistä porvarillisen julkisuuden kautta. Porvaristo onnistui noustessaan luomaan uuden sosiaalisen tilan julkiseen kuuluvan valtion ja yksityiseen lukeutuvan kansalaisyhteiskunnan väliin (Habermas 1962/1989, 30). Yksityiset ihmiset kerääntyivät yhteen tuoden esiin omia kriittisiä näkökulmiaan. Habermasin muotoilema ihanteellinen julkisuus rakentuu kaikille avoimen keskustelun pohjalta. Jokaisen osallistujan mielipide otetaan keskusteluissa tasavertaisesti huomioon, eikä argumenttien paremmuutta ratkaista sosiaalisten hierarkioiden kautta. (emt., 36-37.) Julkisen alueen keskustelut olivat kuitenkin jo tuolloin rajoitettuja. Niihin pystyi osallistumaan ainoastaan omistava ja koulutettu luokka (emt., 37).

Keskeinen asia julkisen alueella on pääsy sen äärelle. Peter Dahlgrenin (1995) mukaan julkinen alue muodostuu, kun kansalaiset kokoontuvat julkisiksi ryhmiksi keskustelemaan asioista, etenkin poliittisista kysymyksistä. Koska modernissa yhteiskunnassa vain pieni osa ihmisistä pystyy fyysisesti osallistumaan noihin keskusteluihin, on joukkoviestinnästä tullut johtava julkisen alueen instituutio. (emt., 7-8.) Moderni julkisen alue pitää yllä eliittijulkisuutta, joka perustuu ennen kaikkea valittujen edustajien ja julkisiin tehtäviin koulutettujen ammattilaisten esiintymiselle. Siinä tavallisille kansalaisille on varattu yleisön rooli katsojina, kuulijoina ja lukijoina. Eliitin ja kansan välillä toimivat viestimet, jotka rakentavat eliitin määrittelemää julkista keskustelua. Keskustelun aiheet ovat pääasiassa rutiininomaisia ja ennalta-arvattavia. Kansalaisille kerrotaan ylhäältäpäin, miten asioihin pitäisi suhtautua. (Nieminen 1998, 287–288.)

Demokratia edellyttää, että kaikilla on avoin pääsy julkisiin instituutioihin sekä niiden tiedon resursseihin. Julkisuutta voidaan arvioida siinä esiintyvien toimijoiden määrän perusteella. (Heikkilä & Kunelius 1997, 7.) John Keanen (1991) mukaan erotteleva pääsy viestinnän kentälle on kuitenkin välttämätöntä modernissa kansalaisyhteiskunnassa. Antiikin Kreikan aikainen homogeeninen poliittinen yhteisö polis, jossa kansalaiset kerääntyivät julkisesti yhteen, puhuivat kasvoitusten ja johtivat vuorollaan, on mahdottomuus modernissa maailmassa. (emt., 41.) Mikään tila ja aika ei pysty toteuttamaan tuota ihannetta tänä päivänä. Keane pitääkin viestinnän vapautta vaihtelevana vapautena, jonka käyttäjät ovat jakaantuneet erilaisiin kategorioihin. Joskus toisen ihmisen ilmaisunvapaus on ristiriidassa toisen ihmisen samaisen vapauden kanssa. (emt., 42–43.)

Jürgen Habermas kritisoi kaupallisen median ja kapitalismin nousua, sillä ne juuri muuttivat julkisen alueen rakennetta ja sen tarjoamia mahdollisuuksia. Esimerkiksi lehtien kustantajat alkoivat olla kiinnostuneita vain kaupallisista tavoitteista. Tiedonvälittämisen journalismista siirryttiin kirjallisuutta muistuttavaan journalismiin. Yksityisen ja julkisen ero alkoi hämärtyä. (Habermas 1962/1989, 181–182.) Kaupallisuuden logiikka muutti julkista keskustelua, jonka tilalla alettiin tarjota entistä enemmän viihdettä ja mainontaa. Se puolestaan syövytti kansan kriittistä suhtautumista, joka menetti samalla yhteenkuuluvuuden tunnetta ja sirpaloitui. (Dahlgren 1995, 8.)

Tuo kehitys on voimistunut vuosien myötä. Dahlgren (1995) näkee yhtenä tämän päivän julkisen alueen ongelmana yleisön sirpaloitumisen kulutusmahdollisuuksien ja demografisten tekijöiden mukaan (emt., 12). Myös Nicholas Garnham (1992) näkee postmodernin yhteiskunnan keskeisenä piirteenä mediateknologian ja mediamarkkinoiden muutokset, jotka johtavat segmentoitumiseen (emt., 368). Keskustelu on hajautunutta, ja sitä käydään tarkasti rajautuneiden yhteisöjen sisällä. Alastair Hannayn (2005) mukaan julkisyleisö (public) tai yleisö (audience) hajautuu helposti kahtia; asiantuntijoihin sekä katsojiin tai kokijoihin (emt., 42). Siten informoidun eliitin ja viihdytetyn massayleisön välinen kuilu helposti kasvaa. (Dahlgren 1991, 11.)

Julkisen alue siis hajautuu erilaisten intressien mukaisesti. Yleensä ihmiset muodostavat mielipiteen jostakin asiasta julkisen alueella käydyn keskustelun pohjalta. Toisaalta julkinen ryhmä voi muodostua yksittäisen mielipiteen ympärille. Julkista ei siten voida enää ymmärtää yhtenä kokonaisuutena, vaan julkisten ryhmien moninaisuutena. (Hannay 2005, 28.) Tässä mielessä julkinen ei rakennu enää pelkästään eliitin säätelemien rajojen sisällä. Ann N. Criglerin ja Klaus Bruhn Jensenin (1991) mukaan nykyinen julkisen alue vaatii uusia, yleisön näkökulmasta lähteviä määrittelyjä, koska viestinnän ympäristö on entistä monitahoisempi (emt., 176). Julkisen aluetta ja siellä käytyä keskustelua on tärkeää tarkastella eri toimijoiden näkökulmasta. Seuraavaksi tarkastelenkin eri toimijoiden rooleja julkisen keskustelun rakentumisessa.

### **2.1.2. Moniääninen keskustelu**

Demokraattisen yhteiskunnan julkisen alue rakentuu kolmen eri toimijaryhmän, median, valtion sekä kansalaisten, vuorovaikutuksen varaan markkinavoimien vaikuttaessa kaiken taustalla. Median vaikutuksia ja tehtäviä tarkasteltaessa huomataan, että sen rooli yhteiskunnan rakentumisessa on huomattava. Joukkoviestintä nähdään yhteiskunnallisen toiminnan kokoajana ja suodattajana (Pietilä & Sondermann 1994, 52). Touko Perko (1998) vertaa mediaa kirkkoon ja sen sanomia raamattuun. Hänen mukaansa media on kirkon tavoin lähellä valtaa. Sen mahti perustuu tietäjän rooliin; se välittää, luo ja hallitsee tietoa samalla tavalla kuin kirkko aikaisemmin. (emt., 11.)

Median roolista kirkon korvikkeena voidaan olla monta mieltä, mutta joukkoviestinnän vaikutuksia ihmisten identiteettiin, maailmankuvaan ja minäkäsitykseen ei voida kiistää. Perko sanoo länsimaalaisen ihmisen päiväjärjestyksen ja arvomaailman rakentuvan median jatkuvan uutisoinnin ja kommentoinnin kautta (emt., 12). Yhteiskunta siis hahmottuu ihmisille median ja sen luomien mielikuvien välityksellä:

*”Journalismi uutisvalinnoillaan ja uutisarvostuksillaan määrittelee sen, mitkä asiat ovat ihmisten mielestä tärkeitä ja keskustelun arvoisia, millaiseksi todellisuus ihmisten mielissä muodostuu”* (emt., 14).

Sananvapauden haltijana on kuitenkin kuka tahansa ihmisyksilö, ei media. Hannu Nieminen ja Kaarle Nordenstreng (2000) mieltävät median tehtäväksi demokratiateorian valossa kansalaisten palvelemisen. Media tulee nähdä välineenä kansalaisten sananvapauden toteutumisessa. (emt., 255.) Tämän ylevän, mutta joukkoviestinnässä päivittäin toteutuvan tehtävän rinnalla medialle on annettu muitakin yhteiskunnallisia tehtäviä. Median tulee saattaa julkisuuteen totuudellista ja merkittävää tietoa sekä kansalaisten piirissä käytävää keskustelua (emt., 255). Tapani Huovila (2005) näkee tiedonvälityksen median tärkeimpänä tehtävänä:

*”Jos tiedotusvälineet onnistuvat tiedonvälittämisessä, kansalaisilla on niiden avulla mahdollisuus saada käsitys yhteiskunnan toimivuudesta ja sitä kautta uutta tietoa oman päätöksentekonsa pohjaksi”* (emt., 8).

Median tulee varustaa kansalaiset sellaisella tiedolla, että he pystyvät muodostamaan itsenäisiä mielipiteitä yhteiskunnallisista kysymyksistä. Sen tulee tarjota foorumi erilaisten näkemysten pääsemiseksi julkisuuteen sekä tuottaa päätöksentekijöitä ja kansalaisia yhdistävää dialogia, jonka perusteella julkinen mielipide voi muodostua. Median tulee toimia myös kriitikkona seuraamalla valtaapitävien toimia. (Nieminen & Pantti 2004, 30.) Tästä syystä tiedotusvälineistä puhutaan usein vallan vahtikoirana (mm. Huovila 2005, 8). Samalla esiin nousee käsitys journalismin representaatio- luonteesta, toimimisesta yleisön edustajana julkisessa keskustelussa (Heikkilä & Kunelius 1997, 6).

Davis Merrittin (1998) mukaan journalismille on asetettu kolme keskeistä vaatimusta. Sen tulee olla objektiivista, puolueetonta sekä luovaa. (emt., 24.) Noiden vaatimusten täyttäminen vaatii journalisteilta paljon. He eivät saisi jakaa ajatuksia tai välittää niistä asioista, joista kertovat kansalaisille. Journalistien työ onkin tasapainoilua erilaisten näkökantojen välillä. (emt., 26.) Tämä ei tietenkään tarkoita, että toimittajilla ei saisi olla omia näkemyksiä ja mielipiteitä. Ne eivät kuitenkaan saa näkyä toimitustyössä niin, että muut näkemykset ja näkökannat unohtuvat. Demokraattisessa yhteiskunnassa kansalaisten tulisi kokea saavansa viestimien kautta riittävästi tietoa ja joko itse tai edustajansa välityksellä mielipiteensä esille julkisuudessa. Samoin kansalaisten tulisi voida uskoa, että viestimet valvovat luotettavasti poliittisten päättäjien toimintaa. (Nieminen 1998, 275–276.)

Yhteiskunnallisen keskustelun osapuoliksi ja rakentajiksi määrittyvät usein viranomaiset ja toimittajat. Heidät erotellaan usein eri puolille, vaikka todellisuudessa nämä kaksi toimijaa tarvitsevat toisiaan ja toimivat osittain myös päällekkäin. Merritt näkee hallinnon ja journalismin suhteen symbioottisena (Merritt 1998, 29). Tästä syystä toimittajat saapuvat kiltisti paikalle virastojen ja muiden virallisten tahojen tiedotustilaisuuksiin. Julkisen hallinnon tiedottamisen tavat perustuvat vakiintuneisiin virkamiesten ja toimittajien välisiin suhteisiin (Heikkilä 2001, 191). Merrittin mukaan myös journalismi ja politiikka elävät symbioosissa. Jos journalismin ja politiikan symbioosi hajoaa, hajoaa myös demokratia. (Merritt 1998, 52.) Poliitikka tarjoaa toimittajille juttuaiheita, toimittajat puolestaan poliitikoille julkisuutta.

Toimittajat elävät siis symbioosissa valtion toimijoiden, eli politiikan ja hallinnon, kanssa. Päivittäinen agenda määrittyy noiden kolmen välisessä yhteistyössä. Merrittin mukaan journalistit näkevät hallinnon ja poliitikot toimijoina, joita kohtaan tulee olla huomaavainen. Kansalaiset nähdään puolestaan toiminnan kohteina (act on), joilta voidaan toisinaan kysyä kommenttia, mutta joilla ei ole varsinaista roolia. (emt., 77.) Kansalaiset asemoidaan usein vastaanottajan asemaan eikä aktiiviseksi ja antavaksi osapuoleksi (Heikkilä 2001, 191). He eivät siten vaikuta suoranaisesti agendan muodostumiseen tai esiin nostettujen kysymysten käsittelyyn. Journalistit sen sijaan ovat osa julkista elämää (public life). Heillä on suora vaikutus siihen, miten julkinen elämä etenee. (Merritt 1998, 96.)

Suomessa journalismin päiväjärjestystä pitävät yllä muutamat keskeiset toimijat; Helsingin Sanomat, YLE, STT, iltapäivälehdet sekä MTV3 (Perko 1998, 16). Niiden välittämä tieto päätyy päivittäin muiden viestimien sisältöihin. Omistajuuden keskittyminen suuryhtiöille on edelleen vahvistanut niiden toimijoiden valtaa agendan rakentumisessa. Suomalaisten päivittäiset puheenaiheet määrittyvät siis melko pienen joukon toimesta. Niiden perusteella rakentuvat niin politiikan asialistat kuin kansalaisten ruokapöytäkeskustelut.

Merrittin (1998) mukaan demokratian ideana on, että erilaisia näkemyksiä ja uskomuksia omaavat ihmiset voivat yhdessä ratkaista ongelmia ja elää rauhassa. Ihmisten ei siis tarvitse uskoa ja ajatella samalla tavalla, vaan asioista keskustellaan yhteisen tien löytymiseksi. Demokratian kysymys kuuluukin, mitä meidän pitäisi tehdä, ei mitä meidän pitäisi ajatella. (emt., 101.) Keskustelua syntyy erilaisilla foorumeilla, mutta julkiseksi nuo keskustelut nousevat useimmiten kansalaisten edustajien välityksellä joukkoviestinnän tarjoamilla areenoilla. Koska kaikki eivät voi keskustella yhtä aikaa ja yhtä kovalla äänellä, tarvitaan edustajia keskustelemaan keskeisille foorumeille muiden puolesta. Tällöin puhutaan edustuksellisesta demokratiasta.

Heikki Heikkilä ja Risto Kunelius (2000) tarkastelevat teoksessaan *Julkisuuskoee – Kansalaiskeskustelun opetuksia koneistolle* demokratian merkitystä ja asemaa nyky-yhteiskunnassa. He puhuvat nykyisestä edustuksellisuuteen perustuvasta mallista, jossa kansalaisten edustajina toimivat niin poliitikot kuin joukkoviestimet. (emt., 10.) Poliitikot ja joukkoviestimet välittävät kansalaisten mielipiteitä ja tekevät siten ihmisten ajatuksia sekä toiveita julkisiksi. Keskustelu ja päätöksenteko tapahtuvat valittujen edustajien välityksellä, ja ne lepäävät joukkoviestimien välittämän tiedon ja informaation varassa (Nieminen 1998, 282).

Viestimillä on merkittävä rooli edustuksellisen demokratian toteutumisessa. Ne toimivat pääasiassa kolmella tavalla. Ensiksi ne liittoutuvat vallassa olevien kanssa saadakseen uutisia. Toisaalta ne pyrkivät edistämään omaa etuaan poliittisiin päätöksiin vaikuttamalla. Viestimet tarvitsevat kuitenkin myös kansalaisia, maksavaa yleisöä, joten niiden on palveltava myös kansan tiedontarpeita. (emt., 282–283.) Kansalaiset suhtautuvat edustuksellisuuteen kuitenkin melko negatiivisesti. Tämä johtuu pitkälti vieraantumisesta – eriarvoisuus on lisääntynyt ja hallinto on byrokratisoitunut.

(Heikkilä & Kunelius 2000, 10–11.) Myös joukkoviestimet ja siten toimittajat nähdään tietynlaisen hierarkkisen ja byrokratisoituneen instituution osana, joka on kaukana tavallisista kansalaisista ja heidän arjestaan. Kansalaiset kokevat olevansa keskustelun ja politiikan ulkopuolella. He ovat luovuttaneet sananvapauden oikeuden pääasiassa edustajiensa käsiin. Ääntä käyttävät kansalaisten puolesta niin poliitikot, julkkikset kuin toimittajat. (Heikkilä 2001, 56.)

Edustuksellisen demokratian ohella nykyään puhutaan usein osallistuvan demokratian ihanteesta. Ensio Puoskari (2003) määrittelee demokratian John Deweyn ajatuksia mukaillen osallisuuden ja osallistumisen kautta (emt., 22). Olemme siis sekä osallisia demokraattisessa yhteiskunnassa että osallistujia sen määrittelyssä ja kehittämisessä. Osallistuvassa demokratiassa kansalaiset ottaisivat osaa demokraattisiin prosesseihin nimenomaan keskustelun kautta (Heikkilä & Kunelius 2000, 14). Osallistuvan demokratian malli on johdettavissa suoran demokratian ideaalista, joka kehittyi Antiikin Kreikan poliksessa. Suorassa eli välittömässä demokratiassa kansalaiset tekevät päätöksiä keskustelun kautta. Tämä vaatii läsnäoloa, mistä syystä suora demokratia soveltuu parhaiten paikalliseen ja yhteisöjen sisäiseen päätöksentekoon. (Nieminen 1998, 281.) Osallistuvassa demokratiassa keskustelu ei kuitenkaan vaadi fyysistä läsnäoloa. Syy osallistuvan demokratian nousuun onkin uuden teknologian mahdollistamissa osallistumisen tavoissa. Internet ja digitaalisuus ovat avanneet yhä toimivampia väyliä keskustelulle ja julkiselle mielipiteen vaihdolle (Heikkilä & Kunelius 2000, 14).

Hannu Nieminen (1998) puhuu julkisen harkinnan demokratiasta, joka nostaa kansalaiset uudelleen päätösten sitojiksi. Tässä demokratiamallissa keskustelu on avointa kaikille, joita käsiteltävä asia koskee. Kaikki siihen osallistuvat ovat tasavertaisia. (emt., 284.) Julkisen harkinnan demokratia muistuttaa siis Jürgen Habermasin kuvailemaa ihanteellista julkisuutta. Julkinen harkinta on ennen kaikkea yhteisten ongelmien pohdintaa ja erilaisten vaihtoehtojen punnintaa. Viestintä on tässä mallissa välittynyttä ja tapahtuisi pääasiassa viestinten kautta. (emt., 284.) Myös Heikkilä ja Kunelius (1997) puhuvat julkisen harkinnan mallista journalististen käytäntöjen, kuten kansalaisten keskusteluryhmien, kehittämisen yhteydessä (emt., 16).



Heikkilä (2001) näkee osallistuvan demokratian ongelmiksi muun muassa sen päätöksentekoon mukanaan tuomat mutkat sekä kansalaisiin kohdistuneet vaatimukset (emt., 188). Kansalaiset joutuvat omaksumaan aiempaa aktiivisemmän roolin, mikä voi tuntua vaikealta. Aktiivinen osallistuminen tekee usein kansalaisesta muiden silmissä erityisen persoonan. (emt., 189.) Tämä johtuu siitä, että kansalaiskeskustelut tapahtuvat usein niin sanotun vakavan journalismin ulkopuolella. Kansalaiset jäävät journalistisessa julkisessa keskustelussa monesti yleisönosastoille, sillä kansalaisten toimintaa muilla areenoilla ei pidetä aina edes sopivana (emt., 192). Aktiivinen osallistuminen voidaan tästä syystä tulkita kielteisesti. Heikkilä katsoo, ettei aitoon vuorovaikutukseen ole mahdollisuutta, jos julkisessa keskustelussa eri osapuolilla on vakiintuneet tehtävät eikä niille anneta mahdollisuutta kehittyä, (emt., 192).

Heikkilän mukaan osallistuminen ja demokraattinen keskustelu ovat kuitenkin itseisarvoja ja myös merkkejä terveestä yhteisöstä (emt., 189). Näihin kannustaminen on toimivan kansalaisyhteiskunnan itseisarvo, johon ollaan kiinnittämässä huomiota. Heikkilä nostaa kansalaistoiminnan demokraattisen yhteiskunnan ytimeen. Kansalaisten velvollisuuksia on painotettu etenkin amerikkalaisessa yhteiskunnassa esillä olleessa kommunitaristisessa ajattelussa. Sen mukaan paikallisyhteisöt ovat valtiota keskeisimpiä toimijoita. (emt., 28.) Paikallisuus ja lukijoiden lähiympäristö ovat nimenomaan maakuntalehtien vahvuus. Muun muassa niihin panostamalla julkista keskustelua voitaisiin kehittää moniäänisemmäksi. Näihin mahdollisuuksiin paneudun tarkemmin Karjalaisen toimituksen työskentelyä tarkastellessani.

### **2.1.3. Demokratia median hampaissa**

Demokraattisen yhteiskunnan ihanteiden, keskustelun ja asioista yhdessä päättämisen, mahdollistuminen on kehittynyt paljon viime vuosina. Tähän ovat vaikuttaneet monet yhteiskunnan rakenteelliset muutokset, jotka ovat heijastuneet myös mediaan. Poliittinen päätöksenteko on tullut avoimemmaksi, poliitikkojen toimia seurataan tarkemmin ja vaihtoehtoiset mediat ovat lisänneet yhteiskunnan moniäänisyyttä. Kansalaisten osallistumismahdollisuuksia on pyritty kehittämään muun muassa erilaisia foorumeja rakentamalla. Media toimii kuitenkin myös demokratian ihanteiden vastavoimana. Julkisuuden lisääntyminen ei ole pelkästään lisännyt demokratiaa ja tasa-

arvoa, päättäjien ja kansalaisten kohtaamista sekä kansalaisten ääntä. Kehitys on itse asiassa kulkenut toiseen suuntaan, mikä kertoo siitä, ettei julkisuuden lisääntyminen välttämättä lisää ymmärrystä ja osallistumista (Nieminen & Pantti 2004, 11.) Tarkastelen seuraavaksi mediakentällä ja sitä kautta demokratian periaatteiden toteutumisessa tapahtuneita muutoksia nimenomaan sanomalehtien näkökulmasta.

Demokraattisessa yhteiskunnassa julkisella keskustelulla pyritään vaikuttamaan ennen kaikkea poliittiseen ympäristöön, jossa yhteiskunnan suuntaviivoja rakennetaan. Tiedotusvälineiden poliittiset linjaukset ja painotukset ohjaavat voimakkaasti yhteiskunnan poliittista ilmapiiriä. Lehdistö oli Suomessa aluksi selvästi poliittisesti värittyä ja jakautunutta. Erilaiset uudet aatteet ja puolueyhdytys tarvitsivat omia äänitorviaan (Tommila 2000, 47). Tämä heijastui myös lukijoiden ja toimitusten suhteisiin. Lukijat valitsivat lehden ennen kaikkea oman arvomaailman ja tiettyjen asiakysymysten mukaan.

Nykyään lähes kaikki keskeiset maakunta- ja paikallislehdet ovat julistautuneet puolueettomiksi. Kehitys alkoi nimenomaan paikallislehdistön parissa toisen maailmansodan jälkeen (emt., 48). Moni puoluelehti joutui lopettamaan ilmestymisensä jäätyään sitoutumattomaksi julistautuneen maakuntalehden rinnalla levikiltään kakkoslehdiksi (Jyrkiäinen & Savisaari 2000, 63). Jotkut lehdet yhdistyivät suuriksi lehtitaloiksi, osa pienemmistä kuoli pois. Samalla lehtien lukijakunnat muuttuivat heterogeenisemmiksi, mikä on vaikuttanut toimitukselliseen aineistoon. Anu Kantolan (1998) mukaan lehdet ovat suurempaa lukijakuntaa tavoitellessaan häivyttäneet ja muokanneet aatteellisia lähtökohtiaan (emt., 23). Poliittinen sitoutumattomuus on kuitenkin vaikeaa, sillä politiikan ja median suhde on kiinteä.

Mielipiteiden sijasta lehdet nostavat nykyään joskus esiin yksittäisten poliitikkojen henkilökohtaisia asioita. Tämä on pitkälti seurausta joukkoviestinnän henkilöitymisestä ja viihteellistymisestä. Ian Connell (1991) on huolissaan yksityisen noususta keskiöön mediassa. Ennen tärkeinä pidetyt julkisen alueen tapahtumat kansallisessa ja poliittisessa elämässä ovat jäämässä taka-alalle. Sen sijaan viihde, vapaa-aika ja yksityinen kiinnostavat ihmisiä yhä enemmän. (emt., 236.) Heikkilän (2001) mukaan yhteiskunnalliset terveet erottelut ovat menettäneet merkityksiään. Selvimmin tämä tulee esiin yksityisen ja julkisen sekä faktan ja fiktion välisen rajan hämärtymisestä,

kuten myös vakavan ja populaarin yhtenäistymisenä. (emt., 23.) Yksityiset asiat muutetaan julkisiksi, ja samaan aikaan laajemmat, kansallisesti ja poliittisesti relevantit asiat jäävät taka-alalle (Connell 1991, 236). Tätä prosessia kutsutaan usein tabloidisaatoksi (mm. Nieminen & Pantti 2004, 94).

Joukkoviestintä on myös yksilöllistymässä. Siinä on Heikkilän mukaan yleisemmin kyse valtion vetäytymisestä, kun sen tehtäviä on siirretty markkinoiden ja yksilöiden vastuulle (Heikkilä 2001, 290). Tästä selvänä esimerkkinä on Yleisradion ja MTV:n duopolin purkautuminen sekä myös YLE:n voimakas ulkoistaminen (Sauri & Picard 2000, 35). Yksilöt mielletään asiakkaiksi, niin yksityisellä kuin julkisella sektorilla (Heikkilä 2001, 290). Yksityisten markkinoiden kasvaessa taloudellisen voiton tavoittelu ohjaa entistä voimakkaammin mediaesitysten rakentumista. Toimituksen pyrkivät tarjoamaan sisältöjä, jotka miellyttävät erilaisia ihmisiä (Kantola 1998, 24). Tämä johtaa sisältöjen yhtenäistymiseen ja näkökulmien mitäänsanomattomuuteen – ketään ei haluta loukata.

Samaan aikaan median tarjoamia tuotteita pyritään yksilöimään siten, että mainontaa voidaan suunnata tietyille erityisryhmille. Esimerkiksi teemasivut ja harrastelehdet ovat kasvaneet huomasti viime vuosikymmenen aikana (Heikkilä 2001, 291). Julkinen keskustelu sirpaloituu yhä pienempiin palasiin. Suurten linjausten sijaan keskitytään yksittäisiin intresseihin. Anu Kantola (1998) puhuu kohdeyleisöajattelusta, jonka avulla pyritään houkuttelemaan eriytyneitä yleisöjä ja sitä kautta mainostajia (emt., 25). Tämä tekee ihmisistä epätasa-arvoisia, sillä osalla yleisöstä on suurempi markkina-arvo mainostajien ja siten joukkoviestintän silmissä. Maksukykyiselle yleisölle tarjotaan edelleen korkeatasoista journalismia (McManus 1994, 41).

Media ei siis ole sitoutumaton puoluesidosten katkaisemisen jälkeenkään, sillä puolueiden tilalle ovat nousseet markkinavoimat, joiden painostus ja ohjaus näkyvät mediassa yhä voimakkaammin. Tämä tarkoittaa liberalistisen julkisuuden nousua. Siinä julkisuudessa esiintyvien asioiden arvo määrittyy kysynnän mukaan. Julkisuustila on kyettävä maksimoimaan, mikä nostaa mainonnan ja imagon rakentamisen keskiöön. (Nieminen & Pantti 2004, 33.) Julkisessa keskustelussa esiin nousevat asiat, jotka herättävät ihmisten huomion. Asioiden esiin nostamisessa mietitään, miten ne sopivat ja millaisia vaikutuksia niillä on lehden imagolle.

Markkinavoimien vallan kasvu ja taloudellisen voiton tavoittelu ovat johtaneet välineiden integroitumiseen. Suomessa omistajuuden muutokset ovat edenneet vauhdilla muutamien viime vuosien aikana. Nykyään SanomaWSOY sekä ruotsalainen mediajätti Bonnier Group omistavat huomattavan osan suomalaisesta mediakentästä. SanomaWSOY:n omistukseen kuuluvat muun muassa Helsingin Sanomat, Iltasanomat, Kouvolan Sanomat ja Kymen Sanomat. Bonnier Group omistaa Alma Median sähköiset liiketoiminnot, kuten MTV3:n. (Huovila 2005, 38–39.) Alma Media omistaa 36 lehteä, muun muassa Aamulehden, Iltalehden ja Satakunnan Kansan ([www.almamedia.fi](http://www.almamedia.fi)). Omana ryhmänään erottuvat myös Väli-Suomen Mediat Oy:n kuuluvat lehdet Ilkka, Keski-suomalainen, Pohjalainen, Savon Sanomat ja Karjalainen. (Huovila 2005, 38–39.) Väli-Suomen Mediat Oy perustuu yhteistyölle, ei yhteisomistukselle.

Suomessa sanomalehdistön vahvuus on maakunnallisen ja paikallisen tiedon välittäminen, mihin lehdistön toiminta on myös keskittynyt. Yhteistyötä eri maakuntalehtien välillä on kuitenkin lisätty, jotta lehdet voisivat vastata sähköisen median tarjoamiin haasteisiin sekä kasvaviin kustannuspaineisiin. (Jyrkiäinen & Savisaari 2000, 62.) Touko Perkon (1998) mukaan viestintävälineiden yhteiset sisällöt ja yhteiset toimitukset yhteisen agendan ja yhteisten uutiskriteereiden ohessa latistavat kilpailua, lisäävät samankaltaisuutta ja poistavat omaleimaisuutta (emt., 19). Keskustelunaiheet, asiakysymykset ja kannanotot ovat yhteistyötä tekevien toimitusten lehdissä usein samankaltaisia, sillä aineisto pyritään hyödyntämään yhteistyötä tekevien yrityksen kesken tehokkaasti.

Suuryritykset pitävät omistuksessaan keskeisimpiä ja näkyvimpiä välineitä. Niillä kustannukset tuotettua irtonumeroa kohti ovat pienemmät, joten ne voivat tarjota monipuolisempaa sisältöä kuin itsenäiset paikallislehdet. Se houkuttelee lukijoita, mikä puolestaan houkuttelee mainostajia. (Nieminen & Pantti 2004, 82–83.) Suuret, varakkaat yksiköt pystyvät panostamaan myös laatuun (Salminen 1998, 14). Ne saavat siten enemmän yleisöä kuin vaihtoehtoiset ja pienemmät mediayritykset. Pienemmillä yhtiöillä ei yleensä ole resursseja tuoda erilaisia näkökulmia esiin.

Teknologia ja sen tarjoamat mahdollisuudet on nähty keinona muuttaa mediakentää moniäänisemmäksi. Julkisuus toteutuu etenkin uusmedian mahdollistamissa interaktiivisuutta korostavissa käytännöissä (Puoskari 2003, 23). Ari Heinonen (1997)

näkee uuden viestintäteknologian mahdollisuutena sanomalehtien ja niiden yleisön välisen suhteen parantamisessa (emt., 7). McManus (1994) näkee kaksisuuntaisen viestinnän teknologian tarjoamana mahdollisuutena. Median kuluttajat voisivat siten valita itse haluamansa tuotteet ja mahdollisesti myös esittää kysymyksiä toimittajille. (emt., 41.) Siten kuluttajat saisivat näkyvämmän roolin julkisen alueella. Merrittin (1998) mukaan teknologiset muutokset voivat kuitenkin jopa vaikeuttaa demokraattisten ihanteiden toteutumista. Kun jaettu tieto ja kokemukset ylittävät normaalien yhteisöjen rajat ja tiedon tarjoajia on valtavasti, on demokraattinen toimiminen vaikeampaa. (emt., 135.)

Esimerkiksi Internetin on kuitenkin nähty avaavan kanavia kansalaisten erilaisten intressien esiin tuomiselle, luovan tilaa kansalaiskeskustelulle sekä mahdollistavan vaihtoehtoisten julkisten ryhmien muodostumisen (Puoskari 2003, 28). Sanomalehdissä uusi teknologia on otettu vastaan ristiriitaisin ajatuksin. Toisaalta se on nähty mahdollisuutena kehittää esitystapoja, mutta samalla myös rajaavan lehtien elintilaa. Sanomalehdet ovat pelänneet menettävänsä lukijoita, mutta toisaalta omien verkkolehtien kehittäminen on nähty suurena mahdollisuutena. (Heinonen 1997, 7.) Epäilyistä huolimatta lehtitalot ovat panostaneet voimakkaasti teknologiseen kehitykseen, ja toimittajilta edellytetään teknologisten taitojen hallitsemista.

Kaupallistumisen, omistajuuspohjien muutosten, uusien yhteistyökuvioiden ja teknologian myötä myös tiedotusvälineiden tehtävät ja tavoitteet ovat muuttuneet. Tapani Huovilan (2005) mukaan tiedotusvälineille määritellään yleensä neljä tehtävää: tiedon välittäminen, keskustelun herättäminen, viihdyttäminen ja ilmoitustilan myyminen (emt., 8). Tiedotusvälineet siis toteuttavat niin yhteiskunnan, kansalaisten kuin markkinavoimien toiveita ja tarpeita. Ne joutuvat siten toimimaan erilaisten vaateiden ristitilassa. Heikkilä (2001) puhuu ohuesta journalismista, jossa edustuksellisen järjestelmän rajat ja ongelmat ovat samoja myös journalismissa. (emt., 153–154). Nuo rajat rakentuvat etenkin vakiintuneiden käytäntöjen ja roolijakojen kautta. Ne määrittävät, ketkä saavat osallistua julkiseen keskusteluun ja kenen mielipiteillä on painoarvoa. Noiden roolien tiedostaminen ja uudistaminen voi kuitenkin olla keino kehittää yhteiskuntaa keskustelevämmäksi ja moniäänisemmäksi. Millaisia rooleja sanomalehdellä sekä sen toimittajilla ja lukijoilla on tämän päivän yhteiskunnassa?

## 2.2. Journalistinen ottelu

### 2.2.1. Sanomalehti pelikenttänä

Sanomalehti kuuluu suomalaisten aamupalapöytään. Suomalaisen sanomalehdistön erityispiirteitä ovat sen tilaajapohjaisuus ja varhaisjakelu (Jyrkiäinen & Savisaari 2000, 65). Sanomalehden odotetaan heti aamulla kertovan, mitä maailmassa on tapahtunut, kertaavan edellisen päivän ja muistuttavan tämän päivän tapahtumista. Sanomalehdet olivat ensimmäisiä joukkoviestimiä. Niiden historia alkaa 1600-luvulta, jolloin kauppiaiden kirjoittamia uutiskirjeitä alettiin kerätä, painaa ja myydä. Noita säännöllisesti ilmestyviä lehtisiä alettiin nimittää sanomalehdiksi. (Kunelius 1998b, 53.)

Sanomalehti on graafinen viestin. Se on tapana erottaa ilmaisjakelulehdistä, jotka nimensä mukaan jaetaan ilmaiseksi. (Huovila 2005, 16). Sanomalehti on sen sijaan maksullinen ja usein tilausperusteinen. Suomi on tunnetusti sanomalehtien kultamaa. Huovilan mukaan vuonna 2004 Suomessa oli 4-7 kertaa viikossa ilmestyviä sanomalehtiä 53 ja 1-3 kertaa ilmestyviä 146. Joka päivä ilmestyviä lehtiä Suomessa oli 29. (emt., 17.) Tässä tutkimuksessa tarkastelemani Karjalainen kuuluu jälkimmäiseen ryhmään, eli joka päivä ilmestyviin sanomalehtiin.

Joukkotiedotuksen seuraamiseen käytettiin Suomessa vuonna 2004 keskimäärin 562 minuuttia vuorokaudessa. Sanomalehtien lukemiseen tuosta ajasta kului 48 minuuttia. Televisiota seurattiin 207 minuuttia ja radiota 169 minuuttia vuorokaudessa. (emt., 27–29). Sanomalehtien osuus päivittäisestä ajankäytöstä on siis huomattavasti pienempi kuin sähköisten viestinten osuus. Sanomalehteä seurataan kuitenkin intensiivisimmin (emt., 30). Tässä piilee yksi sanomalehtien vahvuus, jolla ne pitävät pintansa kilpailussa sähköisten viestinten kanssa.

Risto Kunelius (1998b) puhuu joukkoviestinnän luomasta kiinteydestä ja me-hengestä. Hänen mukaansa joukkoviestintä luo niitä yhteisten puheenaiheiden ja kokemusten kautta. (emt., 168.) Yleensä ajatellaan, että televisio luo yhteisöllisyyttä. Mutta myös sanomalehti rakentaa yhteisöjä (Pietilä & Sondermann 1994, 52). Etenkin alue- ja paikallislehdet pystyvät rakentamaan yhteisöllisyyttä ja yhteenkuuluvuuden tunnetta

kertomalla lukijoilleen läheisistä asioista. Naapurikylän kaupan sulkeminen tai oman asuinalueen muuttuneet liikennejärjestelyt luovat lukijoiden välille yhteisiä puheenaiheita ja kokemuksia, joita voi jakaa kassajonossa tai terveyskeskuksen vastaanoton odotushuoneessa.

Sanomalehdet rakentavat jäsenyneen tilan, joka luo lukijakunnan muodostaman pienisyhteiskunnan asuinpaikan. Tuo yhteiskunta voidaan hahmottaa esimerkiksi lehden osastojaon kautta. (emt., 71.) Lehdissä on talousuutisia, jotka kiinnostavat ennen kaikkea yritysmaailmasta kiinnostuneita lukijayhteisön jäseniä. Toiset ovat puolestaan kiinnostuneempia kulttuuriosaston jutuista. Sanomalehti siis rakentaa kuvaa yhteiskunnasta jaottelemalla lukijoita esimerkiksi kiinnostusten kohteiden ja demografisten tekijöiden mukaan. Joukkoviestintä määrittelee identiteettiämme kertomalla muun muassa, miten eroamme muista (Kunelius 1998b, 169). Esimerkiksi maakuntalehti kertoo juttu- ja aihevalinnoillaan, mistä asioista maakunnan asukas, eli lukija, on kiinnostunut ja millaiseen ympäristöön hän on kiinnittynyt.

*”Sanomalehden maailmankuva on sen ohjelma toteutettuna. Se on kuva ympäröivästä maailmasta, jonka lehti lukijoilleen koko sisällöllään antaa ja jonka toimitus haluaa antaa. Jokaisella sanomalehdellä, on se puoluepoliittisesti sitoutunut tai sitoutumaton, on ohjelmansa ja tavoitteensa, jotka heijastuvat sen sisältöön, materiaalin valintaan, näkökulmiin ja esitystapaan.”* (Tommila 2000, 58.)

Kuten yleensäkin yhteiskunnassa ja yhteisöissä, myös sanomalehtien rakentamassa yhteisössä käydään keskustelua siitä, miten yhteisön tulee toimia ja mitkä ovat eri toimijoiden roolit. Sanomalehdet toimivat muiden tiedotusvälineiden tapaan eräänlaisena pelikenttänä, jossa toisiaan vastaan pelaavia joukkueita on samaan aikaan useita. Tästä syystä peliin on kehitetty erilaisia sääntöjä, jotka määrittävät sen kulkua. Selkeimmät niistä ovat joukkoviestinnän uutiskriteerit, joita Risto Kunelius tarkastelee Galtungin ja Rugen (1965) klassisen luettelon mukaan. Niiden perusteella uutisiksi valikoituu asioita, jotka ovat toistuvia, voimakkaita ja kulttuurisesti merkittäviä. Eri toimijoilla on tapahtumissa selkeät roolit. Tapahtumat ovat joko yllätyksellisiä, odotettavia tai jatkuvia. Hiljaisina päivinä kriteerit ovat löysemmät, jos mitään merkittävää ei ole tapahtumassa. (Kunelius 1998b, 171–172.)

Edelliset kriteerit ovat sanomalehtien rakentamissa yhteisöissä yleensä hyväksytyjä, eikä niitä juuri kyseenalaisteta. Osa kriteereistä herättää kuitenkin herkästi keskustelua ja kritiikkiä. Uutiskriteerien mukaan tapahtuman tai asian uutisarvo nousee, jos kohde kuuluu eliittiin, jos tapahtuma tai asia voidaan helposti henkilöidä ja se on negatiivinen (emt., 172). Erityisesti nämä kriteerit ovat ohjanneet joukkoviestintää suuntaan, joka on johtanut syytöksiin, toimitusten sisäisiin kehityshankkeisiin ja koko mediakentän muutoksiin.

Journalismia syytetään Heikkilän (2001) mukaan niin elitistisyydestä kuin populismista. Toisaalta journalismin katsotaan liittoutuneen poliittisen ja taloudellisen eliitin kanssa nimenomaan lähdekäytännöissä. Toisaalta journalismia samaan aikaan syytetään populaarijournalismin suosimisesta ja tiedonvälityksen viihteellistymisestä. (emt., 17–18.) Nämä syytökset heijastavat erilaisten ihmisten erilaisia odotuksia journalismia kohtaan. Heikkilän mukaan uutisjournalismi tukee järjestelmällisesti valtaapitäviä ja sivuuttaa vaihtoehtoisia näkökulmia. Rutiinijuttujen lähteiksi valikoituu usein eliitti. (emt., 21.) Siten tiedotusvälineiden katsotaan ylläpitävän eliittijulkisuutta.

Heikkilä liittää toimittajien vakiintuneet työskentelytavat journalismin professionalisoitumiseen, eli ammatillistumiseen (emt., 21). Korkeasti koulutetut toimittajat liitetään nykyään entistä useammin eliittiin, vaikka moni toimittaja itse kokeekin toisin. Kehitys ei kuitenkaan ole pelkästään lisännyt toimittajien itsenäisyyttä. Nieminen ja Pantti näkevät toimittajien ammattimaisuuden mallin ohjaavan nykyään aiheiden ja näkökulmien valintaa siten, että ne sopivat mediaorganisaation tarpeisiin. Organisaation tavoitteet ajavat tasapuolisen ja monipuolisen journalismin tarpeiden ohitse. (Nieminen & Pantti 2004, 104–105.) Mediaorganisaatioiden tavoitteet ovat yleensä taloudellisia. Eliitin ohella toimitusten uutiskäytäntöjä ohjaavat siis entistä enemmän taloudelliset vaateet.

Kantolan mukaan yhä suurempien organisaatioiden mediataloissa omistus on ammatillistunut. Taloudellisesta voitosta ja sijoitetun pääoman tuotosta on tullut yhä keskeisempi peruste lehtien ylläpitoon. Lehtiä ajatellaan itsessään merkkituotteina tai brandeina. (Kantola 1998, 24.) Niiden imagon ja markkinoinnin kehittämiseen käytetään yhä suurempia summia. Heikkilä nostaa esiin vertauksen journalismin luonteesta tavarana tai palveluna. Myös journalismia lähdetään tuottamaan taloudellisen



voiton tavoittelun kautta. Tämä edellyttää suuren yleisön saavuttamista. (Heikkilä 2001, 22.) Perkon (1998) mukaan joukkoviestintä nähdään yhä useammin kaupankäyntinä ja jutut tuotteina, joita myydään lukijoille, eli asiakkaille (emt., 27). Muun muassa McManus (1994) puhuu journalismin yleisöstä kuluttajina. Samaan aikaan toimittajista on tullut myyjiä, kauppiaita ja markkinoijia. Esko Salminen (1998) puhuu huomiotaloudesta, jossa kauppaa käydään ihmisten huomiosta (emt., 16).

Lehtien toimitukset ovat siten etäänntyneet virkamiesmaailmasta ja sitä kautta eliittijulkisuudesta. Uutisjutuiksi valitaan aiheita, joita voidaan henkilöidä. Tämä näkyy osaltaan sisältöjen viihteellistymisenä ja pinnallistumisena. Touko Perkon (1998) mukaan lehdet tarjoavat sitä, mitä yleisö näyttää haluavan ja odottavan. Yleisö puolestaan näyttää tyytyvän siihen, mitä sille tarjotaan. (emt., 21.) Huovilan mukaan kiristynyt kilpailu on lisännyt viihteen määrää myös uutisjutuissa (Huovila 2005, 10). Vapaa-aika ja kulutusasiat ovat saaneet enemmän palstatilaa, valokuvia suositaan tekstin sijasta ja etenkin television merkitys lehtien juttuaiheina on kasvanut (Connell 1991, 236).

Markkinavoimien vaikutus on kasvanut monella tapaa, ja ne pyrkivät hyötymään sanomalehdistä mainosmarkkojen ohella myös muilla tavoin. Risto Kunelius puhuukin joukkoviestinnän kaksista markkinoista. Ensiksi tuote, esimerkiksi lehti, pitää myydä yleisölle. Toiseksi tuotteen ympärille tuotettu yleisö myydään mainostajille. (Kunelius 1998b, 71.) Lehdet joutuvat pohtimaan ja kehittämään uutiskriteereitään sekä lukijoiden että mainostajien kannalta. Sanomalehdet ovat riippuvaisia mainosmarkkoista, vaikka Suomessa onkin vankka tilaajakulttuuri (emt., 73). Tiedotusvälineet saattavat joissakin tilanteissa peitellä sidoksiaan ja taustayhteisöjään. Esimeriksi kaupalliset sanomalehdet voivat jättää uutisoimatta heidän mainostajilleen kielteisiä uutisia. (Paloheimo & Wiberg 1996, 256.)

Sanomalehtien muodostamassa yhteisössä käydään siis samanlaista valtataistelua kuin yhteiskunnassa yleensäkin. Niiden tarjoamilla foorumeilla käydään kiivasta keskustelua, joka osaltaan ohjaa yhteiskunnan kehitystä. Tuossa keskustelussa tilaa saavat niin viranomaiset, kansalaiset, markkinavoimat kuin toimittajat. Paneudun nyt tarkemmin näistä kahden, toimittajien ja kansalaisten, rooleihin sekä niiden keskinäiseen vuorovaikutukseen.

## 2.2.2. Toimittajat pelinappuloina

Tiedotusvälineitä syyllistetään milloin mistäkin. Toisinaan ne heikentävät vapaata julkista keskustelua suosimalla virkamiehiä lähdekäytännöissä. Usein ne hajottavat kansalaisten kriittisyyttä kiinnittämällä huomiota epäoleellisiin asioihin. Yleensä ne pelaavat omaan pussiin, jonka suuryhtiöt omistavat. Tätä likapyykkiä pesevät toimittajat, joita kohtaan esitetään jatkuvasti kovaakin kritiikkiä. Seuraavaksi tarkastelen toimittajien arkea – millaisia vaatimuksia toimittajille esitetään?

Kirjeenvaihdon varaan rakentuneista sanomalehdistä on tultu melkoinen harppaus eteenpäin, ammattijournalistien ja uutispäällikköiden säätelämään sanomalehtikulttuuriin. Toimitusten koot ovat kasvaneet, mikä on mahdollistanut toimittajien erikoistumisen. Myös toimittajien koulutustaso on noussut. (Kantola 1998, 24.) Esko Salmisen (1998) mukaan hyvällä toimittajalla on paljon ominaisuuksia, kuten sammumaton tiedonhalu, pohjaton uteliaisuus sekä hyvä kuuntelutaito. Toimittajan tulee olla luova oivaltaja, demokraattisen suojan ja totuuden puolesta taistelija sekä uutisten kertoja. (emt., 18.) Anu Kantolan (1998) mukaan klassisessa journalistisessa työssä arvostettiin nimenomaan toimittajan kykyä hankkia tietoa, jota muilla ei ollut ja löytää näkökulmia, joita muut eivät olleet keksineet. Nykyään toimittajan persoonalla on huomattavasti suurempi merkitys. (emt., 22.) Esiintymisvarmuuden, koulutuksen ja erityistaitojen merkitys on kasvanut.

Toimittajat työskentelevät erilaisten ristipaineiden alaisuudessa rakentaessaan ja valitessaan sopivia juttuaiheita. Toimittajan tulee samalla säilyttää riippumattomuutensa ja kertoa asioista puolueettomasti. (Huovila 2005, 49.) Tuota taitoa tarvitaan jatkuvasti, sillä tarjolla olevan tiedon määrä on valtava. Toimittajia kutsutaan usein portinvartioiksi, sillä he seulovat ja muokkaavat kaikista potentiaalisista uutisista muutamia, jotka välitetään median kautta ihmisille. Portin vartioinnilla tarkoitetaan valikoinnin lisäksi viestien muokkausta ja käsittelyä sekä niiden levittämisen aikatauluttamista. (mm. Shoemaker, Eichholz, Kim & Wrigley 2001, 233.) Noiden valintojen kautta toimittajat ohjaavat ja kontrolloivat yhteiskunnassa esiin nousevaa tietoa ja sitä kautta julkista keskustelua. Aiheiden läpimenoon vaikuttavat muun muassa toimitusten rutiinit, uutiskriteerit sekä toimittajien yksilölliset luonteenpiirteet (emt., 236).

Toimittajan työhön kuuluu juttujen ideointi, tiedonhankinta ja jutun teko (Huovila 2005, 41). Työrutiinit vaihtelevat eri lehdissä ja eri osastoilla, mutta periaatteet ovat samat. Toimittajan työ on jatkuvaa tarkastelua ja juttuaiheiden etsimistä (emt., 71). Toimittajan työn päämääränä on tuottaa lehteen juttu. Antero Okkonen (1974) määrittelee jutun toimittajan lehteen tekemäksi selvitykseksi, kertomukseksi jostakin tai kannanotoksi johonkin asiaan (emt., 115). Tapani Huovilan (2005) mukaan jutuiksi kutsutaan toimituksen kautta julkisuuteen annettavaa aineistoa ja siihen liittyvää havaintoaineistoa. Jutut voivat olla objektiivisuuteen pyrkiviä, subjektiivisia tai näiden välimuotoja. (emt., 46.)

Journalismi ottaa usein etäisyyttä tapahtumiin, tulkitsee niitä kauempaa ja kommentoi niitä monesti jonkun ulkopuolisen tulkin avulla. Toimittaja itse on osallistumaton ja puolueeton ääni. (Kantola 1998, 33.) Journalistit pitävät siten edelleen kiinni objektiivisuuden vaateesta, joka nousi journalismin ihanteeksi kaupallistumisen myötä. Aluksi sillä pyrittiin neutraaliin ja faktapohjaiseen, kokonaisvaltaiseen kerrontaan. Myöhemmin objektiivisuus rajautui toimittajan kohdalla ainoastaan tiedon välittämiseen, ja vastuu sisällöstä siirtyi lähteelle. (Kunelius 1998a, 211–212.) Nykyään objektiivisuudella ymmärretään toimia, joissa mielipiteet erotetaan faktoista, eri osapuolet tuodaan tasapuolisesti esiin ja lähteet osoitetaan selvästi (Kantola 1998, 33). McManusin (1994) mukaan puolueettomuus ei voi täysin toteutua, koska journalistien ennakkoluulot, mediayrityksen ja taustavaikuttajien intressit sekä inhimilliset erehdykset vaikuttavat toimittajan työhön. Markkinoiden vaikutuksesta toimituksilla on myös tavoitteita, jotka eivät sulaudu yhteen puolueettomuuden kanssa. (emt., 147.)

Juttuvalinnat heijastavat lukijoille toimituksen linjaa. Toimittajat käyttävät erilaisia kriteereitä valitessaan juttuaiheita. Julkaisukynnys vaihtelee päivittäin. (Huovila 2004, 64.) Journalistit vaikuttavat juttuvalintojen kautta yhteiskuntaan ja ihmisiin. Tästä syystä journalistien on pohdittava uutiskriteerien seurauksia ja vaikutuksia. (Merritt 1998, 96.) Journalistien sanotaankin olevan vastuussa tekemisistään ennen kaikkea yleisölle, mutta myös lähteille. Toimittajien valintoja ohjaa usein journalismin itsesääntelyn koodisto, johon kuuluvat muun muassa journalistin ohjeet. Koodisto kertoo esimerkiksi journalismin yhteiskunnallisista tehtävistä sekä oikeina pidetyistä toimintatavoista. (Kunelius 1998, 213–214.)

Arkisessa toimitustyössä ohjeet ja ihanteet saattavat jäädä rutiinien taustalle. Persoonallisuuden ja kaupallisuuden merkityksen kasvu heijastuu myös toimittajien tekemiin valintoihin. Juttujen arvoa voidaan määritellä tiettyjen tarkastelukulmien kautta. Niitä ovat kaupallinen, poliittinen ja informatiivinen näkökulma. Kaupallinen kriteeri palvelee vastaanottajan etua; sen myötä pyritään tarjoamaan aineistoa, joka todennäköisimmin kiinnostaa vastaanottajaa. Poliittisen kriteerin kautta tiedotusväline tunnustaa omaa poliittista kantaansa ja pyrkii vaikuttamaan vastaanottajan mielipiteeseen. Informatiivista kriteeriä noudattamalla tiedotusväline pitää keskeisenä lukijan tietämisen tarvetta ilman oman edun tavoittelua, mitä esiintyy kaupallisin kriteerein valituissa jutuissa. (Huovila 2004, 65.)

Suurin osa sanomalehden jutuista rakennetaan haastattelujen kautta. Tämä luo kuvaa objektiivisesta uutisesta, koska jutussa esitetyt asiat ovat jonkun muun kuin toimittajien sanomia. Avainkysymys haastattelussa on, kuinka löydetään sopiva haastateltava (emt., 80). Antero Okkonen (1974) määrittelee lähderyhmiksi asianosalliset, silminnäkijät, viranomaiset, luottamusmiehet sekä asiantuntijat. Näistä asianosalliset näkevät tapahtumat usein omasta näkökulmastaan, ja silminnäkijöiden todistukset ovat puolestaan usein epätäydellisiä (emt., 140.) Edellisten rinnalle etsitäänkin yleensä viranomaisnäkökulmaa tai asiantuntijoita, joita voivat olla myös niin sanotut tavalliset ihmiset.

Riippumatta lähteiden valinnasta toimittajan on pyrittävä noudattamaan lähdekritiikkiä. Okkosen (1974) mukaan se tarkoittaa tiedon oikeellisuuden arvioimismenetelmää lähteen luotettavuutta punnitsemalla. Käytettyä lähdettä tulee arvioida eri tavoin pohtimalla, minkä tasoista ja missä suhteessa oikeaa tietoa lähde asiasta antaa. (emt., 143.) Markku Heikkilä (1998) pitää poliitikkoa varmana lähteenä, sillä tämä tuntee journalismin pelisäännöt (emt., 76). Varman lähteen valinta nopeuttaa haastattelua ja jutun valmistumista. Ammatillistuneet instituutiot ja koneistot toimivat journalismin rutiinilähteinä, sillä toimittajat pystyvät lainaamaan niiltä juttuunsa sekä tiedon että uskottavuuden (Kunelius 1998a, 212). Rutiinilähteisiin kohdistetaan melko vähän kritiikkiä, mikä monesti lisää juttujen luotettavuutta lukijoiden silmissä. Journalismin sisällöt rakentuvat siten muutamien instituutioiden tärkeiksi määrittelemien kysymysten kautta. Muiden lähteiden, esimerkiksi kansalaisten, hyödyntäminen etenkin yhteiskunnallisesti tärkeissä uutisissa on vähäistä. (emt., 221–222.)

Sanomalehtiä rakennetaan lähteiden ohella myös muuten rutiininomaisesti. Lehdissä toistuu säännöllisesti samanlaiset jutut samoista aiheista, lehden rakenne ei juuri muutu ja jutut ovat useimmiten melko pinnallisesti taustoitettuja (Kantola 1998, 33). Journalismi on monesti eräänlaista liukuhihnatyötä, sillä lehtien sivut on saatava täytettyä joka päivä (Kunelius 1998a, 216). Toimitukset pyrkivät löytämään uusia ja vaihtoehtoisia toimintatapoja, jotta lehti ei toistaisi liikaa itseään. Nykyään toimituksissa tehdään paljon erilaisia kehityshankkeita (mm. Kantola 1998, 24). Niillä pyritään etenkin toimittajan ammattitaidon ja monipuolisuuden kehittämiseen sekä joukkoviestinnän ihanteiden toteuttamiseen. Myös tämä tutkimus on eräänlainen kehityshanke, jonka tavoitteena on arvioida tietyn journalistiryhmän yhteiskunnallisia vaikutuksia. Samalla tutkimuksen päämääränä on myös herätellä toimittajia tarkastelemaan kriittisesti omaa työtään ja rutinoituneita työtapojaan.

Journalistit ovat yleensä olleet haluttomia keskustelemaan julkisesti roolistaan ja käytännöistään (Heikkilä 2001, 22). Tätä on perusteltu muun muassa sillä, että journalismin on tarkoitus kertoa yhteiskunnasta, ei itsestään (Luostarinen 1996, 13). Journalismin kritiikki on kuitenkin lisääntynyt. Heikki Luostarinen (1996) jakaa journalismiin kohdistuvan kritiikin kolmeen tasoon; journalismin omiin normeihin pohjautuvaan, journalismin totuudellisuutta tutkivaan sekä journalismin yhteiskunnallisia ja kulttuurisia vaikutuksia arvioivaan kritiikkiin. (emt., 15–16.) Totuudellisuus on kyseenalaistunut viime vuosina etenkin tabloidisaation myötä. Kiinnostus journalismin aiheuttamiin yhteiskuntaan ja kulttuuriin kohdistuviin vaikutuksiin on puolestaan lisääntynyt median vallan kasvun rinnalla.

On ymmärrettävää, että toimittajat jossain vaiheessa kyllästyvät ulkopuolisten esittämään kritiikkiin. Journalismin on jatkuvasti myös uudistuttava ja erotuttava kilpailijoista (emt., 16). Toimittajat ovat journalismin kentällä eräänlaisia pelinappuloita, joita muut pyrkivät siirtelemään toiveidensa mukaan. Risto Kunelius (1998a) nostaa esiin esimerkiksi vaatimuksen kiinteämmästä yhteistyöstä markkinoinnin kanssa sekä teknologiset muutokset. Journalismin tulee tulevaisuudessa ylläpitää julkista keskustelua entistä voimakkaammin, jolloin toimittajat joutuvat mahdollisesti myös itse osallistumaan ylläpitämiinsä keskusteluihin. (emt., 224–226.) Toimittajan työkuvaan muuttuminen kertoo lukijoiden kasvavasta roolista sekä toimittajien ja lukijoiden välisen vuorovaikutuksen merkityksen korostumisesta.

### 2.2.3. Lukijat tuomareina

Toimittajien työtä tarkasteltaessa lukijat nousevat monessa kohtaa esiin. Vaikka toimittajia kovasti kritisoidaan välinpitämättömästä asenteesta lukijoita kohtaan, on lukijoilla silti merkittävä rooli jokaisen lehden toimituksessa. Lukijoiden toiveita kuunnellaan ja toteutetaan, jotta lehti saa tilaajia ja sitä kautta resursseja. Lehdet teettävät erilaisia lukijatutkimuksia, järjestävät lukijaraateja ja kasvattavat yleisönosastojen kokoa. Millaisena lukijoiden rooli näyttäytyy sanomalehdissä?

Yleisölähtöisyys on noussut keskiöön joukkoviestinnässä. Yleisön tarpeita, toiveita, odotuksia ja tottumuksia mitataan, selvitetään ja kysellään. Tulosten perusteella ihmisiä segmentoidaan ja tyypitellään ryhmiksi, joille rakennetaan toiveita ja tottumuksia vastaavia viestintätuotteita. (Ridell 1998, 92.) Tarkasteltaessa joukkoviestinnän vastaanottajia yleisönä lähestymistapa on yleensä taloudellinen. Sen pohjalta yleisö ymmärretään kuluttajina ja asiakkaina. Tutkimusten kautta halutaan selvittää, mitä mieltä yleisö, eli kuluttajat, ovat valmiista ja jo olemassa olevasta viestintätuotteesta. (emt., 92.) Tutkimuksilla palvellaan siis ennen kaikkea markkinavoimia, joiden kampanjoiden onnistumiseksi media räätälöi tietyille yleisösegmenteille sopivia viestintätuotteita.

Alastair Hannay (2005) muistuttaa, ettei yleisöä pidä mieltää passiiviseksi, sillä sen jäsenet voivat sekä oppia että olla viihdyttävänä. Yleisöt muodostuvat jonkin herätteen pohjalta, eivät tyhjästä. (emt., 82.) Tästä syystä tutkijat ovat pyrkineet tekemään erottelua erilaisten yleisöjen välille. Englanninkielessä erottelu on tehty kuluttavan ja viestimiä seuraavan yleisön (audience) sekä keskustelevan ja osallistuvan yleisön (public) välillä. Suomessa vastaavaa jaottelua on pyritty tekemään yleisön sekä julkisyleisön tai julkison käsitteiden välillä. (Pietilä & Ridell 1998, 95; Pietilä 1999, 4.) Julkison käsite ei ole vakiintunut suomalaiseen sanastoon, mutta erottelun tekeminen helpottaisi esimerkiksi sanomalehden lukijoiden roolin tarkastelua. Veikko Pietilä (1999) näkee julkison määrittävän suhteessa siihen kysymykseen, joka sen on muodostanut. Yleisö määrittyy puolestaan suhteessa joukkoviestintään. (emt., 9.) Näin sanomalehden koko lukijakuntaa voisi siis kutsua yleisöksi, mutta esimerkiksi yleisönosastolla keskustelevaa lukijaryhmää julkisoksi.

Yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa joukkoviestinnän yleisöä tarkastellaan usein kansalaisina. Kansalaisuudella viitataan yleensä poliittisesti aktiivisiin, valistuneisiin ja rationaalisiin yhteiskunnan jäseniin, joihin kuitenkin hyvin harvat kokevat kuuluvansa (Heikkilä 2001, 27). Julkinen keskustelu määrittää kansalaisuutta. Heikkilän (2001) mukaan kansalaisuuden käsite saa merkityksensä, kun sitä käytetään, tuotetaan ja uusinnetaan. Esimerkiksi yhteiskunnalliset laitokset ilmentävät kansalaiskäsitteitä toimintansa kautta. (emt., 24.) Peter Dahlgren (1995) näkee kansalaisuuden tärkeimpänä määrittäjänä osallisuutta, johonkin ryhmään kuulumista. Yhteisöt ja ryhmät ovat muuttaneet valtavasti muotoaan, mutta edelleen kansalaisuus liitetään yhteenkuuluvuuteen ja osallistumiseen. (emt., 136.) Alastair Hannayn (2005) mukaan kuulumista tiettyyn yhteisöön on hyvin vaikeaa määrittää ja rajata. Esimerkiksi johonkin kansanryhmään kuulumisen antaa aineksia yhtenäisen julkisyleisön rakentumiseen, mutta se ei vielä takaa sen muodostumista. (emt., 5-6.)

Keskeisintä median kautta rakentuvan yleisöryhmän muodostumiselle on tila (Hannay 2005, 4). Sanomalehdet tarjoavat tuollaisen tilan. Niiden lukijat muodostavat oman julkisyleisön, kyseisen lehden lukijakunnan. Ryhmään kuulumisen rakentuu poliittisesti, sosiaalisesti ja yhteiskunnallisesti (Dahlgren 1995, 136). Lehden lukijakuntakin rakentuu tiettyjen määritelmien mukaan. Esimerkiksi Karjalaisen lukijat ovat osa lehden rakentamaa yhteisöä ennen kaikkea siksi, että he kuuluvat myös lehden levikkialueen, Pohjois-Karjalan maakunnan, muodostamaan yhteisöön. Siten lehden lukijoiden ympärille muodostama yhteisö rakentuu yhteiskunnallisten, poliittisten ja sosiaalisten määritelmien kautta.

Lukijaksi määrittäminen vaihtelee, sillä lukijaksi voidaan laskea jo henkilö, jolla lehti on saatavilla kotona (Allan 2004, 99). Yleensä lukija on tällöin lehden tilaaja. Lukijaa määriteltäessä on hyvä tehdä erottelua lukijan ja tilaajan välille. Kuten aikaisemmin tuli ilmi, median seuraaminen ja siten myös lehtien lukeminen on muuttunut yksilöllisemmäksi. Lukijat valitsevat lehden sisällöstä sen, mikä itseä kiinnostaa. Lehden tilaaja ei yleensä ole kaikkien juttujen lukija. Kaikki lehden lukijat eivät myöskään tilaa lehteä. Toisaalta kaikki tilaajat eivät välttämättä lue lehteä tarkasti joka päivä. Usein lukijaksi luokittelu edellyttää, että henkilö silmäilee vähintään osan lehdestä. Toiset taas laskevat lukemiseksi vasta sisällön perusteellista tarkastelua, jonka kautta siihen voidaan palata myös seuraavana päivänä. (emt., 99.)

Lukijoiden kiinnittymistä lehteen voidaan tarkastella lukijasuhteen avulla. Tätä suhdetta tutkitaan usein haastattelututkimusten tai mielipidekyselyjen kautta. Tuloksista ovat kiinnostuneet niin lehtien omistajat, toimittajat kuin markkinointivastaavat. (emt., 99.) Lukijasuhdetta voidaan tarkastella hyvin erilaisten mittareiden kautta, ja suuri osa tutkimuksista antaa tuloksia ainoastaan mainostajien käyttöön. Stuart Allan (2004) näkee parhaimpina tutkimuksina ne, jotka tarkastelevat tapoja, joilla lukijat kiinnittyvät lehteen jokapäiväisessä elämässään (emt., 101). Noiden tapojen tunteminen auttaa toimittajia tekemään lehdestä sellaista, joka saa lukijat palaamaan sen pariin päivästä toiseen.

Sanomalehti merkitsee lukijoilleen vakiintunutta, jokapäiväistä ja mielihyvää tuottavaa lukuhetkeä aamukahvipöydässä. Lehti luo turvallisuuden tunnetta kertomalla, että yhteiskunta on vielä pystyssä. (Ridell 1998, 93–94.) Etenkin meillä Suomessa sanomalehti on kiinteä osa ihmisten aamurutiineja. Arkisuuden ja säännönmukaisuuden ohella lehti nähdään tärkeäksi paikallisuuden vuoksi. Lehti nähdään itsestään selvänä osana päivää, eräänlaisena paikallisena markkinatuotteena. (emt., 94.) Suomessa on vankka maakuntalehdistö, joka kertoo lukijoilleen näiden lähiympäristön tapahtumista ja tilanteesta. Seija Ridellin (1998) tekemässä tutkimuksessa lukijat pitivät paikallista lehteä niin arkisena itsestäänselvytenä, etteivät he kyseenalaistaneet edes sen sisältöjä. Tämä tekee ongelmalliseksi aikaisemmin esiteltyt ideat sanomalehtienkin ylläpitämille demokratian ihanteille (emt., 94.)

Lukijat näyttäytyvät siis kiltteinä ja vähään tyytyvinä kuluttajina. He suhtautuvat ymmärtäväisesti ja usein myös hyväksyvästi siihen, että heidän roolinsa rajoittuu hankintapäätöksen tekemiseen. Lukijat eivät vaadi parempaa palvelua tai suurempia vaikutusmahdollisuuksia. (emt., 96.) Tästä syystä kansalaisia syytetään passiivisuudesta, minkä nähdään lisääntyneen viime vuosina. Heikkilän (2001) mukaan määrittelyissä pitää olla kuitenkin varovainen, sillä aikalaiskäsitteet saattavat vääristää määritelmiä. Kansalaisten passivoituminen ei välttämättä ole tällä hetkellä sen suurempaa kuin aiemmin historiassa. (emt., 288.) Ensio Puoskari (2003) näkee ongelmana runsaan tarjonnan – mitä enemmän vaihtoehtoja on, sitä vähemmän ihmiset vaikuttavat olevan kiinnostuneita osallistumismahdollisuuksistaan (emt., 24). Kyse ei siis ole yksistään ihmisten passiivisuudesta, vaan tietynlaisen kyllästymiskynnyksen ylittymisestä.



Kantola (1998) huomauttaa, että lukijoiden miellyttäminen voidaan ymmärtää siten, että lukijoiden odotetaan haluavan lukea juttuja, jotka osuvat yksin heidän ajatustensa ja näkemystensä kanssa, ja joissa asioista kerrotaan viihdyttävästi ja leppeästi. Samalla unohdetaan, että lukijoilla on monia muitakin motiiveja seurata kirjoittelua ja tilata lehtiä. (emt., 32.) Ilkka Malmberg (1998) näkee lukijakunnan kahtiajakautuneena. Toinen puoli valittaa, ettei lehdistä löydä enää kovia uutisia. Toinen puoli pitää samaan aikaan lehtiä etäisinä ja rutikuivina. (emt., 42.) Malmberg puhuu erilaisista tiedonintresseistä. Hän jaottelee journalistiset tiedonintressit tekniseen ja hermeneuttiseen. Edelliseen kuuluvat lukijat ovat kiinnostuneita numeroista ja nimistä. Jälkimmäiseen kuuluvat lukijat haluavat ymmärtää tarkoituksia, tulkita asioita ja käsitellä tunteita. (emt., 43.) Erilaiset tiedonintressit ohjaavat lehden lukemista ja myös siihen kohdistuvia odotuksia ja toiveita.

Kansalaiset tekevät aktiivisia päätöksiä päivittäisessä mediakäyttäytymisessään. Tästä syystä viestimet ovat nykyään hyvin kiinnostuneita lukijoiden toiveista. Markkinajohtoisen median puolustajat näkevät eri välineiden keskinäisen kilpailun valintojen mahdollistajana; yksilölliset kuluttajat valitsevat median tuotteista ne, mitä haluavat ostaa. Kilpailu johtaa mielipiteiden ja vaihtoehtojen kauppaamiseen. (Keane 1991, 53.) Jo Antero Okkonen nosti teoksessaan *Toimittajan työ I* (1974) esiin lehtien välisen kilpailun lukijoista. Hän nimittää kilpailua levikkikilpailuksi, jossa valtteina toimivat lehden sisältö, koko, nopeus, hinta sekä ulkoasu (emt., 69).

Tässä mielessä lukijat toimivat siis journalistisen ottelun tuomareina. He ratkaisevat valinnoillaan, mitkä pelaajat menestyvät. Tarjontaa on nykyään kuitenkin niin paljon, että lukijoista on tullut myös passiivisia. He tyytyvät helposti siihen, mitä tarjotaan (Perko 1998, 21). Aktiivisempaa asennoitumista pyritään lisäämään kartoittamalla aihepiirejä, joista lukijat innostuvat. Journalistisista tuotteista on tullut ihmisläheisempiä. Juttuja rakennetaan niin, että tavalliset kansalaiset kokevat ne omikseen. Kieli on konkreettisempaa, tavalliset ihmiset pääsevät enemmän esiin ja kuvat tekevät lukemisesta mukavampaa. (Kantola 1998, 30.) Omakohtaisia kokemuksia koskettavien uutisten yhteydessä lukijasta kuoriutuu helpommin Seija Ridellin (1998) määrittelemä kansalaislukija, joka uskaltautuu reagoimaan ja ottamaan kantaa (emt., 97). Tällaisia lukijoita tarvitaan, jotta toimituksen ja lukijoiden välinen vuorovaikutus toimisi.

## 2.3. Vuorovaikutus sanomalehdessä

### 2.3.1. Kaksin aina kaunihimpi

Kauko Pietilä ja Klaus Sondermann (1994) tarkastelevat teoksessaan *Sanomalehden yhteiskunta* sanomalehden määrittymistä sosiologisesti. Sanomalehden sanotaan kääntyvän lukijoiden puoleen ja sanovan näille yhtä ja toista. Lukijat kääntyvät sanomalehden puoleen ja kuulevat yhtä ja toista. (emt., 49.) Tällöin sanomalehden toteuttama viestintä nähdään yksisuuntaisena – lehdeltä lukijoille. Lehden ja lukijoiden välille muodostuu kuitenkin sosiaalinen side ja yhteisö. Lehti kokoaa lukijakunnan, joka kiinnittyy lehteen. Pietilä ja Sondermann näkevätkin joukkoviestinnän tekstit sosiaalisena toimintana, sillä ne tekevät viestimestä ja sen yleisöstä sosiaalisen yhteisön. (emt., 52–53.) Tämä edellyttää vuorovaikutusta osapuolten välillä.

Journalismille, ja siten myös sanomalehdille, vuorovaikutus on kaiken edellytys. Sitä tapahtuu kaikissa työprosessin vaiheissa. Journalismi on itsessäänkin vuorovaikutusta. Monesti unohdetaan, että myös toimituksen sisällä tapahtuu vuorovaikutusta, joka vaikuttaa lehden ilmeeseen, sisältöön sekä lukijasuhteeseen. Veikko Pietilän (2001) mukaan vuorovaikutus edellyttää dialogisuutta, eli puheenvuoroja ja niihin reagoimista. Julkisesta keskustelusta puuttuu usein juuri reagointi toisen puheisiin. (emt., 22.) Vuorovaikutus tarkoittaa siis keskustelua, jossa osapuolet toimivat vuoronperään puhujina ja kuuntelijoina.

Vuorovaikutus edellyttää, että osapuolet pystyvät kohtaamaan toisiaan ja vastamaan toisen osapuolen näkökulmiin ja ajatuksiin omillaan. Journalismiin sanotaan olevan julkista, sillä suurella yleisöllä on vapaa pääsy sen tuotteiden äärelle ja yleisö voi itse päättää osallistumisestaan (Heikkilä & Kunelius 1997, 4). Esimerkiksi sanomalehtien lukijat voivat vapaasti valita, mitä lehteä lukevat ja milloin. Journalismiin tuotanto ei kuitenkaan ole julkista. Sen piirissä tehtyjen valintojen perustelu on yleensä näkymätöntä, samoin kuin journalististen tuotteiden syntyprosessitkin. (emt., 4.) Tämä on kasvattanut vaatimuksia journalismin prosessien läpinäkyvyyden ja avoimuuden lisäämisestä. Niiden nähdään puolestaan edistävän avoimempaa, vapaampaa ja moniäänisempää julkista keskustelua.

Pääsyssä on kyse niin journalistien pääsystä tiedon ääreen kuin ulkopuolisten pääsystä journalismiin ja sen prosessien ääreen (emt., 6). Tämä kertoo myös journalismiin ja muun yhteiskunnan välisestä vuorovaikutuksesta ja sille tarjotuista mahdollisuuksista. Ne toimijat, joilla on pääsy journalismin äärelle, ovat usein tiiviissä vuorovaikutuksessa journalismin kanssa. Aikaisemmin esiteltyt journalistien työhön kohdistuvat odotukset ja vaatimukset ovat muokanneet journalismista tiettyjen toimijoiden ja äänten kentän. Journalismi valvoo lähteitään, mutta niiden takaaman tiedon painoarvon vuoksi se samalla tarjoaa lähteille vapaan pääsyn journalismin muodostamalle julkisen alueelle. (emt., 7.)

John H. McManus (1994) puhuu journalismiin ja sen ulkopuolisten toimijoiden välisestä vuorovaikutuksesta vaihtamissuhteena riippuvuussuhteen sijasta. Ulkopuolisina toimijoina hän näkee niin kuluttajat, lähteet, mainostajat kuin potentiaaliset sijoittajat. (emt., 21.) Kuluttajien ja sanomalehtien välillä tämä pitääkin paikkaansa. Kuluttajat antavat sanomalehdille tilauspäätöksen, jonka vastineeksi he saavat haluamansa tuotteen. Kansalaisten ja journalismin suhdetta voidaan näin pitää vaihtamiseen perustuvana suhteena, mutta prosessissa ei vaihdeta tietoa, vaan rahaa ja tuotteita. Lukijat näkevätkin itsensä altavastaajan asemassa lehtiin nähden. Lehteä pidetään etäisenä, eivätkä lukijat tunne olevansa tarpeeksi päteviä arvioimaan sen toimintaa. (Ridell 1998, 95.) Siten lukijoiden rooli lehdessä rajautuu vuorovaikutuksessa helposti vastaanottajan asemaan.

Pääsyä journalismin ääreen arvioidaan äänien määrän ohella niiden laadun mukaan – mistä asioista eri toimijat pääsevät ääneen (Heikkilä & Kunelius 1997, 7). Kansalaisille näyttäisi avautuvan mahdollisuus puhua arkisista asioista, mutta kovemmissa uutisissa tilanne on monesti toinen. Kansalaisten sanomisilla ei nähdä olevan yhtä suurta painoarvoa kuin viranomaisten tiedoilla (emt., 8). Myös markkinavoimilla on monesti suurempi rooli. Aika yllättävästi lukijat mieltävät ilmoittajat omiksi sponsoreikseen, koska ne pystyvät vaikuttamaan lehden tilaushintoihin (Ridell 1998, 96). Siten markkinavoimien toiveilla vaikuttaa olevan suurempi painoarvo lehden sisältöjä rakennettaessa kuin lukijoiden ajatuksilla. Vaikka markkinavoimat pääsevät harvoin suoraan ääneen lehtijutuissa, heidän etujaan ajetaan monesti ikään kuin piilossa. Ilmoittajat voivat ohjata toimituksia esimerkiksi juttuaiheiden valinnoissa.

Toimituksen ja sen ulkopuolisten toimijoiden vuorovaikutuksessa keskeistä on pääsyn lisäksi keskustelu. Journalismissa keskustelulla ymmärretään sekä keskustelevuutta journalismin sisällä että journalismin ja sen yleisön välisen suhteen dialogisuutta (Heikkilä & Kunelius 1997, 9). Journalismi pitää yllä julkista keskustelua kahdella tavalla. Ensiksikin se tuo esille erilaisia mielipiteitä ja ääniä, joiden törmätessä ”totuus” nousee esiin. Julkinen keskustelu syntyy siten ilman journalismin aktiivista panosta. (emt., 9.) Tästä näkökulmasta tarkasteltuna toimittajat ovat julkisen keskustelun ulkopuolella puolueettomina sivustaseuraajina. Toisaalta keskustelulla ymmärretään journalistien dialogia suhteessa yleisöön. Silloin tuon keskustelun onnistumista mitataan sekä journalismin kyvyllä aktivoida yleisöä että keskustelun määrällä ja laadulla (emt., 10). Tässä näkökulmassa journalisteilla on aktiivinen rooli keskustelun herättäjinä.

Heikkilä ja Kunelius (1997) näkevät vaativana ajatuksen, jonka mukaan toimittajien tulisi olla vuorovaikutuksessa itse rakentamansa keskustelun kanssa, viedä sitä eteenpäin ja pitää sitä käynnissä. He näkevät tärkeämpänä, että journalismi saa heräteltyä kansalaisia tuottamaan puhetta. (emt., 18.) Tällöin voidaan puhua journalismin lukijalähtöisyydestä. Toimittajat rakentavat juttuja esimerkiksi siten, että niiden aiheet nousevat lukijoilta tai heidän välisestä keskustelustaan. Lukija voi esittää kysymyksen toimittajalle, joka lähtee etsimään siihen vastauksia. Toimittajat voivat käydä läpi saamaansa lukijapalautetta ja sen kautta suunnitella sisältöjä. Lukijalähtöisyyden toteuttaminen vaatii kuitenkin lukijoiden osallistumista.

Eräs trendi niin yhteiskunnassa kuin sanomalehdessä on osallistaminen. Sillä Heikkilä (2001) tarkoittaa kokeiluja, joilla kansalaisten oma-aloitteisia vallankäyttöön liittyviä vaikutusmahdollisuuksia on pyritty luomaan. Tästä esimerkkinä Heikkilä nostaa kansalaisjournalismikokeilut. (emt., 291.) Kansalaisjournalismi (public journalism) esittää lehdistölle kysymyksen, mitä journalismi voisi tehdä rikastaakseen julkista keskustelua. Sen tehtävänä on tukea ja edistää julkisen elämän laatua sekä löytää tulevaisuudesta toiveikkuutta. (Glasser & Craft 1997, 23–24.) Kansalaisjournalismi tulee siis nähdä ennen kaikkea positiivisena hankkeena, vaikka sen idea nouseekin journalismin ja sen epäkohtien kritiikistä. Kansalaisjournalismi lähti liikkeelle Yhdysvalloista, jossa joukko journalisteja esitti itsekritiikkiä lehdistön vaaliuutisointia kohtaan. Uutisointi keskittyi kertomaan asioista ”sisäpiirin näkökulmasta”, mikä ei toimittajien mukaan palvelut journalismin tehtäviä. (emt., 24.)

Kansalaisjournalismilla pyritään siis uudistamaan journalismin vakiintuneita käytäntöjä vastaamaan enemmän sille asetettuja tehtäviä. Sen päämääränä on rohkaista yleisön kiinnostumista, keskustelua ja väittelyä (emt., 26). Kansalaisjournalismia onkin kokeiltu etenkin keskusteluryhmien kautta. Niissä tuotetaan uutta tietoa, eikä toimittaja tällöin turvaudu valmiin tiedon etsimiseen. Toimittajan tehtävänä on huolehtia keskustelun jatkumisesta vetämällä siihen mukaan muita asianosaisia, jotka voivat vastata kansalaisten esittämiin kysymyksiin. (Heikkilä 2001, 174.) Kansalaisjournalismi pyrkii myös irrottautumaan objektiivisuuden ihanteesta, jonka mukaan toimittajien tulisi ottaa etäisyyttä yhteisöihin, joiden asioista se kertoo (Glasser & Craft 1997, 26). Toimittaja voi siis kannustaa osapuolia kertomaan näkemyksiään ja tarvittaessa tuoda uusia virikkeitä keskusteluun.

Esimerkkinä kansalaisjournalistisista kokeiluista on Aamulehdessä toteutettu budjettiraati, jossa joukko tamperelaisia kerääntyi keskustelemaan kaupungin talousarviosta. Kokeilun tarkoituksena oli luoda kansalaiskeskustelua ja sen edellytyksiä sekä selvittää, mitä ne voisivat antaa journalismille. (Kunelius 1999, 48.) Toinen esimerkki Suomessa toteutetusta projektista on Savon Sanomien kansalaisjournalismihanke, jossa tartuttiin keskusteluryhmien avulla lehden levikkialueen asukkaiden esiin nostamiin paikallisiin ongelmiin (Heikkilä 2001, 196–198). Monissa kansalaisjournalismin kokeiluissa mukana on usein kolmannen sektorin ja valtavirtajournalismissa usein syrjään jäävien vähemmistöjen edustajia. Esimerkiksi Lohjalla toteutetussa Suomen Mielenterveysseuran kansalaisjournalismihankkeessa tavoitteena oli kehittää järjestön toimintamalleja sekä kansalaisvaikuttamista (Ahva 2003, 68).

Heikkilän (2001) omassa väitöskirjassaan tarkastelemat kansalaisjournalismin kokeilut osoittivat, että kansalaiset ovat monesti hyvin informoituja, mutta toimittajat eivät tiedä, mitä kansalaiset tietävät, eivätkä siten osaa hyödyntää tuota tietopankkia (emt., 272). Monesti kansalaisten tietopankkia hyödynnetään satunnaisten ja usein lyhytkestoisten kyselyjen kautta. Journalismi pitää edelleen kiinni tavasta nostaa esiin kansalaisten ääntä mielipidetiedusteluilla. Gallupit voivat kuitenkin heikentää julkisen keskustelun mahdollisuuksia, sillä ne muun muassa pakottavat ihmiset vastaamaan ja määrittävät julkisen mielipiteen yksittäisten mielipiteiden keskiarvona. (Glasser & Craft 1997, 29.) Kansalaisnäkökulman etsimistä gallupeilla ei siis aina voida pitää lukijoita osallistavana

ja keskustelua ylläpitävänä journalismina, vaikka gallupit antavatkin lukijoille mahdollisuuden tuoda omia näkemyksiään tietyissä rajoissa esille.

Osallistaminen on Heikkilän mukaan jäänyt journalismissa hyödyntämättä (Heikkilä 2001, 292). Lukijoiden ja toimitusten välille kaivataan entistä toimivampaa ja monipuolisempaa vuorovaikutusta. Toimitusten tulisi aktiivisesti etsiä näkökulmia, joissa ihmiset pystyisivät omien arkisten kokemustensa kautta työstämään julkisuuden puheenaiheita ja yhteiskunnallisten epäkohtien määrittelyä. Journalismiin tulisi myös asettua kansalaisten osallistumisen voimavaraksi. (emt., 283.) Tämä kuitenkin edellyttää, että osapuolet tuntevat toisensa sekä toisen toiveet ja intressit. Stuart Allenin (2004) mukaan uutistoimittajat tuntevat huonosti lukijakuntaansa. Yleisön antama suora palaute vaikuttaa hyvin vähän toimittajien lukijoista muodostamiin mielikuviin. (emt., 100.) Tämä on varmasti tosiasia monessa toimituksessa.

Vakiintuneet lähdekäytännöt ja toimitusten sisäiset toimintaohjeet voivat rajoittaa lukijoiden kohtaamista. Siten lukijakunta näyttäytyy toimittajilla usein epämääräisenä massana. Teknologia nähdään mahdollisuutena kehittää lukijoiden ja toimittajien keskinäistä vuoropuhelua. Etenkin internet nähdään tilana, jossa aktiivisempi vuorovaikutus voisi toteutua. Sanomalehdet kehittävät verkkolehtiään suuntaan, joka antaa tilaisuuden kasvattaa vuorovaikutusta paperilehtien tarjoamia mahdollisuuksia suuremmaksi (Jyrkiäinen & Savisaari 2000, 74). Verkkolehti nähdään keinona kehittää yleisösuhdetta ja tavoittaa etenkin nuoria lukijoita (Heinonen 1997, 33). Vuorovaikutusta ja keskustelua on pyritty rakentamaan etenkin verkkolehtien keskustelufoorumeilla (ks. 2.3.3).

Tilanteen muuttaminen vaatii toimituksilta jälleen kykyä uudistua. Heikkilä painottaa kansalaisten arjen näkökulmia esiin nostavien toimintatapojen lisäksi myös totuttujen rutiinien muuttamista, etenkin näkökulman ja lähteiden valinnassa. Uutiskäytäntöjen muuttaminen ja kansalaisten näkökulmien esiin nostaminen ei onnistu vain yksittäisillä asennemuutoksilla, vaan siihen tarvitaan koko toimituksen välistä keskustelua ja toimituskulttuurin yleistä muutosta. (Heikkilä 2001, 284.) Maakuntalehdissä lukijasuhde on usein läheisempi kuin valtakunnallisissa lehdissä. Miten vuorovaikutus rakentuu paikallisiin ja alueellisiin asioihin keskittyvien maakuntalehtien tarjoamalla julkisen keskustelun areenoilla?

### 2.3.2. Maakuntalehti ihmisten lähellä

Suomessa on vankka maakuntalehdistö. Sanomalehdistö alkoi jo varhain eriytyä maakunnallisiin ja paikallisiin lehtiin. 1940-luvulta lähtien jokainen maakunta sai oman valtalehtensä. (Tommila 2000, 49.) Maakuntalehdet ovat maakuntakeskuksissa ilmestyviä sanomalehtiä, joista suurimpia kutsutaan maakunnan ykköslehdiksi tai valtakunnanosalohdiksi (Jyrkiäinen & Savisaari 2000, 66–67). Esimerkiksi Karjalainen on Pohjois-Karjalan maakunnan ykköslehti. Maakuntalehtiä on Suomessa 21, ja ne ovat levikillä mitaten suurin sanomalehtiryhmä. Päivälehdistä niiden levikki on 46 prosenttia ja koko sanomalehdistöstä 31 prosenttia. (emt., 67.)

Jaana Hujasen (1998) mukaan maakuntalehdistö on määritellyt itselleen keskeiseksi tehtäväksi levikkialueen edustamisen ja maakunnan äänenä toimimisen (emt., 80). Jaana Orjala (nyk. Hujanen) nostaa esiin muutamia maakuntalehtien linjauksia, jotka korostavat maakunnan puolustamista ja sen eduksi toimimista. Oulussa ilmestyvä Kaleva ”edistää Pohjois-Suomea kehittäviä toimia”. Hämeenlinnassa julkaistavalle Hämeen Sanomille ”on tärkeää Kanta-Hämeen väestön onni”. (Orjala 1996, 52.) Hujasen (2000) väitöskirjassaan tutkimat maakuntalehdet pitivät uutisoinnissaan tärkeimpänä tavoitteena olla ”levikkialueen nopea, kattava ja luotettava uutislehti”, eli ykkönen alueen asioiden uutisoinnissa (emt., 226).

Maakuntalehden tehtävän, maakunnan ja sen lukijakunnan edustamisen, voi ymmärtää myös yhteisön rakentamisena ja rakentumisena (Hujanen 1998, 95). Esimerkiksi Karjalainen rakentaa yhteisöä Pohjois-Karjalan maakunnan alueella asuvien ihmisten kesken. Toimittajien käsitykset alueen identiteetistä sekä asukkaiden aluetietoisuudesta ohjaavat puolestaan heidän työskentelyään. Siten maakuntalehti tarvitsee tuekseen levikkialueen, joka rajautuu identiteetin ja yhteisöllisyyden kautta. (Hujanen 2000, 42.) Yhteisöllisyyttä korostetaan yhteenkuuluvuudella ja yhteen hiileen puhaltamisella (Orjala 1996, 59). Journalismi rakentaa diskursiivisesti yhteisöä ja uusintaa sitä kautta kulttuuria. Samalla journalismi muodostaa yhteyksiä ihmisten välille. (Hujanen 2000, 46.) Journalismissa on Hujasen mukaan kyse kuvitellusta yhteisöllisyydestä, ei ”todellisesta” yhteenkuuluvuuden tunteesta. Maakuntalehdet osallistuvat yhteisöjen tuottamiseen, uusintamiseen ja määrittämiseen. (Hujanen 1998, 95–96.) Lehti on siis yksi osatekijä, joka rakentaa sekä alueen että sen asukkaiden identiteettiä.

Alueelliset ykköslehdet integroivat maakuntaa ja erottelevat sitä muista. Rubert B. Vancen (1952) jaottelua mukaillen ne korostavat alueellista identiteettiä, maakunnallista me-henkeä ja yhteisöllisyyttä. (Orjala 1996, 57.) Lehdet nostavat esiin niitä asioita, jotka ovat tyypillisiä juuri kyseiselle maakunnalle ja joiden kautta lukijat rakentavat omaa identiteettiään maakunnan asukkaina. Jaana Orjala (1996) määrittelee me-henkeä ilmentäväksi sisällöksi ne, jotka tuovat esiin maakunnan asukkaiden yhteenkuuluvaisuuden tunnetta (emt., 59). Lehdet erotelevat ihmisiä ”meihin” ja ”toisiin”. Maakuntalehtien toiset ovat usein pääkaupunkiseudun tai Helsingin herroja. (Hujanen 1998, 97.)

Maakuntalehdissä tehdäänkin usein erottelua pohjoisen ja etelän sekä pääkaupunkiseudun ja muun maan välillä (Orjala 1996, 62). Oman maakunnan arvoja ja identiteettiä peilataan siten määriteltyjen toisten, usein pääkaupunkilaisten, kautta. Samalla korostetaan maakunnan omia instituutioita, valtakunnallisissa instituutioissa toimivia alueen edustajia sekä virkamiehiä (emt., 61). Maakunnallisesti tärkeitä asioita kommentoivat usein niin sanotut luotettavat ja arvovaltaiset lähteet (Hujanen 1998, 92). Näitä ovat esimerkiksi oman maakunnan kansanedustajat.

Maakuntalehdet välttävät vastakkainasetteluja ja kädenvääntöjä maakunnan sisällä (Orjala 1996, 60). Maakuntalehdistö ei lähde mukaan kuntien välisiin kiistoihin, sillä ne eivät halua vastustajia tai tietynlaista leimaa (Hujanen 2000, 162). Ne viestivät kuitenkin olevansa poliitikkojen ja kunnan virkamiesten yläpuolella pitämässä maakunnan ja sen asukkaiden puolta. Tämä näkyi esimerkiksi Karjalaisessa aluehallinto 2000 -hankkeeseen liittyvän lääninjakokeskustelun yhteydessä, johon Karjalainen hanakasti tarttui. Puolustaessaan lääniä maakuntalehti puolusti myös omaa levikkialuettaan. (Orjala 1996, 60–62.)

Eri toimijoilla on erilaiset käsitykset siitä, miten maakunta on olemassa ja mikä sen merkitys on (Hujanen 1998, 93). Jaana Orjala korostaa, että maakunnallisuus syntyy paikallisuuden kautta (Orjala 1996, 55). Yhteiskunnallisten muutosten myötä paikallisuuden kokeminen on muuttunut. Jaana Hujanen nostaa esiin kaupungistumisen ja suomalaisten massamuutot periferiasta keskuksiin. Tällöin maakunnallisetkin lehdet joutuvat kamppailemaan erilaisten tulkintojen ja kokemusten kautta rakentuvien paikallisuuksien kanssa. (Hujanen 1998, 102.) Nykyään ihmiset vaihtavat asuinpaikkaa



entistä useammin. Kansainvälisyys on myös tuonut oman haasteensa paikallisuuden kokemiselle. Tiettyyn paikkaan kuulumisen ei välttämättä enää vaadi fyysistä läsnäoloa. Paikallisista asioista kertominen merkitsee siten eri ihmisille erilaisia asioita. Maakuntalehden suurena haasteena on pohtia, mitä paikallisuus missäkin tilanteessa omalle lukijakunnalle merkitsee.

Hujasen mukaan ihmisten kokemukset tiettyyn paikkaan kuulumisesta ovat subjektiivisia; ne rakentuvat muun muassa jaettujen kokemusten ja yhteisten näkemysten kautta. Siten myös media voi muodostaa kollektiivisia kokemuksia paikasta. (emt., 102.) Orjalan tutkimuksessaan keräämässä aineistossa lehdet korostivat kuitenkin hyvin vähän maakunnan luonnon, kulttuurin tai asukkaiden erityispiirteitä. Tähän vaikuttaa muun muassa alueellinen tietoisuus, joka on esimerkiksi pohjanmaalaisessa kulttuurissa voimakkaampaa kuin hämäläisessä. (Orjala 1996, 58–59.) Tulos on yllättävä, sillä maakunnan erityispiirteet ovat nimenomaan lehden lukijakunnan ja toimituksen välisen vuorovaikutuksen avain. Orjalan mukaan lehdet turvautuvat maakunnalliseen identiteettiin silloin, kun se nähdään tarpeelliseksi (emt., 59).

Ilkka Malmberg (1998) hämmästelee, miksi suomalaiset paikallislehdet eivät ole tarttuneet aiheisiin, jotka nousevat lukijoiden lähiympäristöstä. Hänen mukaansa se on täynnä kertomattomia asioita ja selvittämättömiä kysymyksiä. (emt., 49.) Maakuntalehti on osaltaan täyttämässä tuota tehtävää – kertomassa ja selittämässä ihmisten lähiympäristön tapahtumia ja ilmiöitä. Malmberg itse sanoo katsovansa lähelle nähdäkseen kauempaa (emt., 51). Tämä monesti unohtuu journalistisia ihanteita ja tavoitteita määritettäessä.

Maakuntalehdet siis rakentavat oman alueellisen yhteisön levikkialueensa sisälle. Samalla ne tuottavat ja määrittävät lukijoiden identiteettiä. Lukijoilla on maakuntalehdissä tärkeä asema, sillä juttuaiheet kumpuavat lukijoiden elinympäristöstä. Journalismin tulee jäljitellä niitä elämäntilanteita, joissa ihmiset merkityksellistävät ympäristöä. Näitä ovat muun muassa inhimilliset kokemukset ja muistot. (Hujanen 1998, 103.) Lukijoiden arkiset kokemukset näyttäytyvät toimittajille parhaiten yleisönosastojen kautta, joissa lukijat keskustelevat keskenään tärkeiksi kokemistaan aiheista.

### 2.3.3. Yleisönosasto lukijan areena

Yleisönosastot eivät ole olleet tutkijoiden kiinnostuksen kohteina (Pietilä 2001, 19), vaikka sanomalehdet lähtivät aikoinaan kehittymään kirjeenvaihdon, ja siten eräänlaisen yleisönosastokirjoittelun, pohjalta. Lukijoille yleisönosastot ovat kuitenkin usein tärkein osa lehteä. Seija Ridellin (1998) mukaan lukijat kokevat yleisönosaston muita sivuja läheisemmäksi ja sen jutut kiinnostavammiksi (emt., 95). Tarkasteltaessa lukijoiden ja toimittajien vuorovaikutusta yleisönosastoja ei siten voida ohittaa. Vaikka tutkijoilla ei ole ollut kiinnostusta tuota instituutiota kohtaan, on selvää, että toimituksille sillä on suuri merkitys. Ainakin joku toimituksessa seuraa päivittäin, mitä yleisönosastolla puhutaan. Yleisönosastojen kehittämiseen on käytetty toimituksissa paljon aikaa ja resursseja.

Pekka Aarnivala (1990) on tarkastellut pro gradu -tutkielmassaan sanomalehden yleisönosastoinstituutiota julkisuuden muotona Helsingin Sanomien pakolaiskirjoittelussa. Hän määrittelee yleisönosaston toimitukselliseksi tekstiaineistoksi, joka tulee toimituksen ulkopuolelta, nimenomaan lehden lukijoilta (emt., 15). Yleisönosasto voidaan ymmärtää lukijoiden omana julkisen keskustelun tilana, jossa he päättävät aiheet ja näkökulmat. On kuitenkin selvää, että myös yleisönosastokirjoittelu määrittyy monesti lehden muun sisällön ja siten toimituksen valitsemien aiheiden kautta. Yleisönosastollakin ääneen pääseminen nähdään lehden toimituksen kontrolloimana. Jotkut lukijat mieltävät yleisönosastot tiloina, jonne yleisö siirretään häiritsemästä muita, arvostetumpia osastoja. (Ridell 1998, 96.)

Toimitus rajaa ja ohjaa valinnoillaan keskustelua tiettyyn suuntaan. Yleisönosastollakaan ei julkaista kaikkea materiaalia, mitä lukijat toimitukseen lähettävät. Aarnivalan tarkastelemalla Helsingin Sanomien mielipidesivulla julkaistiin keskimäärin kolme kymmenestä toimitukseen lähetetystä yleisönosastokirjoituksesta (emt., 51). Nykyään Helsingin Sanomien mielipidesivut ovat kuitenkin huomattavasti laajemmat. Jussi Orellin (2003) pro gradu -työssä tarkastelemalla Turun Sanomien yleisönosastolla julkaistiin kuitenkin myös noin kolmannes toimitukseen saapuneista kirjoituksista (emt., 45). Julkaistuja kirjoituksia valitaan toimituksen sisäisten kriteerien perusteella. Esimerkiksi Turun Sanomissa omalla nimellään kirjoittavat saavat Orellin mukaan helpommin kirjoituksensa läpi (emt., 49). Linjanvetoa tehdään myös tiettyjen

aihealueiden suhteen. Esimerkiksi Turun Sanomat ei julkaissut Orellin tarkastelemalla aikavälillä yhtään uskontoa käsittelevää kirjoitusta (emt., 52).

Journalistit näkevät itsensä usein tiedonvälittäjinä ja sitä kautta keskustelun herättäjinä. Mielenkiinnostavat kuitenkin lukijoita usein enemmän kuin toimittajien kirjoittamat jutut. Heikkilä ja Kunelius (1997) näkevätkin mielipiteet ja puheenvuorot joskus parempina keskustelun edistäjinä kuin jatkuvan uuden tiedon esittämisen. (emt., 11.) Yksi mahdollisuus on lomittaa mielipiteitä ja tietoa toisiinsa journalistisissa prosesseissa. Matilda Katajamäki (2002) näkee internetin viestintävälineenä, joka mahdollistaa vuorovaikutteisen viestinnän toteutumisen. Sen avulla yleisöä voidaan osallistaa lehden toimitusprosesseihin, kuten kommentoimaan juttuja, kertomaan aiheita sekä kommunikoidaan haastateltavien kanssa. (emt., 1.)

Teknologisen kehityksen myötä myös yleisönosastot ovat muuttaneet muotoaan. Eri alojen palveluja tarjoavat yritykset ovat perustaneet verkkosivuilleen keskustelupalstoja. Tähän kehitykseen myös sanomalehdet ovat pyrkineet vastaamaan perustamalla omiin verkkolehtiinsä keskustelufoorumeita. (emt., 1.) Veikko Pietilä (2001) tarkastelee yleisönosastojen ja verkkolehtien keskustelufoorumeiden yhteneväisyyksiä ja eroja keskusteluvuorokulmasta. Hän näkee näiden kahden välillä eroja muun muassa teknisestä näkökulmasta. Yleisönosaston keskustelu määrittyy lehden ilmestymisen mukaan, kun taas verkkofoorumeiden keskustelu on reaaliaikaista. Yleisönosastojen kirjoittelu käy läpi myös tarkemman seulan ennen puheenvuorojen julkaisemista. (emt., 20.) Myös Matilda Katajamäki (2002) pitää verkkolehtien keskustelupalstoja lukijoiden näkökulmasta helpompina ja palkitsevimpina kuin perinteisiä yleisönosastoja, sillä lähes kaikki kirjoitukset julkaistaan välittömästi (emt., 2).

Verkkolehden keskustelufoorumi tarjoaa siis tilan lukijoiden keskustelulle, jossa toimituksen rooli on pienempi kuin perinteisten mielipidesivujen rakentumisessa. Verkkofoorumi on ikään kuin lukijoiden oma arena, joka ei linkity toimituksen linjauksiin. Pietilän havaintojen mukaan verkkofoorumit virittävät lukijat helpommin vuorovaikutukselliseen keskusteluun kuin perinteiset yleisönosastot (Pietilä 2001, 24). Tämä johtuu varmasti julkaisukynnyksen mataluudesta sekä verkkokeskustelun vapaammasta luonteesta. Pauliina Lehtonen (2005) on tarkastellut verkkoa paikallisyhteisöjen vuorovaikutuskanavana Tampereella järjestetyn Mansetori -projektin

puitteissa. Projektin verkkokeskustelupalstalla eniten keskustelua herättäviä teemoja olivat osallistujille läheiset arkielämän aiheet. Sen sijaan laajat ja vähemmän konkreettiset aiheet, kuten kestävä kehitys, eivät synnyttäneet kovinkaan vilkasta keskustelua. (emt., 44–45.)

Tästä voidaan päätellä, että myös lehtien verkkofoorumeilla käyty keskustelu kiinnostaa lukijoita eniten silloin, kun aiheet nousevat heidän omasta lähiympäristöstään ja arjestaan. Yleisönosastokirjoittelu ja sen rakentama keskustelu liikkuu yleensäkin lukijoille läheisten aiheiden alueella. Jussi Orellin (2003) tutkimuksessa nousee esiin arkipäivän puheenaiheet sekä yhteiskunnalliset tai kunnalliset aiheet. Keskustelun teemat liittyivät usein esimerkiksi terveyden- tai vanhustenhoitoon. Valtaosa kirjoituksista tarkasteli asioita paikallisesta näkökulmasta. (emt., 52–53.) Myös Erja Tauran (1992) tarkastelemissa Aamulehdessä ja Helsingin Sanomissa mielipidekirjoitukset käsittelivät paikallisia aiheita, kuten liikennettä sekä arkisia teemoja, kuten lastenkasvatusta (emt., 16–17).

Mansetori toimii osallistujien itsensä rakentamana ja ohjaamana vaihtoehtoisena medianana (Lehtonen 2005, 52). Tästä syystä se ei sellaisenaan sovellu sanomalehtien verkkosivuillaan ylläpitämän keskustelufoorumin vastineeksi. Mutta paikallisyhteisön vuorovaikutuskanavana siitä voidaan ottaa oppia myös sanomalehdissä. Lehtonen näkee verkon mahdollisuutena sosiaalisten verkostojen muodostamisessa sekä käyttäjien yhteenkuuluvuuden tunteen luomisessa (emt., 53). Nämähän ovat myös paikallis- ja aluelehtien tavoitteita, joita verkko voisi siten entisestään edistää.

Yleisönosastolle kirjoittavat säännöllisesti samat ihmiset. Ryhminä erottuvat vanhuksset sekä hyvin koulutetut ihmiset (mm. Taura 1992, 24–25). Yleisönosastot nähdään helposti joko kansan valitusfoorumina tai valistuneiden ihmisten itseilmaisun tilana. Tästä syystä toimittajat mieltävät yleisönosaston usein muun toimitustyön ulkopuolelle. Katajamäki (2002) uskoo, että verkkokeskustelu voi lähentää yleisösuhdetta, etenkin, jos se toimii toimituksen ja lukijoiden kohtaamispaikkana. Lukijoista voisi tulla sen avulla osa lehden toimitusprosessia, ja he voisivat myös tuottaa osan lehden sisällöstä. (emt., 2.) Yleisönosastoja ei tulisi enää nähdä pelkästään lukijoiden omana areenana, vaan toimittajien ja lukijoiden kohtaamispaikkana.

## 3. Metodi koetuksella

### 3.1. Havainnointitutkimuksen taustaa

Tarkastelen Karjalaisen toimituksen ja lukijoiden vuorovaikutusta omien havaintojeni kautta. Päädyin havainnointimenetelmään, koska sen parissa on tiedotusopin laitoksella askaroitu viime aikoina vähän, vaikka metodilla onkin pitkät ja vahvat perinteet tieteiden historiassa. Kauko Pietilä (2003) kyseenalaistaa yhteiskuntatieteellisessä tutkimuksessa pinnalla olevan käsityksen siitä, ettei yhteiskuntaa voi havaita. Yhteiskuntaa ja siellä vallitsevia sosiaalisia suhteita ei voida suoraan havaita, mutta ne ilmenevät Pietilän mukaan merkityksellisinä sanomina. (emt., 7.) Nuo sanomat muodostuvat usein ihmisten sanoissa ja kohtaamisissa. Pietilä näkee sosiaalisen todellisuuden ja siten yhteiskunnan muodostajana ja ilmaisijana vuorovaikutuksen, eli interaktion. (emt., 10). Vuorovaikutusta havainnoimalla on siis mahdollista tarkastella yhteiskunnan muodostumista eri osapuolten kohtaamisten ja samaan aikaan välitettyjen sanomien kautta.

Havainnointi on osa etnografista tutkimusperinnettä, jonka nimi viittaa sen historiallisiin lähtökohtiin. Etnografinen tutkimus on menetelmänä kehittynyt etenkin antropologian piirissä. Se on lähtenyt liikkeelle kolonialismin ajan Isosta-Britanniasta, jossa lähetyssaarnaajat ja matkailijat alkoivat tallentaa kohtaamisiaan siirtomaiden ihmisten kanssa. Siirtomaissa elävien heimojen uskomukset ja tavat nähtiin usein omituisina ja häiritsevinä, koska ne erosivat oikeana pidetystä länsimaisesta kulttuurista ja sen tavoista. Kannibalismista, noituudesta, moraalittomasta seksuaalisesta käyttäytymisestä ja uskonnollisista harjoituksista kertomuksia kerääviä länsimaalaisia alettiin kutsua etnografian tutkijoiksi. (Machin 2002, 18.) Havainnoinnilla on kuitenkin aina ollut paikkansa ihmisten arkielämässä:

*”--- Etnografia on tutkimusta, jota teemme elämässämme joka päivä. Kun astumme uuteen tilanteeseen esimerkiksi uudessa koulussa tai työpaikassa, katselemme asioita ja ihmisiä ympärillämme tehdäksemme ne kotoisiksi ja tutuiksi.”* (Frey, Botan , Friedman & Kreps 1992, 247.)

Havainnointi on siis jokapäiväistä toimintaa. Pyrimme tulkitsemaan muiden käyttäytymistä, jotta voisimme itse paremmin sopeutua tilanteisiin. Teemme havaintoja siitä, millaisia rooleja ihmiset ottavat ja mikä sopisi omaksi rooliksemme kyseisessä tilanteessa. Etnografian kautta tarkastellaan nimenomaan sitä, miksi ihmiset toimivat tietyllä tavalla. Tämä tarkoittaa ihmisten havainnointia ja kuuntelemista heidän omassa elinympäristössään. (Machin 2002, 1.) Näin päästään mahdollisimman lähelle tutkittavien ihmisten normaaleja ja luonnollisia toimintaympäristöjä ja -tapoja. Näistä luonnollisista toimintamalleista tehdään kuitenkin etnografian parissa mielivaltaisia ja ongelmallisia, sillä tutkijan tehtävänä on selvittää, miten ihmiset saavuttavat tuon luonnollisuuden sosiaalisesti rakennettujen normien, sääntöjen ja merkitysten kautta (emt. 1). Tutkija ei siis saa ottaa mitään annettuna ja luonnollisena, vaan kaikelle on etsittävä selitystä ja vastausta kysymykseen miksi.

Jotta tutkija ei suhtautuisi tutkittaviin ja näiden toimintamalleihin luonnollisina, etnografista tutkimusta tehdään usein tutkijan oman arkiympäristön ulkopuolella ja tutkijalle tuntemattomien kulttuurien parissa. Minulle päivälehdessä toimitus oli tätä tutkimusta aloittaessani melko vieras kulttuuri. En ole aikaisemmin ollut töissä toimituksessa, joten pystyin tarkkailemaan toimittajien työtä hieman erilaisin silmin. Kiinnitin huomiota asioihin, joita toimitusten työskentelyyn tottuneet eivät ehkä olisi kummastelleet tai kyseenalaistaneet. Tässä mielessä kokemattomuudestani oli hyötyä, sillä havaintoni perustuvat tilanteen ulkopuolisen havainnoijan kokemuksiin. Tässäkään roolissa oleminen ei aina ole helppoa. Tutkijan on ensiksi saavutettava tutkittavien luottamus, jotta tutkimustilanne olisi mahdollisimman luonnollinen (Frey ym. 1992, 251).

Havainnointitutkimuksessa keskeistä on tutkijan oman roolin selkeyttäminen niin itselle kuin tutkittaville. Tutkija voi toimia joko ulkopuolisena tarkkailijana, täydellisenä osallistujana tai osallistuvana havainnoijana (emt., 257). Itse päädyin osallistuvan havainnoijan rooliin, kuten valtaosa etnografian tutkijoista. Sitä kautta pääsin osallistumaan toimituksen normaaliin työskentelyyn, mutta olin kuitenkin mukana selkeästi tutkijana, en journalistina. Toimitustyön havainnointi liittyy fenomenologisen uutistutkimuksen perinteeseen. Siinä uutisten kautta rakentuva todellisuus nähdään tuotettuna ja merkityksellistävänä, ei todellisuuden heijastumana. (mm. Pietilä 1997, 290–291.) Toimituskäytäntöjä tutkimalla voidaan siis selvittää, miten uutinen tuotetaan

ja miten se edelleen rakentaa todellisuutta. Pietilä nostaa esimerkkinä Gaye Tuchman (1978) klassikon maineeseen nousseen uutistoimittajien työtä ja sen yhteiskunnallisia vaikutuksia tarkastelleen tutkimuksen (Pietilä 1997, 291). Suomessa vastaavanlaista toimitustyön havainnointiin pohjautuvaa tutkimusta on tehnyt muun muassa Merja Helle. Hän toteutti tutkimuksen muutoslaboratoriomenetelmää hyödyntäen (ks. Helle 2004, 52). Helteen tutkimuksen tavoitteena oli kehittää Helsingin Sanomien kotimaantoimituksen työskentelykäytäntöjä toimituksen työtavoista tehtyjä havaintoja hyödyntämällä.

Roolin ohella tutkijan tulee miettiä, miten hän kertoo tutkimuksestaan ja sen tavoitteista tutkittaville. Liiallinen asioiden salaaminen voi viedä pohjan pois tutkimukselta, vaikka tavoitteiden kertominen johtaisikin vastausten ja todellisuuden vääristymiseen. Halusin, että tutkimukseni olisi avointa ja kaikkien toimittajien tiedossa. Pysin mahdollisimman avoimesti kertomaan itsestäni ja tutkimukseni tavoitteista. Esittelin itseni niin ensimmäisen tutkimuspäivän aamupalaverissa kuin jakson ensimmäisessä toimitusneuvottelussa. Gradun valmistuttua tarkoitukseni on mennä Karjalaisen toimitukseen kertomaan ja keskustelemaan tutkimuksen tuloksista sekä niiden kautta esiin nousseista ajatuksista. Pysin kertomaan myös niistä mahdollisimman suoraan ja avoimesti.

Etnografisessa tutkimuksessa luottamuksen saavuttaminen ei yksistään riitä. Tutkijan tulee pohtia oman roolinsa ohella myös käsityksiään, asenteitaan ja mielipiteitään. Koska tutkimuksen tavoitteena on löytää ennalta tunnistamattomia toimintamalleja, on tutkijoiden päästävä eroon omista ennakoasenteistaan (Frey ym. 1992, 251). Jokaisella on varmasti jonkinlaisia ennakkokäsityksiä ja -näkömyksiä erilaisista tilanteista ja toimijoista. Itselläni oli useitakin mielikuvia Karjalaisen toimituksesta, sillä olen lukenut lehteä lapsesta asti ja keskustellut sen linjasta muun muassa vanhempieni kanssa. Vaati jonkin verran painiskelua päästä irti noista ennakkokäsityksistä ja kohdata toimitus tutkijan, ei lukijan silmin. Vaikka tunsinkin olevani toimituksessa enemmän lukijana kuin journalistina, olin siellä kuitenkin ennen kaikkea tutkijana. Minulla oli siis tätä tutkimusta tehdessäni kaksi erilaista, mutta toisiinsa kytkeytyvää roolia.

Etnografisen tutkimuksen kohdetta voidaan lähestyä joko ulko- tai sisäpuolelta. Ulkopuolelta lähestyttäessä tutkitaan usein ympäristön tai kulttuurin voimia, jotka vaikuttavat tutkittavien viesteihin ja sosiaaliseen käyttäytymiseen. Tällöin tutkimusmenetelmänä on usein havainnointi. Sisäpuolelta tarkasteltaessa pyritään selvittämään, mitä tutkittavat ajattelevat viestinnästään sekä millaiset säännöt, odotukset ja kategoriat ohjaavat viestien tulkintaa. Tällöin tutkimusta tehdään usein haastattelemalla. Monesti etnografisessa tutkimuksessa yhdistetään molempia lähestymistapoja, koska siten voidaan saada kattava käsitys tutkittavista ja heidän viestinnästään. (emt., 250.)

Päädyin tässä tutkimuksessa yhdistämään näitä kahta lähestymistapaa. Havainnointi on pääasiallinen tutkimusmenetelmä, mutta haastattelin myös muutamia tutkimukseni kannalta keskeisiä toimittajia, jotta ymmärtäisin paremmin, miten vuorovaikutus ohjautuu Karjalaisen toimituksessa. Näin pääsin tarkastelemaan toimituksen työskentelyä ja siihen liittyvää viestintää niin odotusten, sanojen kuin konkreettisten tekojen kautta. Nämä haastattelut voidaan määritellä etnografisiksi haastatteluiksi, joiden päämääränä on selvittää miksi ja miten tietyt valinnat vaikuttavat viestintään. Usein valitut haastateltavat ovat niin sanottuja avaintiedonantajia, jotka tekevät tutkijalle tutuksi tutkimusympäristöä, sosiaalisia normeja ja ryhmän käyttämää kieltä. (emt., 286–287.) Itse haastattelin viittä toimituksen työntekijää, joiden rooli nimenomaan vuorovaikutuksessa on keskeinen.

Havainnointi on tutkimustilanteena erilainen kuin esimerkiksi kokeelliset tutkimukset. Etnografian tutkijat viettävät yleensä huomattavasti pidemmän aikaa tutkittavien parissa. He havainnoivat viestintää ja vuorovaikutusta tilanteissa, joiden merkitys on tutkittaville suurempi kuin tutkittavana oleminen. Tutkimustilanne ei siis ole erikseen tutkimusta varten rakennettu, vaan luonnollinen tilanne tutkittaville. (emt., 251.) Itse vietin kuukauden toimituksessa, joka on melko pitkä aika pingotettavaksi. Tästä syystä uskon, ettei läsnäolonni ratkaisevasti vaikuttanut tekemiini havaintoihin. Toki jonkinlaista arastelua pystyi aistimaan. Havaintojani läpikäydessäni olen kuitenkin huomannut, että toimittajat keskustelivat kanssani hyvinkin avoimesti ja vapaasti. Tämä johtui varmasti pitkälti siitä, että olimme heille tutussa tilassa ja tilanteessa. Liiallinen vääristely ja asioiden kaunistelu olisi vienyt tarpeettomasti aikaa toimituksen kiireisessä työrytmissä.



Havainnointimenetelmä vaatii siis tutkijalta oman roolin selkeyttämistä, laaja-alaista lähestymistä sekä pitkäaikaista sitoutumista tutkimukseen. Näiden lisäksi tutkijan on hyväksyttävä tietynlainen epätietoisuus tutkimuksen suhteen. Etnografisessa tutkimuksessa ei useinkaan ole valmiita hypoteeseja ja teorioita, joita vahvistettaisiin tutkimuksen myötä, vaan ne rakentuvat vasta tutkimusvaiheessa. (emt., 248). Ennen tutkimuksen aloittamista olin perehtynyt lähdekirjallisuuteen, mutta vasta havaintoja tehdessäni aloin hahmottamaan, mihin suuntaan tutkimus tulisi menemään. Siten tutkimustulokset ovat osittain ohjanneet minua teoriakysymysten parissa, jotka ovat puolestaan avanneet tietä analyysille. Etnografinen tutkimus onkin eräänlaista grounded theory -menetelmällä toteutettavaa tutkimusta, sillä teoria nousee usein tutkimusaineiston pohjalta (emt., 253).

Etnografisen tutkimuksen kautta saadut tulokset kertovat muun muassa siitä, miten tutkittavat ja heidän kulttuurinsa määrittävät tilanteita sekä mitä ihmiset sanovat ja tekevät ollessaan vuorovaikutuksessa keskenään (emt., 249). Kaikkia näitä asioita tarkastelen Karjalaisen toimituksessa. Lähtökohtana on ymmärtää, miten Karjalaisen toimitus viestii keskenään ja lukijoiden kanssa. Viestintämallit tietyissä tilanteissa ovat usein vahvoja. Samaistamalla ja tunnistamalla noita malleja voimme ymmärtää, arvioida, muuttaa ja kopioida niitä. (emt., 249.) Pyrin tämän tutkimuksen myötä selvittämään, millaisia ongelmia Karjalaisen toimituksen ja lukijoiden välisessä vuorovaikutuksessa on. Tulen myös pohtimaan, miten noihin ongelmiin voitaisiin etsiä ratkaisuja, joiden kautta vuorovaikutusta voitaisiin kehittää ja parantaa.

Etnografisessa tutkimuksessa tutkijan tulee toimia samaan aikaan tutkijan ja tarinankertojan roolissa. Tulokset kerrotaan usein tiheinä kuvauksina tilanteista ja ilmiöistä. Ne paljastavat monesti yksittäisten ihmisten sanoja ja tekoja, eivät yhteenvetoa kaikkien tutkittavien teoista. (emt., 253.) Tämäkin tutkimus on kertomus Karjalaisen toimituksen päivästä sekä yksittäisten toimijoiden teoista ja sanoista. Se oikeastaan tekeekin tästä tutkimuksesta mielenkiintoista ja haastavaa. Tässä tutkimuksessa esittämäni kertomus on pitkälti minun näkemäni versio asioista. Etnografista tutkimusta onkin kritisoitu juuri tutkijoiden yksilöllisten tulkintojen vuoksi (Machin 2002, 86). Otan kuitenkin riskin tulla kritisoiduksi ja kerron omat käsitykseni Karjalaisen toimituksen ja lukijoiden välisestä vuorovaikutuksesta sellaisina, kuin ne minulle näyttäytyivät toukokuussa 2006.

### 3.2. Tutkimusta vuorovaikutuksesta

Lähdin tutkimaan Karjalaisen toimituksen ja lukijoiden suhdetta vuorovaikutuksen näkökulmasta. Sitä kautta pääsin havainnoimaan niin toimittajien kuin lukijoiden asenteita, rooleja ja konkreettisia tekoja. Tässä tutkimuksessa tarkastelen asioita toimittajien näkökulmasta, mutta lukijoiden asenteet ja teot tulevat esiin muun muassa yleisönosastojen kautta. Keskityn kuitenkin nimenomaan toimituksen näkökulmaan, sillä heillä itselläänkin vaikuttaa olevan vähän konkreettisia ja analysoituja tutkimustuloksia omasta työskentelystään. Karjalaisen teettämät tutkimukset lehden ja lukijoiden suhteesta perustuvat lähinnä erilaisiin kyselyihin, joissa tarkastellaan lukijoiden kokemuksia lehdestä.

Lehdessä aloitettiin Karjalaisen Paneeli -lukijatutkimus keväällä 2006. Panelistiksi voi ilmoittautua kuka tahansa Karjalaisen lukija. Liityin itse tämän tutkimuksen vuoksi paneeliin toukokuussa 2006. Noin kerran kahdessa tai kolmessa viikossa osallistujat voivat vastata verkossa muutamiin yksittäistä lehden numeroa koskeviin kysymyksiin. Yllätyksekseni suurin osa paneelissa esitetyistä kysymyksistä koski lehden mainoksia. Paneelissa kysyttiin muutamista mainoksista, kiinnitinkö niihin huomiota lehteä lukiessani ja teinkö ostopäätöksiä kyseisten mainosten perusteella. Olen ainoastaan kerran vastannut paneeliin, jossa kysyttiin kokemuksia myös Karjalaisen uutisjutusta.

Karjalaisen Paneeli painottuu siis mainostajien ja lukijoiden kohtaamiseen. Tutkimus tukee lähinnä mainostajia ja heidän kehitystarpeitaan. Toimitus ei saa tutkimuksesta juuri muuta kuin taloudellista hyötyä, mikäli mainostajat paneelin tuloksiin tyytyväisinä ostavat lisää mainostilaa. Karjalaisessa tehdään myös lehden sisältöön ja rakenteeseen liittyvää Kansallisen mediatutkimuksen kautta toteutettavaa levikkitutkimusta. Siinä kartoitetaan muun muassa lukijoiden ikää, sosioekonomista asemaa sekä eri aihealueiden tärkeyttä lukijoille. Tulosten perusteella voidaan päätellä jotain muun muassa Karjalaisen lukijoiden suhtautumisesta talous- tai ulkomaanuutisiin sekä sitä, miten eri aiheiden painotukset ovat lehdessä onnistuneet.

Karjalaisen teettämät lukijatutkimukset eivät ole suoranaisesti lähentäneet toimitusta ja lukijoita toisiinsa. Tulokset eivät ole kertoneet mitään toimituksen ja lukijoiden välisestä vuorovaikutuksesta tai sen toimivuudesta, lukijoiden konkreettisista toiveista

tai asenteista lehden linjaan. Lukijatutkimusten tuloksilla ei näytä olevan vaikutuksia toimituskäytäntöihin tai etenkin niiden kehittymiseen. Tutkimuksista ja niiden tuloksista ei ylipäätään tiedetä juuri mitään lehden toimituksessa, mikä tuli esiin toimittajien kommentteista. Eräs toimittaja pitää valitettavana, ettei lukijatutkimusten tuloksia hyödynnetä lehdessä mitenkään eikä niistä puhuta toimituksessa lainkaan (toimittaja, nainen). Samaa valittelee myös levikkiosaston päällikkö Voitto Kukkonen. Hänen mukaansa tutkimustuloksia ei jatkojalosteta eikä siten hyödynnetä, vaikka niiden tekeminen on kallista (Kukkosen haastattelu 5.5.2006).

Oma motiivini ja tavoitteeni on tehdä tutkimusta, joka ei jäisi vain paperipinoksi. Halusin valita tutkimuskohteen siten, että tämän tutkimuksen myötä jotakin olisi mahdollista kehittää, tai ainakin voisin antaa toimittajille ajatuksia ja vaihtoehtoja. Päädyin havainnoimaan toimittajien työrutiineja, sillä ne ovat pohjana toimituksen ja lukijoiden väliselle vuorovaikutukselle, jonka kehittäminen on varmasti ajankohtaista jokaisessa toimituksessa. Tarkoitus olisi, että tutkimukseni tuloksia ja niiden pohjalta nousseita ajatuksia sovellettaisiin myöhemmin jonkinlaisessa projektissa. Sitä kautta vuorovaikutusta ja maakunnan julkista keskustelua voitaisiin ehkä monipuolistaa, vaikkakin hetkellisesti.

Olen tässä tutkimuksessa kiinnostunut toimittajien ja lukijoiden kohtaamisesta erilaisissa päivittäin toistuvissa tilanteissa. Miten lukijat otetaan huomioon seuraavan päivän lehteä rakennettaessa? Miten lukijat ohjaavat toimittajien rutinoitunutta työskentelyä? Miten yhteydenotot ja palaute vaikuttavat ja miten niihin suhtaudutaan? Osallistuin joka-aamuiseen toimituspalaveriin, jossa käydään läpi päivän lehteä sekä suunnitellaan tulevien lehtien rakennetta. Aamupalaverit ovat lyhyitä, mutta niiden aikana käydään läpi myös toimituksen lukijasuhdetta eri tavoin. Niissä pääsin parhaiten selville siitä, miten lukijoiden yhteydenottoihin tartutaan ja miten niihin ylipäätään suhtaudutaan. Pyrin tekemään havaintoja siitä, miten lukijat näkyvät ja kuuluvat noissa palavereissa. Missä yhteyksissä heidät mainitaan? Miten lukijoiden yhteydenottoja tuodaan kokouksessa esille? Miten lukijat muokkaavat lehden rakennetta tai suuntaavat sen sisältöä? Havainnoinnissa käytin apunani A4 -paperille luonnostelevaani havainnointikaavaketta, johon olin koonnut keskeisiä havainnoinnin kohteita (ks. Liite 1).

Palavereiden pohjalta lähdin useimmiten jonkun toimittajan matkaan seuraamaan jutuntekoproosessia ja jutun rakentumista. Myös juttukeikoilla hyödynsin A4 -kokoista havainnointikaavaketta, jonka avulla tarkastelin kaikilla seuraamillani keikoilla samoja asioita (ks. Liite 2). Juttukeikat olivat oikeastaan tutkimukseni antoisinta materiaalia. Yksittäistä juttuprosessia seuraamalla pystyin näkemään, kenelle juttua lähdetään kirjoittamaan, mitä sen kautta halutaan kertoa ja mistä näkökulmasta. Nämä lähtökohdat ja periaatteet paljastavat, miten vuorovaikutusta pyritään yksittäisen jutun kautta edistämään ja millaisia mahdollisuuksia vuorovaikutukselle jutun kautta avataan.

Juttukeikat tarjosivat rennon, melko rauhallisen ja luonnollisen keskustelutilanteen toimittajien kanssa. Seurasin kymmenen toimittajan matkassa jutun rakentumista aina ideoinnista sen julkaisemiseen ja mahdolliseen palautekeskusteluun. Yleensä lähdin toimittajan matkaan toimituksen ulkopuolelle, jolloin pystyimme keskustelemaan juttukeikasta etukäteen autossa. Itse haastattelutilanteessa pysyin taustalla, jotta en häiritseisi toimittajan työskentelyä. Tarkkailin samalla, miten toimittaja kohtaa haastateltavan. Haastateltava on lehden potentiaalinen lukija, joten juttukeikat ovat yksi osa toimittajan ja lukijan välisestä vuorovaikutuksesta. Paluumatkalla tarkensin vielä toimittajan ajatuksia jutusta ja haastattelutilanteesta. Keskustelimme usein myös yleisesti toimittajan työstä sekä Karjalaisen toimituksesta ja sen toimintatavoista.

Vaikka tutkimukseni pääasiallinen metodi onkin havainnointi, halusin tarkastella myös sanojen ja ideoiden toteutumista sekä konkreettisia tekoja. Päivittäinen lehti kertoo, onko lukijoiden kommentteihin tartuttu. Tästä syystä aineistoni koostuu myös toukokuun aikana ilmestyneistä Karjalaisista. Poimin lehdistä ne jutut, joiden tekoprosessia olin seuraamassa. Tarkastelin myös sellaisia juttuja, joiden tiesin lähteneen liikkeelle lukijoiden toiveesta tai aloitteesta. Tästäkin syystä seurasin päivittäin Karjalaisen yleisönosastoja; Suora linja -mielipidesivua, tekstiviestipalstaa sekä verkkolehden keskustelufoorumia. Tarkastelin yleisönosastojen kautta rakentuvaa vuorovaikutusta, eli miten lukijat esittävät juttutoiveita ja kommentteja tai antavat palautetta nimenomaan yleisönosastoilla, ja miten toimitus noihin kommentteihin tarttuu palavereissa ja lehdessä. En tule kuitenkaan analysoimaan yleisönosastojen tai päivän lehtien sisältöä, vaan ainoastaan poimimaan niistä havaintojeni kannalta relevantteja esimerkkejä.

Jutun julkaisemisen jälkeen tarkastelin, millaista palautetta siitä mahdollisesti annettiin, miten palautteeseen suhtauduttiin sekä miten ja millä perusteilla juttua muuten arvioitiin toimituksessa. Tällä tavalla palaan taas aamupalavereihin, joissa käsitellään myös palautetta päivän lehdestä ja siinä ilmestyneistä jutuista. Seurasin sitä, miten lukijoiden lähettämää palautetta tuotiin esiin ja millaisia vaikutuksia sillä oli toimittajien työn kehittämiseen ja taas seuraavan päivän lehden rakentumiseen. Lukijapalautteen vähäisyyden vuoksi kiinnitin huomiota myös toimituksen sisäiseen palautteeseen; perustellaanko sitä joskus lukijoiden kannalta.

Havainnoin samalla, miten toimituksen sisäinen vuorovaikutus ja työtavat vaikuttavat lukijoiden näkymiseen toimituksessa. Tiina Rajamäki (2004) on tarkastellut pro gradu -työssään toimittajien ammattikuvaa. Rajamäen haastattelututkimuksen tulosten perusteella toimittajien keskinäinen vuorovaikutus on vähäistä, vaikka se nähdään tärkeäksi työn ja motivaation kannalta. (emt., 73.) Tulen pohtimaan, miten vuorovaikutusta ja palautteen määrää voisi kasvattaa, jotta niistä tulisi entistä tärkeämpiä toimittajien työtä tukevia osia. Mahdollisuus tuon kysymyksen pohdintaan avautui jo tutkimusjakson aikana. Toisena havainnointipäivänä niin toimituspäällikkö kuin päätoimittajan varamies kysyivät, josko suostuisin antamaan päivittäistä palautetta vuorovaikutuksen ja kansalaislähtöisyyden toteutumisesta lehdessä. Suostuin pyyntöön ilomielin, vaikka se hieman hankalalta näin kokemattomasta journalistista tuntuikin. Päivittäinen palaute auttoi kuitenkin myös itseäni omien havaintojeni seuraamisessa ja analysoinnissa. Esimerkkejä antamastani palautteesta löytyy tutkimuksen lopusta (katso Liite 3).

Kerätessäni aineistoa pyrin välttämään virallisia haastattelutilanteita, sillä aineistostani tuli muutenkin niin laaja, että haastattelujen litteroimiseen ei enää olisi jäänyt aikaa. Tutkimuksessa esiin nostamani toimittajien kommentit ovat pääasiassa juttukeikoilla, kahvitauoilla tai juttutuokiolla poimimiani lausahduksia. Haastattelin uutispäällikkö Jouko Salmelaa, tekstiviestipalstasta vastaavaa pääkirjoitustoimittajaa Helena Tahvanaista, Suora linja -mielipidesivusta vastaavaa pääkirjoitustoimittajaa Tuula Rantosta sekä verkkotoimittajan sijaisena toiminutta Antti Hirvosta. Nämä haastattelut tein selvittääkseni Karjalaisen yleisiä linjauksia, en niinkään varsinaisen tutkimuksellisen aineiston vuoksi. Olen kuitenkin poiminut haastatteluissa esiin nousseita kommentteja, sillä ne paljastivat myös yksittäisten toimittajien ajatuksia.

Tuula Puranen (1998) selvitti pro gradu -työssään Aamulehden toimittajien suhdetta lukijoihin teemahaastattelujen kautta. Puranen on lähestynyt aihetta pohtimalla muun muassa toimittajien roolia, lähdekäytäntöjä, tavallisten ihmisten äänen merkitystä toimitusprosesseissa sekä toimittajien käsityksiä lukijoista. Noita samoja asioita tulen lähestymään myös tässä tutkimuksessa toimittajien kanssa keskustellessani. Puranen on pystynyt nostamaan monipuolisesti esiin toimittajien ajatuksia suhteestaan lukijoihin. Tähän myös minä pyrin, vaikka käytössä oleva metodi onkin toinen.

Keskustellessani toimittajien kanssa, antaessani palautetta sekä esitellessäni tutkimustani pyrin tuomaan vaihtoehtoja esille myös mahdollisia kehitysideoita sekä vaihtoehtoisia toimintatapoja. Tässä mielessä tutkimukseni voi mieltää eräänlaiseksi toimintatutkimukseksi. Arja Kuula (1999) määrittelee toimintatutkimuksen käytäntöihin suuntautuvaksi, muutokseen pyrkiväksi ja tutkittavien osallistumiseen perustuvaksi tutkimukseksi. Sille on tyypillistä uuden tiedon tuottamisen ohella myös pyrkimys muutosten edistämiseen ja asioiden parantamiseen. (emt., 10–11.) Tarkoitukseni on tutkimuksen lopuksi esitellä joitakin ajatuksia siitä, miten Karjalaisen toimituksen ja lukijoiden välistä vuorovaikutusta voitaisiin edelleen kehittää. Vuorovaikutus ja sen kehittäminen nähdään myös toimintatutkimuksessa edellytyksenä työorganisaatioiden muutokselle (emt., 90).

Tutkimusaineistosta tuli hyvin laaja, ja jouduin karsimaan sitä ennen analyysivaihdetta. Pidin koko toukokuun ajan tutkimuspäiväkirjaa, johon kirjasin ylös päivittäisen ajankäyttöni viiden minuutin tarkkuudella, omia ajatuksiani sekä tekemiäni havaintoja. Päiväkirjan täyttö onnistui hyvin, sillä kirjasin välittömästi ylös esimerkiksi toimittajien yksittäisiä kommentteja tai kahvihuoneessa kuulemaani. Kirjoitin siihen myös omia tuntemuksiani, mikä näin jälkikäteen on auttanut paljon havaintojeni ymmärtämisessä ja analysoinnissa. Aineiston laajuudesta johtuen pyrin rajaamaan nimenomaan havaintopäiväkirjani keskeisimmäksi tutkimusaineistoksi, sillä kirjasin siihen havaintoja aamupalavereista, juttukeikoilta ja päivän lehdistä. Noita havaintoja lähden nyt purkamaan esittelemällä ensin sanomalehti Karjalaisen, sen toimituksen ja lukijat.

## 4. Maakuntalehti Karjalainen

### 4.1. Eliittilehdestä maakunnan ykköseksi

*”Karjalainen kertoo joka päivä, millainen maakunta on. Se pyrkii kehittämään ja vaikuttamaan julkiseen mielipiteeseen.”* (toimittaja, mies)

Näin kuvailee eräs Karjalaisen toimittaja omaa lehteään ja sen tehtäviä. Sanomalehti Karjalainen on Pohjois-Karjalan maakuntalehti. Sillä on alueella pitkä historia. Lehteä on julkaistu vuodesta 1874, aluksi Karjalatar -nimellä. Nimi muuttui Karjalaiseksi vuonna 1918. (Jääskeläinen 1999, 72, 78.) Kolme vuotta sitten 130-vuotisjuhliiaan viettänyt Karjalainen on Suomen kolmanneksi vanhin edelleen ilmestyvä suomenkielinen sanomalehti ([www.karjalainen.fi](http://www.karjalainen.fi)).

Aatto Jääskeläisen (1999) mukaan maakuntien ykköslehtien, kuten Karjalaisen, tavoitteena on levikin jatkuva kasvattaminen. Karjalainen on pyrkinyt historiansa aikana laajentamaan reviiriään myös perinteisen levikkialueensa ulkopuolelle. (emt., 84.) Nykyään levikkialue on melko vakiintunut, ja se kattaa Pohjois-Karjalan maakunnan kattavasti. Maakunnalla ja sen asukkailla on luonnollisesti valtava merkitys Karjalaisen sisältöön, ilmeeseen ja linjaan. Myös omistajapohjalla on merkitystä. Karjalainen, kuten koko Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oy, on nykyään Autotalo Laakkosenkin omistavien Laakkosten veljesten omistuksessa. Vuonna 1987 lehtitalosta tuli Laakkosen suvun perheyrittys, vaikka muita osakkeenomistajia oli vielä vuonna 1998 lähes 600. (emt., 96.)

Vuoteen 1995 saakka Karjalainen oli Kokoomuksen äänenkannattaja. Karjalainen halusi kuitenkin palvella moniarvoista lukijakuntaansa objektiivisena uutislehtenä, ja maakunnan etujen ajaminen nousi ensisijaiseksi tavoitteeksi. (emt., 104.) Karjalainen julistautuikin puolueettomaksi monien muiden lehtien tapaan, mutta historia on jättänyt jälkensä ainakin ihmisten mieliin. Edelleen monet lukijat löytävät lehdestä kokoomuslaista henkeä ja joskus syyttävät toimitusta puolueellisuudesta. Yllätykseksi

tämä tuli esiin myös toimituksen aamupalaverissa. Yhtenä aamuna toimitus sai palautetta eräästä lehtijutusta. Asiaa kommentoitiin seuraavasti:

*”Takkiin tuli, sekä omilta että sossuilta.”* (palaveri 10.5.)

Karjalainen mielletään myös elitistiseksi lehdeksi. Edelleen lehden sivuilla komeilee verrattain usein keski-ikäinen virkamies. Näin on etenkin politiikkaa ja taloutta käsittelevissä uutisissa. Tästä leimasta on yritetty päästä irti muun muassa uudistamalla pääkirjoitussivua siten, että eliitti ja kansa kohtaavat samalla foorumilla. Päätoimittaja Pekka Mervolan mukaan tekstiviestipalstan idea lähti liikkeelle siitä, että lukijat syyttivät mielipidepalstaa elitistiseksi ja kontaktien ottaminen tuntui hankalalta. Toimituksessa pohdittiin keinoja yhdistää eliitti ja kansa, mielellään vielä samalla sivulla. Tämä onnistui hyvin juuri tekstiviestipalstan avulla. Lukijoille on annettu myös muuten laajempia mahdollisuuksia kertoa näkemyksiään ja mielipiteitään. Muun muassa yleisönosastojen kokoa on kasvatettu. Myös lehden ulkoasuun ja ilmeeseen on kiinnitetty huomiota nimenomaan lukijoita ajatellen.

Karjalainen joutuu muiden sanomalehtien tapaan kamppailemaan kovenevassa kilpailutilanteessa. Maakunnan maalaisväestö on etenkin aikaisemmin lukenut maakunnassa ilmestyvää Karjalan Maa -lehteä, jonka tausta on keskustalainen. Pikkuhiljaa myös maaseudun väestö on löytänyt tiensä Karjalaisen pariin. Karjalan Maahan nähden Karjalainen on etulyöntiasemassa, mutta Helsingin Sanomat on merkittävä kilpailija myös Pohjois-Karjalassa. Eräs toimittaja tokaisee asiasta näin:

*”En minä lue Karjalaista päivittäin, Hesari tulee kyllä luettua joka aamu.”*

(toimittaja, mies)

Toimittaja paljastaa huomaamattaan lehden nykyisen kilpailutilanteen. Helsingin Sanomat pystyy tänä päivän tarjoamaan muita lehtiä kattavamman uutispaketin. Sillä on myös omia aluetoimituksia, jotka uutisoivat maakuntien merkittävistä tapahtumista. Yleensä Helsingin Sanomissa julkaistuilla alueellisilla uutisilla on todella arvoa ja ne kiinnostavat laajoja lukijaryhmiä. Maakuntalehdet uutisoivat samoista asioista, mutta myös huomattavasti pienempää lukijakuntaa kiinnostavista maakunnallisista ja paikallisista aiheista. Tämä on toisaalta maakuntalehtien vahvuus, toisaalta niiden



heikkous. Moni tilaa maakunnallista sanomalehteä juuri paikallisten asioiden vuoksi. Toisaalta muuttuvassa yhteiskunnassa ihmisiä kiinnostavat entistä useammin laajemman perspektiivin uutiset ja tapahtumat. Etenkin nuoret, Karjalaisenkin tulevaisuuden tilaajat, haluavat saada lehdestä kattavan paketin maailman ja kotimaan tapahtumista.

Tilanne on johtanut sanomalehtien taloudellis-journalistiseen yhteistyöhön. Vuonna 1996 Karjalainen, Ilkka, Keskisuomalainen, Pohjalainen ja Savon Sanomat perustivat Väli-Suomen Media Oy:n, joka tuottaa yhdessä muun muassa viikonvaihdeseivuja, eli ”sunnuntaisuomalaista”. Vuonna 1999 yhtiö perusti yhteisen Helsingin toimituksen. (emt., 105-106.) Viime vuosina yhteistyötä on lisätty myös muilla saroilla, viimeisimpänä talousuutisten puolella. Yhteistyö näkyy myös lehtien ilmeessä. Karjalaisessa toteutettiin ulkoasu-uudistus vuonna 2003. Lehti sai samalla yhtenevän ilmeen Keskisuomalaisen ja Savon Sanomien kanssa. Uudistuksen tavoitteena oli tehdä lehdestä helppolukuisempi ja silmäiltävämpi myös nuoria lukijoita huomioiden. Toisena tavoitteena oli lehtien välisen yhteistyön helpottaminen. (Kauhanen 2004, 102.)

Karjalaisessa on tehty myös muita uudistuksia, joilla on pyritty vastaamaan kasvaviin haasteisiin. Lehdessä toteutettiin taitt uudistus, yleisönosastoja on lisätty ja verkkolehteä ollaan uudistamassa. Paikallistelevisiokanava K5 muutti samaan taloon Karjalaisen toimituksen kanssa, ja eri välineiden välistä yhteistyötä on lisätty. Periaatteessa uudistukset ovat varmasti pitäneet osaltaan huolta siitä, ettei levikki ole kääntynyt laskuun. Niiden kautta lehdessä on voitu viestittää, että Karjalainen muuttuu aikansa mukana ja seuraa ympäristöään.

Tärkein tehtävä on kuitenkin lehden toimituksella. Sisältö ratkaisee, jatkavatko lukijat tilausta. Jos juttujen taso vastaa lukijoiden toiveita ja myös tilausmaksua, ei lehdellä ole suurta hätää. Tämä vaatii kuitenkin lukijoiden toiveiden aktiivista kuuntelua ja niiden toiveiden soveltamista osaksi toimituksen työskentelyä. Toimituksen tulee olla selvillä, millaiset jutut kiinnostavat lukijoita. Heidän tulee kuunnella, seurata ja reagoida. Lehden toimituksen tulisi olla mahdollisimman monenkirjavia ja erilaisten toimittajien yhteistyössä muodostuva yhteisö. Sen tulisi olla keskusteleva ja vuorovaikutuksellinen, jotta erilaiset ideat ja näkökulmat pääsisivät esiin. Millainen on Karjalaisen toimitus? Millainen porukka lehteä rakentaa päivittäin?

## 4.2. Toimitus

Karjalaisen keskustoimituksessa työskentelee 36 vakinaista toimittajaa sekä muutamia määräaikaista ja osa-aikaisia toimittajia. Toukokuussa 2006 määräaikaisten toimittajien määrä kasvoi, sillä useampi kesätoimittaja aloitti silloin työskentelynsä. Visuaalisessa toimituksessa työskentelee yhdeksän henkilöä, niin kuvaajia kuin graafikoita. Toimitus jakautuu uutis-, urheilu-, talous-, ajankohtais- ja seututoimitukseen. Karjalaisella on lisäksi aluetoimituksia kuudessa eri kunnassa, joissa työskentelee yhteensä seitsemän aluetoimittajaa

Karjalaisen päätoimittajana toimii Pekka Mervola ja toimituspäällikkönä Kari Kontkanen. Päätoimittajaan, hänen varamieheensä Pasi Koivumaahan ja toimituspäällikköön suhtaudutaan selvästi hieman varovaisesti. Harva toimittaja uskaltaa asettua näiden mielipiteitä vastaan. Johtajien kanssa ei myöskään juuri keskustella, mikä saattaa johtua siitä, että he lähtevät välittömästi aamupalaverin jälkeen omille teilleen, eivätkä käyskentele toimittajien tiloissa. Karjalainen on selvästi päällikkövetoinen lehti. Palavereissa ja joka tiistaisessa toimitusneuvottelussa äänessä olivat yleensä ainoastaan päätoimittaja, pääkirjoitustoimittajat sekä uutispäällikkö. Jokaisen osaston päivittäisen tarjonnan esitteli kunkin osaston esimies. Muut toimittajat istuivat yleensä hiljaa.

Aamupalaveri on ainoa tilaisuus, joka normaalina työpäivänä kokoaa toimituksen yhteen. Tämän jälkeen toimittajat keskustelevat jonkin verran keskenään esimerkiksi lounaalla, mutta tällöinkin yleensä samojen työkavereiden kanssa. Oli yllättävää, että suurin osa toimittajista lähti välittömästi aamupalaverin jälkeen omalle työpisteelleen. Vain muutamat jäivät silloin tällöin hetkeksi vaihtamaan kuulumisia työkavereiden kanssa. Useimmat heistä olivat naisia. Pääkirjoitus- ajankohtais- ja seututoimituksen toimittajat työskentelivät omissa huoneissaan. Uutis-, talous-, urheilu- sekä visuaalisen toimituksen toimittajien työtilat oli jaettu erilleen sermeillä, joten heillä oli jonkin verran enemmän työtiloista johtuvaa kanssakäymistä.

Vuorovaikutus ei ollut kovinkaan vilkasta toimituksen sisällä. Ainoa henkilö, joka oli tiiviisti yhteydessä jokaiseen toimittajaan, on uutispäällikkö Jouko Salmela. Hän on selvästi toimituksen keskeisin henkilö. Hän esimerkiksi ottaa vastaan toimituksen

ulkopuolelta tulevia juttuvinkkejä ja palautetta. Salmela esittelee aamupalaverissa STT:n päivittäisen uutistarjonnan, ohjaa toimittajia sekä huolehtii lehden ilmeen onnistumisesta. STT:n lista tulee sellaisenaan ainoastaan uutispäällikölle, joka esittelee sen toimittajille aamupalaverissa. Salmela käyskenteli työpäivän aikana toimittajien työpisteiden ympärillä, kyseli juttujen etenemisestä ja vinkkasi silloin tällöin toimittajia juttujen työstämisessä. Salmelalla on selkeä auktoriteetti, ja hänen tyyliinsä puhua asioista on jopa hieman karkea. Toisaalta se on ehkä ainoa oikea tapa saada pakka pysymään kasassa.

Karjalaisen Joensuun toimituksessa on uutis-, seutu-, ajankohtais-, urheilu- ja taloustoimitus. Osastot ovat pieniä, sillä niissä jokaisessa työskentelee neljästä kahdeksaan toimittajaa. Jokaisella osastolla on oma esimies, joista kaikki ovat miehiä. Suurin on luonnollisesti uutistoimitus, joka vastaa maakunnan ja kotimaan uutisoinnista. Toimitus on jakautunut eri osastoihin, mutta myös osastojen sisällä on jonkinlaista roolijakoa. Selkeimmin tämä näkyy ajankohtaistoimituksessa, jossa yksi toimittaja vastaa esimerkiksi lasten- ja nuorten sivuista, toinen populaarimusiikin aiheista. Myös uutistoimituksessa on tehty jonkinlaista aluejakoa. Joku toimittaja vastaa esimerkiksi maanpuolustusjutuista, toisella on vastuullaan nuoret ja opiskelijat.

Olin hieman yllättynyt, ettei roolijaossa näy selvemmin toimittajien koulutus, harrastukset tai aikaisemmat työkokemukset. Melko moni toimittaja on opiskellut pääaineena suomen kieltä, muutamat ovat valmistuneet yhteiskuntapolitiikan tai muun yhteiskuntatieteen alalta. Etenkin hieman vanhemmilla toimittajilla tutkinto on jäänyt suorittamatta loppuun, mutta heistä suurin osa on aikoinaan opiskellut Tampereen toimittajakoulutuksessa. Joukosta löytyy myös muun muassa kauppatieteilijä sekä medianomi. Koulutustaustaa ei kuitenkaan hyödynnetä selkeästi. Jokunen toimittaja vihjaakin, että selkeämpi linjanveto voisi olla paikallaan:

*”Täällä työskentelee melko paljon yleistoimittajia, joilla ei ole omaa erityisalaa.*

*Lukijoita kiinnostaa kuitenkin syvällisempi ja asiantuntevampi ote asioihin.”*

(toimittaja, mies)

Koulutus ja työvuodet eivät näytä ratkaisevasti vaikuttavan siihen, millaisena toimittajat näkevät suhteensa lukijoihin. Yli kymmenen vuotta talossa työskennellyt toimittaja

kertoi lähtevänsä rakentamaan juttua asian, ei niinkään lukijan kautta (toimittaja, nainen). Talossa muutaman vuoden ollut toimittaja kertoo kirjoittavansa juttuja journalistisin perustein, ei lukijaa ajatellen (toimittaja, mies). Toinen nuori toimittaja kertoo ajattelevansa lukijaa kirjoittaessaan, muttei toisaalta tiedä, kuka lukija on:

*”Kyllä sitä kirjoittaessa miettii, mitä lukija tietää. Yleensä tulee kuitenkin aliarvioitua lukijaa.”* (toimittaja, nainen)

Työvuosilla näyttää kuitenkin olevan jonkin verran vaikutusta siihen, miten toimittajat kohtaavat lukijoita juttukeikoillaan. Pidempään talossa olleet kertoivat yleensä haastateltaville ja kuvattaville ihmisille tarkemmin, mistä on kyse ja millaista juttua ollaan tekemässä. He myös juttelivat haastateltavien kanssa vapaamuotoisemmin ja kuuntelivat näitä, vaikka asiat eivät enää juttuaiheeseen suoraan liittyneetkään. Nuoremmilla toimittajilla oli useammin kiire pois tilanteesta. He myös halusivat pitää langat paremmin käsissään ohjaamalla keskustelua suunniteltuun suuntaan.

Monet vanhemmat toimittajat pitävät kuitenkin tärkeänä, että toimitus pysyy ajan hermolla. Tästä syystä toimitukseen kaivataan nuoria toimittajia ja heidän mukanaan tuomaansa tuoretta näkemystä (toimittaja, mies). Toukokuussa toimituksessa työskenteli jo muutamia kesätoimittajia sekä useampia osa-aikaisia nuoria toimittajia. Vaikka heidän kokemuksensa toimituksen normaaleista työrotiineista olivat vähäisempiä, he toisaalta tarkkailivat itsekin toimitusta hieman ulkopuolisin silmin. Siksi juttutuokiot nuorten toimittajien kanssa olivat hedelmällisiä. Heillä oli tuoretta näkökulmaa, ja he uskalsivat vapaasti kertoa myös epäkohdista.

Toisaalta heillä saattoi olla vakituisia toimittajia kyynisempi suhtautumistapa lukijoihin. Eräs kesätoimittaja tokaisi kerran omasta jutustaan: ”Kuka näitä nyt lukisi?”. Hän kuittaa sanomisensa naurulla, mutta ei silti kiellä sanojaan. Kesätoimittajille ja osa-aikaisille toimittajille ei luonnollisesti voikaan muodostua yhtä läheistä ja luottamukseen perustuvaa suhdetta lukijoihin kuin vakituisille, talossa jo pitkään olleille toimittajille. Nuorempien toimittajien asenteesta heijastui välillä jopa välinpitämättömyys. Toisaalta myös muutamat talossa jo pitkään työskennelleet toimittajat suhtautuivat lukijoiden roolin kasvattamiseen varauksella. Mikä lukijoiden rooli sitten on Karjalaisessa? Millaisena lukija näyttäytyy Karjalaisen toimitukselle?

### 4.3. Lukijat

*”Ei tässä olla omistajien tai ilmoittajien, vaan lukijoiden asialla. Lehteä tehdään lukijoille. Lukijan paikka on jokaisella sivulla, kyllä se asia on aamupalavereissakin kaikille selvillä.”* (Salmelan haastattelu 4.5.2006)

Näin uutispäällikkö Jouko Salmela kiirehtii vastaamaan, kun kysyn, mikä lukijan rooli Karjalaisessa on. Uskon, että lukijan paikka on kyllä lehdessä jokaisella sivulla, mutta lukijan hahmo on toimittajille melko etäinen ja tuntematon. Jouko Salmelan mukaan toimituksessa ”tiedetään kaikki lukijat, mutta kaikkien tuntemiseen ei edes ole mahdollisuutta” (Salmelan haastattelu 4.5.2006). Tämä on varmasti totta, sillä Karjalaisen levikki oli tutkimusajankohtana 47 252 ja lukijoita oli noin 130 000 ([www.karjalainen.fi](http://www.karjalainen.fi)). Havaintojeni mukaan toimituksessa ei kuitenkaan ”tiedetä” lehden lukijaa samalla tavalla kuin esimies odottaa. Kun kysyin toimittajilta, kuka on Karjalaisen lukija, sain yleensä vastaukseksi ”vaikea sanoa”. Toimittajat eivät tuntuneet olevan selvillä myöskään lukijatutkimusten tuloksista. Monessa kommentissa Karjalaisen keskivertolukija määriteltiin iäkkääksi tai eläkeikäiseksi.

*”Karjalaisella on hyvin heterogeeninen yleisö, mutta vanhat ihmiset ovat keskeisin tilaajaryhmä. Heitä meidän on ajateltava lehteä tehtäessä.”* (toimittaja, nainen)

Samaa linjaa vetää myös uutispäällikkö. Jouko Salmelan mukaan Karjalaisen ”keskivertolukija” on noin 60-vuotias eläkeläinen (Salmelan haastattelu 4.5.2006). Mielikuvat keskivertolukijasta ovat kytköksissä maakunnan väestörakenteeseen ja etenkin sen kehitykseen. Maakunnassa oli vuoden 2004 lopussa 168 600 asukasta, mikä on noin kolme prosenttia koko Suomen väestöstä. Väkiluku on maakunnassa laskenut joka vuosi, mihin on syynä voimakas poismuutto. Myös ikärakenne on muuttunut maakunnassa muuta maata jyrkemmin, ja yli 65-vuotiaiden osuus on keskimääräisiä arvoja suurempi. ([www.pohjois-karjala.fi](http://www.pohjois-karjala.fi)) Pohjois-Karjalan väestö on siis ikääntynyttä, ja nuorten määrä vähenee koko ajan. Toinen maakuntaan ja sen kehitykseen negatiivisesti vaikuttava tekijä on väestön työtilanne. Maakunnan työttömyysprosentti oli useita prosenttiyksiköitä muuta maata suurempi vuonna 2004. Koulutustaso on

onneksi noussut, mutta korkeakoulutettujen määrä on edelleen useita prosenttiyksiköitä muuta Suomea alhaisempi. (www.pohjois-karjala.fi.)

Väestörakenne heijastuu Karjalaisen sisältöön ja linjauksiin. Uutisoinnissa keskitytään melko paljon aiheisiin, jotka kiinnostavat hieman iäkkäämpiä lukijoita. Esimerkiksi erilaiset kyläjuhlat, luonnonilmiöt ja kuntien liikennejärjestelyt saavat runsaasti tilaa lehdessä. Toisaalta ikäihmisten omasta arjesta kertovia uutisia lehdessä on melko vähän. Vielä vähemmän lehdessä kirjoitetaan nuorten arkea heidän näkökulmastaan käsitteleviä uutisia. Tähän on toimituksessa jo havahduttu. Karjalaisen vuosittainen lukijalupaus keskittyi vuonna 2006 lapsiin, nuoriin ja lapsiperheisiin.

*”Karjalainen edistää Pohjois-Karjalan ja koko Itä-Suomen henkistä sekä taloudellista vireyttä. Karjalainen on sisällöltään moniarvoinen, ja sen mielipidesivut ovat avoimen vuorovaikutteisen keskustelun paikka. Karjalainen on puoluepoliittisesti sitoutumaton, mutta ei puolueeton: Karjalainen on pohjoiskarjalaisten asialla ja elää maakunnan arjessa. Tuemme demokraattista yhteiskuntaa, tasa-arvoa sekä Suomen tasapuolista kehittämistä. Annamme arvon isänmaallisuudelle sekä kansallisille ja karjalaisille perinteille.*

*Karjalainen luo lukijoilleen ja asiakkailleen menestymisen edellytyksiä. Karjalainen ei ole vain tiedonvälittäjä, vaan tarjoamme myös itse hankkimaamme uutta ja luotettavaa tietoa. Karjalainen kokee tehtäväkseen tarpeen tullen toimia julkisen hallinnon ja päätöksenteon kriitikkona sekä arvioijana. Uskomme sanan ja inhimillisen uteliaisuuden myönteiseen voimaan.*

*Vuonna 2006 kiinnitämme erityistä huomiota kunnallisiin palveluihin ja kuntien elinvoimaisuuteen sekä lasten, nuorten ja nuorten perheiden asioihin. Edistämme pohjoiskarjalaisten arkista selviytymistä sekä yrittäjätoiminnan edellytyksiä kansainvälistyvässä maailmassa. Tavoitteenamme on lisätä itäisen Suomen tervettä itsetuntoa sekä tahtoa kehittyä ja uudistua.”* (Karjalaisen lukijalupaus vuonna 2006.)

Toimittajat valittelivat, että lukijalupauksen täyttäminen on jäänyt melko vähäiseksi. Lasten ja nuorten sivuihin on kyllä panostettu normaalia enemmän. Sivuihin vastaava toimittaja Heli Sallinen on esimerkiksi palkannut muutamia nuoria toimittaja-apulaisia ympäri maakuntaa. Hän myös kiertää yhdessä Kontio-nallen kanssa päiväkodeissa kertomassa Karjalaisesta. Moni toimittaja oli kuitenkin sitä mieltä, että lasten, nuorten ja nuorten aikuisten tulisi näkyä lehdessä huomattavasti nykyistä enemmän. Eräs toimittaja toteaaakin osuvasti:

*”On aika huolestuttavaa, että nykyiset lukijat kuolevat pois eikä uusia tule tilalle. Nuoria ja heidän toiveitaan pitäisi lehdessä kuulla huomattavasti enemmän.”*  
(toimittaja, mies)

Toinen toimittaja pitää keski-ikäntymistä toimituksen ongelmana:

*”Kosketuspinta tosielämään on osittain kadonnut. Nuoria toimittajia ja nuorten näkökulmaa tulisi tuoda enemmän esiin.”* (toimittaja, mies)

Toive nuorten kuuntelemisesta ja heitä kiinnostavien asioiden käsittelemisestä on toimituksessa yleinen. Asiasta ovat samaa mieltä niin nuoret kuin keski-ikäisetkin toimittajat. Toimituksessa ollaan siis tietoisia siitä, että juuri nuoret ovat se kohderyhmä, johon lehden tulee jatkossa entistä enemmän panostaa. Panostaminen tarkoittaa sitä, että lukijoiden toiveita kuunnellaan. Lukijoiden toiveita ja ajatuksia nousee etenkin yleisönosastojen kautta. Niitä seuraamalla toimittajat näkevät, millaiset aiheet herättävät keskustelua ja mitä heidän työstään, ja siten koko lehdestä, ollaan mieltä. Yleisönosastohan on monesti lukijoille kaikkein läheisin ja mielenkiintoisin osa lehdessä (ks. 2.3.3).

Toisaalta suurin osa lukijoista ei esiinny yleisöpalstoilla eikä osallistu niillä käytyihin keskusteluihin. Muutamat aktiiviset yleisönosastokirjoittajat muokkaavat lukijakuvaa jopa vääristyneeseen suuntaan. Etenkin asiattomista ja mistä tahansa aiheesta jatkuvasti kirjoittavat lukijat voivat vaikuttaa negatiivisesti toimittajien asenteeseen. Yleisönosastojen ohella lukijoiden näkökulmia nousee esiin myös esimerkiksi juttukeikoilla, jos tilaisuuteen vain ymmärretään tarttua. Lukijat ottavat välillä suoraan yhteyttä toimitukseen kertoakseen ideoitaan tai näkemyksiään. Toimittajat kohtaavat lukijoita myös työajan ulkopuolella. Muutamat toimittajat nostivatkin esiin lukijoiden ”kuuntelemisen” omassa arjessa ja myös työajan ulkopuolisten keskusteluiden merkityksen:

*”Kehittelen yleensä kaikki omat jutut keskustelujen pohjalta. Joka päivähän sitä tulee keskustelua omien kavereiden ja tuttavien kanssa.”* (toimittaja, nainen)

Joistakin toimittajien kommenteista sai vaikutelman, ettei toimittaja tarvitse tietoja lukijasta eikä hänen tarvitse olla yhteydessä lukijaan niin kauan, kun tilaajia on tarpeeksi. Tällä hetkellä Karjalainen tulee automaattisesti hyvin suureen osaan levikkialueiden kotitalouksista. Monille nykyisistä tilaajista Karjalainen on tullut kotiin lapsesta asti. Heille Karjalainen on rutinoitunut osa jokaista päivää. Tähän ajatukseen saatetaan tuudittautua liikaa myös toimituksessa. Lukijoita ei nähdä aktiivisina kansalaisina, vaan ennemminkin passiivisina vastaanottajina. Lukijoiden ei siis oleteta ottavan osaa lehden rakentamiseen ja sisällöntuotantoon. Eräs toimittaja määrittelee asian näin:

*”Lukijat eivät halua etukäteen tietää, mitä seuraavan päivän lehdessä on. He haluavat yllättyä siitä. Siksi heitä ei kiinnosta osallistua itse lehden tekemiseen.”* (toimittaja, mies)

On totta, että me tavalliset ihmiset olemme aika passiivisia. Me haluamme saada päivittäisen uutistarpeemme tyydytettyä mahdollisimman kevyesti ja pienin ponnistuksin. Kiireinen elämänrytmi ei anna aikaa keskustella tai pohtia asioita tarkemmin. Toimittajatkin voivat siten tehdä työtä rutiineilla, koska lukijat saavat sitä, mitä odottavat. Tarjonta ja valinnanmahdollisuudet ovat kuitenkin kasvaneet. Lukijat siirtyvät tilaajaksi muualle, jos toimitus ei tarpeeksi hyvin tunne, mitä lukijat odottavat ja tahtovat. Moni toimittaja näkeekin lukijan roolin kasvavana. Eräs talossa vähemmän aikaa ollut toimittaja mieltää lukijan työnantajakseen. Hänen mukaansa lukija ohjaa lehden tekoa, sillä ilman lukijaa ei ole toimitusta. (toimittaja, nainen.) Toinen toimittaja näkee lukijan seuraavasti:

*”Minun pitää muistaa, että lukijat ovat kouluja käyneitä ja sivistyneitä ihmisiä. Haluan kirjoittaa oikeita uutisia ihmisille, jotka tietävät jo paljon. En nosta itseäni jalustalle, vaan olen tasavertainen lukijoiden kanssa.”* (toimittaja, nainen)

Toimittaja haluaa siis kertoa uutisia vertaisilleen ihmisille. Tietääkseen, mitä lukijat jo tietävät, toimittajien tulee kuitenkin olla yhteydessä lukijoihin ja kuunnella näitä. Miten tämä toteutuu käytännössä? Millaista vuorovaikutusta Karjalaisen toimituksen ja lukijoiden välillä tapahtuu?



## 5. Toimittajien ja lukijoiden kohtaaminen

### 5.1. Mahdollisuudet

Vuorovaikutuksessa tärkeintä on molemminpuolinen osallistuminen, kanssakäyminen ja erilaiset kohtaamistilanteet. Karjalaisen toimituksen ja lukijoiden välistä vuorovaikutusta tapahtuu monella tasolla joka päivä. Lukijoiden aktiivisuus on ainakin osittain toimittajien käsien varassa. Jos yhteydenottamiseen kannustetaan ja mielipiteille annetaan selkeä arvo, ovat lukijat varmasti aktiivisempia ottamaan yhteyttä. Toimituksen tulee tehdä yhteydenottaminen mahdollisimman helpoksi ja mukavaksi. Salmelan mukaan itäsuomalaisilla sanomalehdillä on yleensä läheisempi suhde lukijoihin kuin esimerkiksi eteläsuomalaisilla lehdillä. Hänen mukaansa Karjalainen on ollut useaan kertaan ykkösenä erilaisissa lukijatutkimuksissa. (Salmelan haastattelu 4.5.2006.) Tätä mieltä on myös toimituksessa pitkään työskennellyt toimittaja:

*”Vuorovaikutus ja sen mahdollisuudet ovat lisääntyneet paljon niiden 21 vuoden aikana, jotka olen talossa viettänyt. Kyllä Karjalainen on keskiverto maakuntalehteä lukijalähtöisempi.”* (toimittaja, nainen)

Toimitus on kasvattanut yleisönosastojen määrää niin tekstiviestipalstan, mielipide + -sivun kuin verkon keskustelualueen kautta. Yhteydenottamista on helpotettu erilaisilla välineillä. Toimitukseen voidaan ottaa yhteyttä niin kännykällä kuin sähköpostitse. Lukijoilla on siis entistä paremmat mahdollisuudet päästä ääneen, osallistua keskusteluun ja antaa palautetta.

Karjalaisen varsinainen yleisönosasto on nimeltään Suora linja. Sinne lukijat ja muutkin tahot voivat kirjoittaa mielipiteitään. Suora linja poikkeaa selvästi muista yleisöpalstoista. Ihmiset kirjoittavat omalla nimellään, joten mielipiteet ovat monesti perusteltuja ja tukeutuvat usein johonkin muuhun kirjoitukseen tai tutkimukseen. Monesti Suoralla linjalla kirjoittavat ovat kansanedustajia, kaupungin päättäjiä tai muita virkamiehiä. Kirjoitukset ovat myös asiallisempia kuin muilla yleisöpalstoilla. Suoran linjan kirjoituksista vastaavan toimittajan Tuula Rantosen mukaan linja on vedetty toimituksen sisällä tietoisesti:

*”Emme julkaise elämäntapakirjoittajien mielipiteitä. Mielipidepalstalle kirjoitetaan jostakin aiheesta, mutta ei kaikesta ja joka päivä. Sisällön tosiasioiden tulee olla kohdallaan. Lehtihän vastaa loppupelissä myös mielipidesivusta.”* (Rantosen haastattelu 23.5.2006)

Toukokuussa Suoralla linjalla keskustelua herättivät muun muassa erikoissairaanhoidon tilanne sekä lasten huostaanotot. Yleensä samasta aiheesta julkaistiin noin kaksi mielipidekirjoitusta. Toinen oli vastine ensimmäiselle. Jotkut aiheet herättivät laajempaa keskustelua, mutta monesti sen annettiin jatkua verkossa tai tekstiviestipalstalla. Päivittäisessä lehdessä on monesti kaksi tai kolme Suoran linjan kirjoitusta, joista yksi on yleensä niin sanotusti korkeamman tahon mielipide.

Tekstiviestipalsta lanseerattiin lehteen muutama vuosi sitten pääkirjoitustoimittajien aloitteesta. Sen suosio on yllättänyt myös toimituksen, vaikka negatiivisiakin kommentteja on tullut paljon. Tekstiviesteillä lukijat voivat lähestyä toimitusta ja toisiaan nimimerkillä tai nimettömänä. Se tuntuu olevan monelle lukijalle helpompaa kuin kirjoittaa omalla nimellä Suoralle linjalle. Tekstiviestejä tulee arkipäivisin 40 - 50 kappaletta ja viikonloppuisin lähes sata. Vaalien aikana viestejä tulee normaalina päivänä reilu sata ja viikonloppuisin jopa kolme sataa. (Tahvanaisen haastattelu 8.5.2006.) Karjalaisen lukijat ovat siis omaksuneet uuden julkisen tilan, jonka kautta he voivat kertoa mielipiteensä, joskin lyhyesti. Tekstiviesteistä vastaavan pääkirjoitustoimittaja Helena Tahvanaisen mukaan viestien julkaisurima on alhaalla, mikä on lehdessä yleisesti päätetyn linjan mukainen ratkaisu.

*”On hienoa, että mahdollisuus mielipiteen ilmaisemiseen ei enää vaadi kirjoitustaitoa. Tekstiviestipalsta tarjoaa siihen kaikille tasapuolisen mahdollisuuden.”* (Tahvanaisen haastattelu 8.5.2006)

Tekstiviestipalstaa seurataan toimituksessa aktiivisesti, ainakin Helena Tahvanaisen toimesta. Joka viikko jokunen tekstiviestissä esitetty kysymys, kommentti tai mielipide päättyy juttuaiheeksi. Varsinkin Tahvanainen nostaa esiin aiheita, joilla vastataan lukijoiden yhteydenottoihin. Vaikka tekstiviestipalsta poikkeaa monella tapaa perinteisestä yleisönosastosta, sen merkitys lukijoille on varmasti lähes samanlainen. Ainakin sen suosion perusteella lukijat ovat ottaneet palstan omakseen.

Karjalainen on muiden lehtitalojen tapaan panostanut viime aikoina entistä enemmän verkkolehden. Tällä hetkellä Karjalaisen verkkosivuilla [www.karjalainen.fi](http://www.karjalainen.fi) on oma palstansa keskustelulle. Sitä ei tekstiviestipalstan tapaan ole juurikaan kontrolloitu, ja julkaisurimaa ei oikeastaan ole. Verkkotoimittaja Matti Siippainen sekä hänen sijaisenaan toukokuussa toiminut Antti Hirvonen toimivat kyllä moderaattoreina, mutta itse aihealueisiin ei ole juurikaan puututtu. Hirvosen mukaan kiroilua ja solvauksia ei julkaista. Myös viestit, joissa puhutellaan nimellä, poistetaan. (Hirvosen haastattelu 9.5.2006.) Sensurointi on siis melko vähäistä. Keskustelupalstalla ei myöskään ole vahvaa kytköstä Karjalaisen toimitukselliseen aineistoon, joten se muistuttaa mitä tahansa verkon keskustelupalstaa. Sidos lehteen on melko heikko, vaikka palstasta toukokuussa vastannut toimittaja näkee asian toisella tavalla:

*”Valtaosa keskustelusta lähtee liikkeelle verkkolehden aineiston perusteella. Tämän hetken suuret uutiset sekä ihmisläheiset aiheet nostattavat keskustelua.”* (Hirvosen haastattelu 9.5.2006)

Ainakin toukokuussa palstalla kirjoitettiin ja kommentoitiin erilaisia aiheita aina Euroviisuista ja Joensuun kaupungin esittämästä erikoissairaanhoidon säästökuurista yöjunaliikenteeseen. Kaikki aiheet eivät kuitenkaan olleet näin virallisia. Tämä antaa toisaalta lukijoille vapaa kädet kertoa mielipiteensä asiasta kuin asiasta. Toisaalta rönsyilevä ja osin asiatonkin kirjoittelu on varmasti karkottanut palstalta monia lukijoita. Verkon keskustelupalstan keskustelu ja lukijoiden siellä esittämät kommentit nostavat kuitenkin myös varteenotettavia juttuaiheita esiin. Toukokuussa tällaisiin aiheisiin ei kuitenkaan tartuttu toimituksessa oikeastaan koskaan.

Yleisönosastot eivät ole ainoa foorumi tai keino, jonka kautta lukijat voivat saada äänensä kuuluviin. Ne mahdollistavat keskustelun, mutta toimittajan ja lukijan kohtaaminen jää yleensä yleisönosastoilla melko vähäiseksi. Toimittajat toki seuraavat yleisönosastojen kirjoittelua ja keskustelua, mutta eivät osallistu itse niihin. Lukijoilla on kuitenkin mahdollisuuksia päästä keskustelemaan jonkun toimittajan kanssa tai kommentoimaan jotain asiaa suoraan puhelimitse tai sähköpostilla. Jokaisen toimittajan oma sähköpostiosoite sekä puhelinnumero löytyvät vähintään Karjalaisen verkkosivulta. Joidenkin toimittajien yhteystiedot löytyvät myös päivittäisestä lehdestä. Tällä hetkellä lukijat voivat soittaa myös toimituksen vinkkipuhelimeen kertoakseen uutisvinkkejä tai

juttuaiheita. Toimitukseen on mahdollista lähettää yleisöpalautetta ja -vinkkejä myös toimituksen sähköpostiosoitteeseen (toimitus@karjalainen.fi), jota uutispäällikkö ja uutistuottajat seuraavat.

Toimittajille suoraan tuleva palaute ja yhteydenotot ovat vähäisiä, vaikka asiaa ovat helpottaneet kännykät ja internet, jotka mahdollistavat tulevaisuudessa entistä tiiviimmän vuorovaikutuksen. Palautetta ja vinkkejä kerrotaan pääasiassa uutispäällikölle, harvemmin suoraan jutun kirjoittaneelle toimittajalle. Lukijat pyytävät nimenomaan uutispäälliköltä, että lehti tarttuisi heitä askarruttaviin kysymyksiin. Toiveita tuli esimerkiksi vanhojen kameroiden merkityksen selventämisestä tämän päivän valokuvaamisessa, kesäsäiden ennusteista sekä kerrostalojen piholla juoksentelevista rotista ja niiden torjumisesta. Monesti juttuvinkkejä kerrotaan puhelimitse. Uutispäällikkö kuuntelee ja seuraa lukijoita, ja moneen ajankohtaiseen aiheeseen tartuttiin mukavasti.

Tärkeintä on, että osapuolet voivat kohdata toisensa. Karjalaisen toimituksen yhteystiedot löytyvät niin päivittäisestä lehdestä kuin verkkosivuilta. Toukokuussa tiedot eivät kuitenkaan olleet ajan tasalla, sillä muutamat yhteystiedoissa esitellyistä uutistoimituksen toimittajista olivat tuolloin muissa tehtävissä kuin uutistoimituksessa. Yksi uutistoimittajista oli vuorotteluvapaalla, toinen puolestaan Väli-Suomen Medioiden sunnuntaitoimituksen palveluksessa. Eräs toimittaja pitää Väli-Suomen Medioiden yhteistoimitusta yhtenä tekijänä vuorovaikutuksen vähentymisessä. Juttua ei välttämättä ole kirjoittanut sen lehden toimittaja, missä juttu ilmestyy. Osa- ja määräaikaisten toimittajien yhteistietoja ei löydy lainkaan verkosta tai printtilehdestä. Tästä syystä palautteen antaminen suoraan jutun kirjoittaneelle toimittajalle voi olla vaikeaa, ja monesti tällaisessa tilanteessa lähestytäänkin uutispäällikköä.

Spontaanit kohtaamiset toimittajien ja lukijoiden välillä näyttävät rajoittuvan juttukeikkojen yhteyteen. Lehden toimitus sijaitsee Noljakassa, noin neljä kilometriä Joensuun keskustasta. Useampi toimittaja pitää sijaintia huonompana kuin entistä, aivan ydinkeskustassa sijainnutta toimitusrakennusta. Monien mielestä muutto neljän kilometrin päähän keskustasta on karkottanut lukijat ja tehnyt spontaanit kontaktit hyvin vähäisiksi. Niistä mainitsevat ainoastaan urheilutoimittajat sekä muutamat aluetoimittajat. Eräs aluetoimittaja kommentoi omaa lukijasuhdettaan seuraavasti:

*”Olen asunut täällä jo 30 vuotta, joten ihmiset tuntevat minut. Minne tahansa menenkin, ihmiset saattavat tulla nykäisemään hihasta. Lukijat myös poikkeavat toimistooni juttelemaan, kertomaan juttuvinkkejä ja kyselemään uutisia. Joskus lukijat pyytävät minua ottamaan selvää asiasta, kun eivät itse ilkeä sitä tehdä.”* (toimittaja, nainen)

Vaikka toimittaja rehellisyyden nimissä tunnustaakin, että suurin osa ideoista jää hautumaan, aluesivut syntyvät hänen mukaansa lähes täysin lukijoiden vinkkien pohjalta. Jutut rakentuvat ihmisistä ja heidän kertomuksistaan. (toimittajan, nainen.) Kyseisen aluetoimittajan ja lukijoiden suhde on varmasti erilainen kuin Joensuussa työskentelevillä toimittajilla. Hän arvioikin Joensuun toimittajien hukkuvan lukijoilta kaiken muun keskellä. Omat havaintoni tukevat tätä ajatusta. Uutistulvan ja kiireen keskellä toimittajilla ei enää ole aikaa lukijoiden kanssa keskusteluun. Lukijatkaan eivät siksi tunne ja tunnista toimittajia. Lukijat ja toimittajat eivät siten enää kohtaa toisiaan yhtä usein kuin aikaisemmin. Millaisena vuorovaikutus lukijoiden kanssa nähdään toimituksessa? Miten lukijoiden yhteydenottoihin suhtaudutaan? Mitä toimittajat kokevat saavansa sen kautta?

## **5.2. Suhtautuminen**

*”Vuorovaikutussuhde toimisi parhaiten, jos myös lukijat antaisivat aiheita juttuihin.”*  
(toimittaja, nainen)

Useampi toimittaja tokaisi toukokuussa, että lukijasuhdetta tulee pohdittua liian harvoin. Keskustelin monen toimittajan kanssa siitä, mitä vuorovaikutus lukijoiden kanssa voisi parhaimmillaan olla ja mitä kaikkea se voisi toimitukselle antaa. Toimituksessa kiinnitetään kyllä huomiota vuorovaikutukseen ja sen mahdollisuuksiin. Toimittajat nostavat esiin erilaisia tilanteita, joissa lukijat ovat kertojia ja ideoijia, toimittajat puolestaan kuuntelijoita ja vastaanottajia. Vuorovaikutuksen nähtiin toimivan parhaiten silloin, kun toimittajat ja lukijat ovat tasavertaisia keskustelukumppaneita, kuuntelevat toisiaan ja kertovat oman näkemyksensä asioihin:

*”Toimittajan ei tulisi tuputtaa omia mielipiteitään, vaan arvostaa lukijoita. Ihmiset tulisi saada ajattelemaan asioita omalta osaltaan, eikä toimittajan pitäisi kirjoittaa juttuja halki ja lopputulosta esiin.”* (toimittaja, nainen)

Komentissa heijastuu vuorovaikutuksen tärkeys. Toimittaja haluaa saada lukijat ajattelemaan asioita omista näkökulmistaan. Kun lopputulos jätetään auki, kertovat ihmiset herkemmin oman näkemyksensä. Lukijoiden ääni on siten yhtä tärkeä kuin toimittajan. Toimittajan ei tule kertoa lopullista totuutta, vaan antaa aineksia mielipiteiden ja näkemysten rakentumiseen.

Toukokuisen havainnointijakson aikana huomasin, että aktiivisimmat lukijat ottavat toimitukseen yhteyttä usein ja pienistäkin asioista. Esimerkiksi verkon keskustelupalsta on saanut omat aktiiviset käyttäjänsä, jotka ottavat kantaa aiheeseen kuin aiheeseen. Lukijoiden ääni näytti tästä syystä rakentuvan melko yksipuoliseksi, sillä muutamat aktiiviset lukijat luovat toimitukselle kuvaa lehden lukijoista. Tällöin saattaa joskus unohtua, että suurin osa lukijoista ei osallistu lainkaan keskusteluihin. Toisaalta aktiiviset keskustelijat voivat saada muutamien esimerkkitapausten vuoksi leiman, joka liitetään kaikkiin keskustelijoihin.

Lukijoiden palautteisiin ja terveisiin suhtauduttiin toimituksessa välillä kevyellä huumorilla. Aktiivisimmista verkkokeskustelijoista vitsailtiin kahvitauoilla ja tekstiviesteistä saatettiin heittää samalla tavalla huulta. Harvemmin toimittajat keskustelivat keskenään positiivisesta palautteesta, lukijoiden antamista hyvistä juttuaiheista tai toimivasta verkkokeskustelusta. Lukijoita ei siis yleensä mielletä tärkeiksi ja vakavasti otettaviksi lähteiksi, saati viranomaislähteiden veroisiksi keskustelukumppaneiksi. Tämä tulee selvästi esiin erään toimittajan kommentista:

*”Uutisjournalismissa kansalainen ei voi olla pääasiallisena lähteenä”* (toimittaja, nainen)

Kansalainen ja lukija pääsivät lehdessä ääneen pääasiassa pehmeämmissä uutisissa, katugallupeissa ja kovien uutisten kuvateksteissä. Siten lehdessä pidetään kiinni valtavirtajournalismin lukijalle luovuttamasta roolista – lukija esiintyy lehdessä uhrina tai todistajana. Uutispäällikkö Jouko Salmelan mukaan lukija näkyy lehden jokaisella

sivulla (Salmelan haastattelu 4.5.2006). Lehdessä lukijat nimenomaan näkyvät, mutta eivät kuulu. Lukijoista napsitaan hyviä kuvia, jotka värittävät usein rutiininomaisia, säännöllisesti toistuvia uutisia. Mutta ääneen lukijat pääsevät verrattain harvoin. Lukijat eivät myöskään juuri näy tai kuulu toimituksessa. Lukijan ja toimituksen vuorovaikutus on siten pääasiassa toimituksen ohjaamaa. Lukijoiden rooli tuossa vuorovaikutuksessa on vastata toimituksen esiin nostamaan kysymykseen lyhyesti ja usein yllättäen. Lehdessä on joka päivä päivän kysymys, johon lukijat voivat vastata verkossa. Myös erilaiset äänestykset ja gallupit näyttävät olevan toimituksen suosiossa.

Keskustellessamme lounaalla lukijoiden mahdollisuuksista osallistua toimittajat kertovat, että lukijoita ”osallistetaan” pääasiassa erilaisten äänestysten kautta. He mainitsivat esimerkiksi kaupunkiviiri -äänestyksen, jossa lukijat saavat äänestää vuosittain Joensuun kaupungin virallisen viirin. Toukokuussa toteutettiin äänestys, jossa lukijat saivat äänestää parasta pohjoiskarjalaista rocklevyä. Toinen äänestys oli jo toteutettu aikaisemmin keväällä, ja sen pohjalta esiteltiin lukijoiden äänestämien Pohjois-Karjalan ihmeiden ja matkailuvalttien kirjoa omassa juttusarjassaan kevään ja kesän aikana. Osa toimittajista otti esille myös gallupit. Yllättävää oli, ettei oikeastaan kukaan toimittaja maininnut tässä yhteydessä verkon keskustelupalstaa tai lehdessä pari kertaa toteutettua kuuma linja -sarjaa. Myöskään toimituksen uutisvinkkipuhelinta ei mainittu. Monessa tilanteessa kansalaisten äänen nähtiin tulevan parhaiten esiin juuri äänestyksissä ja gallupeissa. Niiden arvoa ei kuitenkaan nosteta toimituksessa kovinkaan korkealle:

*”Gallupeja tehdään, kun mitään muuta ei keksitä. Ne ovat kaukana uutisesta. Ei niissä ole kyse yhtään sen syvällisemmästä.”* (toimittaja, nainen)

Saman toimittajan mukaan gallupit ovat kyllä ihmisläheinen ja helppo tapa saada täytettä lehteen, ja ne ovat myös aika luettuja. Toimittaja itse ei kuitenkaan tykkää tehdä gallupeja. Hän kokee ne ihmisten häirintänä. (toimittaja, nainen.) Toukokuussa kansalaisgallupissa kyseltiin veroilmoituksen täyttamisestä. Siinä haastateltiin neljää ihmistä kuvien kera. Toimittajan mukaan ihmisillä on monesti sanottavaa, mutta nimeään ja kuvaansa he eivät halua esille (toimittaja, nainen).

Tämä selittää osittain niin tekstiviestipalstan kuin verkon keskustelupalstan suosiota. Tekstiviestit mielletään useimmiten eräänlaiseksi lukijoiden pulinaksi, johon toimituksella ei ole osuutta. Tekstiviestipalstasta vastaava pääkirjoitustoimittaja kertoo, että tekstiviesteillä toimitusta lähestytään lähinnä negatiivisessa mielessä. Niissä kommentoidaan toimituksen työskentelyä tai julkista keskustelua, mutta yleensä sävy on negatiivinen. (Tahvanaisen haastattelu 8.5.2006.) Tästä syystä tekstiviestejä ei mielletä toimituksessa kovinkaan keskeiseksi juttulähteeksi tai aiheiden innoittajaksi. Aiheisiin tartutaan kyllä melko usein, mutta vaikuttaa siltä, että tekstiviestipalsta on ennemminkin kansalaisten oma keskustelufoorumi.

Useampi toimittaja kertoi seuraavansa tekstiviestipalstaa epäsäännöllisesti. Muutamat myönsivät sivuuttavansa sen jopa kokonaan. Eräs toimittaja sanoi, ettei tekstiviesteissä esitetä perusteltuja näkemyksiä. Siksi hän ei seuraa tekstiviestipalstaa, jos ei kiireiltään ehdi. (toimittaja, nainen.) Oli yllättävää kuulla, etteivät toimittajat välttämättä seuraa tekstiviestipalstaa, vaikka se ei joka päivä ole kovin pitkä. On tietenkin totta, että palstalla kirjoitetaan ja keskustellaan paljon sellaisista asioista ja tapahtumista, jotka eivät toimittajan näkökulmasta ole kovinkaan merkityksellisiä. Toisaalta juuri tuon palstan kautta päästään ainakin osittain selville siitä, mitkä aiheet ja asiat ovat merkityksellisiä tai kiinnostavia lukijoiden kannalta. Vaikka palstaa on syytetty sen viihteellisyydestä ja mitäänsanomattomuudesta, se kumpuaa kuitenkin ihmisten arjesta ja ajatuksista.

Toimittajat suhtautuvat myös verkon keskustelupalstaan epäilevästi. Verkkokeskustelu ei ole kovinkaan järjestelmällistä eikä sitä ole mitenkään ohjattu. Lukijat keskustelevat verkossa nimimerkeillä tai jopa ilman. Joillakin on paljon sanottavaa, mutta aiheet eivät välttämättä liity Karjalaiseen millään tavalla. Verkko onkin jäänyt pitkälti lukijoiden omaksi foorumiksi, jota hyödynnetään vähän. Joskus sieltä nostetaan juttuaiheita, mutta itse keskustelu jää hyödyntämättä. Verkkotoimittaja Antti Hirvosen mukaan verkko tarjoaa paikan keskustelulle ihmisten kesken, jotka eivät muuten tapaa toisiaan. Hänen mukaansa ihmisistä on mukavaa lukea, mitä toiset ajattelevat. Joskus keskustelu voi poikia omien ajatusten soveltamista. (Hirvosen haastattelu 9.5.2006)

Verkkotoimittaja näkee siis verkon ennen kaikkea lukijoiden omana keskusteluareenana, jossa toimittaja ei ole mukana. Tällainen suhtautuminen oli



toimituksessa yleinen. Toisaalta verkko mielletään nimenomaan ajatustenvaihdonvälineeksi, mikä on varmasti sen tärkein tehtävä. Siinä piilee sen merkitys myös toimitukselle. Toimittajalle verkko tarjoaa Hirvosen mukaan juttuvinkkejä, joita Karjalaisen toimitus on bongannut melko paljon. Lisäksi toimittaja näkee, miten lukijat suhtautuvat hänen kirjoittamaansa juttuun. (Hirvosen haastattelu 9.5.2006) Tällä hetkellä verkko on jäänyt vuorovaikutuskanavana kuriositeetiksi. Hirvonen näkee verkon tarjoavan mahdollisuuksia sen kehittämiseksi:

*”Lukijan esittämä mielipide pitäisi painaa lehteen, ainakin, jos juttu on lähtenyt sen perusteella. Myös mahdollisuutta kaksisuuntaiseen viestintään tulisi kehittää.*

(Hirvosen haastattelu 9.5.2006)

Suhtautuminen vuorovaikutukseen lukijoiden kanssa nähdään siis kahdella tavalla. Osa toimittajista pitää yleisönosastoja tärkeinä juttuvinkkikanavina. Osa taas mieltää ne lukijoiden omaksi foorumiksi. Vuorovaikutus rajautuu toimittajien silmissä lukijoiden osalta yleensä juttuvinkkien ja erilaisten kysymysten esittämiseen. Keskustelulle lukijoiden kanssa tai lukijoiden kesken ei toimituksessa anneta suurta painoarvoa juttujen tausta-aineistona. Miten vuorovaikutus toimittajan ja lukijan välillä käytännössä toteutuu?

### **5.3. Käytännöt**

Kartoitettuani erilaisia vuorovaikutuksen mahdollisuuksia toimituksessa sekä toimittajien suhtautumista noiden mahdollisuuksien hyödyntämiseen näyttää siltä, että vuorovaikutus Karjalaisen lukijoiden ja toimittajien välillä toteutuu melko voimakkaasti toimituksen ohjaamana. Päivän kysymys, erilaiset äänestykset ja myös verkkokeskustelun aiheet ovat tästä hyviä esimerkkejä. Parhaiten vuorovaikutus toimii kuitenkin silloin, kun molemmat osapuolet saavat sen kautta uutta tietoa ja hyötyä. Sitä kautta lukijat voivat seurata oman elinympäristönsä tapahtumia ja itseään koskevien asioiden etenemistä. Samalla tavalla toimitus voi päästä mielenkiintoisten ja lukijoita kiinnostavien kysymysten äärelle. Monesti lukijoiden esittämät juttuvinkit ja

kysymykset kiinnostavat myös muita lukijoita, mikä lisää keskustelua ja mielenkiintoa. Toimituksessa on paljon erilaisia käytäntöjä, joiden avulla vuorovaikutusta pyritään pitämään yllä, joskus myös edistämään ja kehittämään. Seuraavaksi käyn tarkemmin läpi, miten erilaisia vuorovaikutusmahdollisuuksia hyödynnetään eri osastoilla. Niistä jokaisella on hieman omanlaisensa painopisteet ja sitä kautta lukijat. Siksi toimitukset joutuvat pohtimaan erilaisia ja juuri omalle osastolle sopivia vuorovaikutuksen menetelmiä.

Uutistoimituksen uutisaiheet ovat hyvin erilaisia eri päivinä ja myös saman päivän lehdessä. Eri aiheet herättelevät erilaisia ihmisiä, joten uutistoimitus on vuorovaikutuksessa hyvin heterogeenisen lukijakunnan kanssa. Esimerkiksi talous- ja urheilutoimituksen lukijakunta on selvästi spesifimpää kuin uutistoimituksen. Tästä syystä vuorovaikutuskin on uutispuolella hieman erilaista. Esimerkiksi juttuvinkkejä lähetetään mitä ihmeellisimmistä aiheista. Palaute voi olla myös hyvin ristiriitaista; toinen osapuoli kiittelee pienen kylätapahtuman uutisoinnista, toinen osapuoli kritisoi liian pieniin asioihin keskittymistä. Uutistoimitus joutuu siis toimimaan tietyllä tavalla suuremman paineen alaisena kuin muut toimitukset.

Uutistoimituksen keskeisenä vuorovaikutuksen valvojana toimii uutispäällikkö Jouko Salmela. Hän on tärkeä portinvartija sekä keskeinen linkki lukijoiden ja uutispuolen välillä. Salmela ottaa vastaan palautetta sekä juttuvinkkejä lehden lukijoilta. Palaute ei välttämättä liity uutistoimituksen tuottamaan aineistoon, vaan Salmela toimii yhteyshenkilönä kaikkien osastojen puolesta. Häneen otetaan yhteyttä niin yksittäisiä juttuja, ulkoasua kuin lehden linjaa koskevissa asioissa. Salmela nostaa säännöllisesti lukijapalautteen perusteella juttuaiheita toimittajien tietoon.

Toki vuorovaikutusta tapahtuu myös suoraan uutistoimittajien ja lukijoiden välillä. Valitettavasti uutistoimituksen puolella nimenomaan lukijoista ja heidän kanssaan keskustelusta kiinnostunut toimittaja oli toukokuussa vuorotteluvapaalla. Hän on ideoinut esimerkiksi kuuma linja -juttusarjan, jossa lukijat voivat soittaa uutistoimitukseen ja kertoa mielipiteensä toimituksen määrittelemään aiheeseen. Mielipiteet kootaan yhteen omassa uutisjutussaan. Kuumaa linjaa on toteutettu muutamia kertoja, mutta edellisestä kerrasta oli jo jonkin aikaa. Uutistoimituksella on käytössään myös vinkkipuhelin, johon lukijat voivat soittaa uutisvinkkinsä.

Pääkirjoitustoimittajat kertovat saavansa usein kolumniaihteita yleisönosastoilta, etenkin tekstiviesteistä. Aihteita etsitään selaamalla päivän lehteä ja myös muita lehtiä. Muutamia aiheita perustellaan lukijan näkökulmasta; mistä ihmiset puhuvat ja mitkä aiheet puhututtavat. Lehden linjaan vaikuttaa siis se, mitä sen lukijat ajattelevat ja mitkä asiat lukijoita kiinnostavat. Vuorovaikutus toimii kumpaankin suuntaan:

*”Pääkirjoituksilla yritetään herätellä lukijoiden välistä keskustelua. Jos meillä on useampia aiheita mielessä, pyrimme valitsemaan sen, joka herättää varmemmin keskustelua. Tällaisia ovat etenkin ihmisläheiset aiheet.”* (toimittaja, nainen)

Pääkirjoitustoimittajat miettivät juttujen rakennetta lukijoiden näkökulmasta. He haluavat palautetta siitä, miten juttuihin tartutaan ja mitä niistä sekä siten lehden linjasta ajatellaan. Toimittajat ovatkin miettineet erilaisia keinoja lisätä vuorovaikutusta lukijoiden kanssa. Tekstiviestipalstan sijoittaminen pääkirjoitussivulle oli yksi askel. Toinen oli mielipide + - sivun julkaisemisen aloittaminen. Toimituksessa on mietitty myös mahdollisuutta, että pääkirjoituksen perässä olisi palauteosoite, johon lukijat voisivat lähettää kommenttejaan. Toimittajat kuitenkin arvelevat, että pääkirjoitustoimittajat yhdistetään edelleen eliittiin, joten lukijoiden on vaikea lähestyä heitä.

Joensuun seudun toimitus kertoo seuraavansa lukijoiden puolesta, mitä näiden elinympäristössä tapahtuu. Huomasin toukokuussa, että väite pitää todellakin paikkaansa. Esimerkiksi Liperin lukion oppilaskunnan mielenilmaus lähti liikkeelle Karjalaisessa julkaistusta jutusta, joka käsitteli kunnan koulumaailmaan kohdistuvia säästösuunnitelmia. Kuntalaisilla ei ollut tästä mitään tietoa, joten he lukivat asiasta ensimmäisenä Karjalaisesta. Toimitus siis kertoi kuntalaisille näille todella tärkeästä asiasta ensimmäisenä, ja seurasi prosessin etenemistä nimenomaan kansalaisnäkökulmasta. Tämä kertoo maakuntalehden vahvuudesta, paikallisten asioiden uutisoinnin tärkeydestä, johon Karjalainenkin on selvästi panostanut.

Toimittajat painottavat, että juttuja pyritään kertomaan eri osapuolten näkökulmista. Esimerkiksi Liperin lukion jutussa asiaa käsiteltiin niin oppilaiden, koulun kuin Liperin kunnanvaltuuston kannalta. Koska Joensuu on pieni kaupunki, juttuvinkkejä saadaan paljon vastaantulijoilta ja yhteydenottoja tulee mukavasti (toimittaja, mies). Toimitus

poimi muun muassa 17.5. tekstiviestipalstalta juttuaiheen. Tekstiviestissä lukija kertoi Reijolan terveystalosta suunnitteilla olevasta vanhusten hoitokodista. Joensuun seudun toimitus lähti ottamaan asiasta selvää.

Taloussivustalon lukijat tuntevat yleensä sen kentän, josta taloussivustalon aiheet kertovat. Siksi vuorovaikutus taloustoimittajien ja taloussivustalon lukijoiden välillä näyttääkin toimivan melko hyvin. Lukijat, siis pääasiassa sijoittajat ja yritysmaailmasta kiinnostuneet, lähettävät toimitukseen juttuvinkkejä, etenkin omaa yritystään koskevia aiheita. Toukokuussa vuorossa olivat naisyritykset, sillä ainakin kahden sisustusliikkeen yrittäjät tarjosivat juttuaiheena oman yrityksensä vuosijuhlia. Vinkeistä tehtiinkin jutut taloussivustalle. Joskus yksi juttu poikii yhteydenottoja muilta yrittäjiltä. Asiavirheistä tulee taloustoimittajille melko nopeasti palautetta, mikä kertoo lukijoiden asiantuntevuudesta.

Taloustoimittajat määrittelevät lukijan asiantuntevaksi yrittäjäksi, ja kertovat juttujensa lukemisen vaativan erityisosaamista. Myöhemmin toimittajat korjaavat, että he kirjoittavat kaikille lehden lukijoille myös tavallisten suomalaisten kotitalouksien asioista. (toimittaja, mies & toimittaja, mies.) Karjalaisen taloustoimitus näyttää kuitenkin ennen kaikkea yrittäjien ja mainostajien sivustona. Tämä tuli konkreettisesti esille, kun ehdotin päivittäisessä palautteessani verkkokeskustelusta poimimani kommentin jatkeeksi juttua, jossa olisi vertailtu Joensuun terasseja, myös hintojen kannalta. Taloustoimittajat kysyivät huvittuneina seuraavana päivänä, eikö kukaan ollut kertonut minulle, ettei Karjalaisessa harjoiteta hintavertailuja, koska päätoimittaja on ne kieltänyt. Kun kysyin toimittajilta, miksi näin on päätetty, he vastasivat, että mainostajat voivat vetäytyä, jos heistä uutisoidaan negatiivisessa mielessä.

Kulttuurisivut nähdään lehden ”takaosana”, jossa saa mellastaa ja mollata rauhassa. Sivuja lukee todella kirjava joukko, joskin yhtä juttua saattaa lukea hyvinkin pieni porukka. (toimittaja, mies.) Toisaalta lukijat ovat sitäkin kriittisempiä. Toimitus toivoo keskustelua synnyttävää palautetta lisää negatiivisen ja toimittajia haukkuvan palautteen tilalle (toimittaja, mies). Toimittajat ryhtyvätkin yhdessä miettimään, mille linjalle heidän kannattaisi lähteä; mitä kulttuuri Karjalaisen sivuilla oikeastaan tarkoittaa. Tärkeimpänä tehtävänä he näkevät maakunnan vahvuuksien ja paikallisten nimien esiin nostamisen:

*”Se vähäinen oikea kulttuuri tällä alueella vaatii meidät ollakseen esillä. Kyse ei ole niinkään sivistyksellisestä tehtävästä, vaan arvosta sinänsä.”* (toimittaja, mies)

Ajankohtaistoimitus pyrkii vuorovaikutukseen etenkin erilaisten äänestysten kautta. Esimerkiksi toukokuun lopulla käynnistyi paras pohjoiskarjalainen rocklevy -äänestys. Keskeinen vuorovaikutuksen muoto on myös erilaisten tapahtumien promootio ja esittely lehdessä. Tapahtumamainosten lisäksi toimitukseen tulee vinkkejä esimerkiksi erilaisilta harrasteryhmiltä. Myös lukijat kokevat ajankohtaistoimituksen tärkeänä ”yhteistyökumppaninaan”. Toimittajien mukaan hiljaisuutta pelätään enemmän kuin purevaa kritiikkiä.

*”Vinkkejä meille tulee lukijoilta säännöllisesti. Monella on oma etu tavoitteena, sillä vinkit tulevat esimerkiksi erilaisten tapahtumien järjestäjiltä. Monesti jää sellainen kuva, ettei tapahtumaa ole ollutkaan, jos puffiin ei tartuta Karjalaisella.”* (toimittaja, mies)

Ajankohtaistoimitus pitää omalta osaltaan yllä maakunnan julkista keskustelua nimenomaan taiteen ja kulttuurin saralla. Toisenlaista julkista keskustelua pitävät yllä urheilutoimittajat Monet toimittajat mainitsevat urheilutoimituksen onnistuneet kokemukset esimerkkeinä toimivasta vuorovaikutuksesta. Urheilu on aihe, johon sitä seuraavat lukijat suhtautuvat monesti suurella tunteella ja intohimoisesti. Ei siis ihme, että heillä on mielipiteitä ja kannanottoja toimittajien työskentelystä. Urheilutoimittajat ovatkin ainoa ryhmä, joka kertoo saavansa riittävästi palautetta. Toimitukseen tulee palautetta sähköpostitse ja puhelimella, ja sitä saadaan paljon myös suoraan lukijoilta juttukeikkojen aikana. Lehden lukijat tulevat kentän laidalla kertomaan juttuvinkkejä ja antamaan muunkinlaista palautetta – kasvokkain.

Urheilutoimittajat pyrkivät tarjoamaan lukijoille tietoa, uutisia ja elämyksiä. Lukijat toivovat enemmän henkilökuvia, mutta tila ja aika eivät riitä. (toimittaja, mies.) Toimitus on miettinyt, miten lukijoille voisi antaa vielä enemmän mahdollisuuksia palautteeseen ja kanssakäymiseen. Toimituksessa on puhuttu muun muassa omasta tekstiviestipalstasta (toimittaja, nainen.). Tähän ei ainakaan vielä ole ryhdytty, sillä vuorovaikutus toimii tällä hetkellä hyvin.

Eri osastojen käytännöt poikkeavat siis hieman toisistaan. Talous- ja urheilutoimitus ovat melko aktiivisessa vuorovaikutuksessa lukijoidensa kanssa. Näiden sivujen lukijat ovat kuitenkin yleensä kiinnostuneita ja myös jollain tasolla kytköksissä aiheisiin, joita sivustot käsittelevät. Urheilu herättää tunteita ja talousasiat ovat puolestaan todella tärkeitä niistä kiinnostuneille. Niin sanotut keskivertolukijat ottavat selvästi vähemmän yhteyttä kyseisten osastojen toimittajiin. Taloustoimitukselle lukija näyttäytyy yrittäjänä tai kuluttajana, urheilutoimitukselle puolestaan penkkiurheilijana tai urheilusta muuten kiinnostuneena.

Joensuun seututoimitus, pääkirjoitustoimitus ja uutistoimitus ovat enemmän ns. tavallisen lukijan asialla. Kyseiset toimittajat kirjoittavat aiheista, jotka kiinnostavat laajemmin, eivät ainoastaan tietyn lukijaryhmän näkökulmasta. Toimittajat kertoivat pyrkivänsä kuuntelemaan lukijaa ja seuraamaan asioita lukijoiden puolesta. Monesti uutiset tulevat lukijoiden tietoon ensi kertaa Karjalaisen kautta. Urheilutoimituksen juttuaiheet ovat puolestaan useasti ainakin jossain muodossa jo lukijoiden tietoisuudessa.

Ajankohtaistoimituksen vuorovaikutuskäytännöissä yhdistyy niin urheilu- ja talous- kuin pääkirjoitus- ja Joensuun seututoimituksen piirteitä. Toisaalta ajankohtaistoimitus kertoo spesifeistä aiheista, kuten roolipeleistä tai kaupungin orkesterin konserteista. Toimituksella on myös teemasivuja, jotka kiinnostavat vain tiettyjä lukijaryhmiä, esimerkiksi nuorten lukkari-sivu, lasten sivu sekä pop- ja rock -sivu. Monet ajankohtaistoimituksen aiheista ovat kuitenkin lukijoilta lähtöisin, esimerkiksi tapahtumavinkit tulevat monesti ihan tavallisilta Karjalaisen lukijoilta.

Toimittajien kanssa käymäni keskustelut antavat ymmärtää, että lukijat ottavat toimitukseen yhteyttä melko usein. Juttuvinkkejä lähetetään toimitukseen ahkerasti. Kasvokkaisia kohtaamisia tapahtuu kuitenkin urheiluosastoa lukuun ottamatta melko vähän. Miten tämä näkyy toimituksen päivittäisissä työrutiineissa? Nyt on aika paneutua tarkemmin niihin havaintoihin, joita toukokuun aikana sain kerättyä. Miten lukija näkyy toimituksen aamupalavereissa? Mikä lukijan rooli on juttujen rakentamisessa? Miten lukijoiden yhteydenottoja käsitellään toimituksessa?

## 6. Toimituksen päivä lukijan silmin

### 6.1. Lukijan paikka palaverissa

Osallistuin päivittäiseen toimituksen aamupalaveriin, jossa käydään läpi päivän lehti sekä suunnitellaan seuraavan lehden sisältöä. Aamun toimituspalaveri kesti yleensä vain kymmenestä viiteentoista minuuttia. Se alkoi 9.05 joka arkiamu. Itse saavuin paikalle hieman ennen yhdeksää, että ehdin vähän näkemään, mitä toimituksessa tapahtuu ennen kokousta. Yleensä tietyt toimittajat juttelivat keskenään ennen kokouksen alkamista. Suurin osa saapui paikalle aivan viime tingassa, ja monet lähtivät välittömästi kokouksen päättymisen jälkeen omille teilleen. Vuorovaikutus toimittajien välillä jäi siis ainakin tässä vaiheessa päivää yllättävän vähäiseksi.

Toimitus istuu palaverissa siten, että päätoimittajat, uutispäällikkö sekä toimituspäällikkö istuvat paikalla ollessaan pöydän keskellä kasvot ovelle päin. Päivän lehden rakenne heijastetaan valkokankaalle, jonka puoleisessa päädyssä istuu vuoronvetäjä/uutistuottaja, joka esittelee päivän lehden sivurakenteen. Hänen vieressään istuvat kulttuuritoimituksen sekä urheilun paikalla olevat toimittajat. Toisessa päässä pöytää istuvat Joensuun seututoimituksen, taloustoimituksen sekä uutistoimituksen ihmiset. Yllätyin siitä, miten vakiintuneet paikat toimittajilla kokouksessa on. Toisena päivänä erehdyin istumaan erään toimittajan vakitukselle paikalle, ja hän myönsi olevansa ”pihalla”, koska ei istunut omalla paikallaan.

Palaverit ovat siis todella lyhyitä. Aluksi keskustellaan hieman päivän lehdestä; mikä siinä on onnistunut, mikä puolestaan ei. Tämä tarkoittaa lähinnä nopeaa lehden läpi selaamista ja muutamia yksittäisiä kommentteja onnistuneista kuvista, epämääräisistä otsikoista tai uutisjuttujen painopisteistä. Kriittistä keskustelua päivän lehdestä ei käyty kovinkaan usein. Ylipäätään negatiivisen palautteen antamisessa oltiin hyvin varovaisia. Toimituspäällikkö selitti myöhemmin, että päälliköt ovat sopineet, ettei negatiivista palautetta lähdetä juurikaan antamaan aamupalaverissa, ellei siihen ole todellista syytä. Aamupalaverissa lehti ja sen sisältö käytiin siis melko pintapuolisesti läpi.

Toimittajat eivät hirveästi keskustelleet keskenään palavereissa. Päätoimittaja tai hänen varamiehensä olivat pääasiallisesti äänessä, ja jokaisen osaston päällikkö kertoi päivän juttujen sisällöstä. Uutispäällikkö esitteli STT:n listan ja päivän lehden sisällön. Muut toimittajat osallistuivat harvoin keskusteluun. Monesti näytti, että osa paikalla olevista toimittajista mielti aivan muita asioita ja suunnitteli kenties jo omaa päivän juttuaan kokouksen aikana. Toimittajat selasivat päivän lehteä ja omia papereitaan. Katsekontaktit jäivät melko vähäisiksi, keskustelua ei syntynyt juuri lainkaan. Tämä on ihan ymmärrettävää, sillä aamupalaverit ovat hyvin rutiininomaisia. Niiden tarkoituksena ei varmasti olekaan antaa toimittajille joka päivä uudistavia ajatuksia. Jonkin verran keskustelua voisi kuitenkin olla enemmän, samoin rohkaisua ja uskallusta puhua lehden linjasta ja sisällöstä.

Uutispäällikkö Jouko Salmela sanoo, että lukija on läsnä ja jokaisen toimittajan mielessä jokaisessa palaverissa. Lukijaa tuotiin esille eri tavoin eri yhteyksissä. Päivän lehden palautetta perusteltiin harvoin lukijoiden näkökulmasta. Yksittäinen esimerkki on palaveri, jossa toimittaja kommentoi yliopisto-opiskelijoista tehdystä tutkimuksesta kirjoitettua juttua, jossa opiskelijat itse eivät päässeet ääneen (palaveri 17.5.). Itse hämmästelinkin myös asiaa, ja laitoin siitä myös kommentin toimituksen infokoriin. Vastaukseksi sain, että tutkimus oli jo tehty, eikä siitä tarvitse enää toista kertaa kysellä. Opiskelijoiden kommentti tutkimuksen numeraaleista tuloksista olisi kuitenkin mielestäni antanut jutulle kasvot, jotka kiinnostavat monesti lukijoita enemmän kuin numerot.

Juttujen valintaa perusteltiin puolestaan useammin lukijoiden kautta. Esimerkiksi erään kylätoimikunnan itse rakentamasta liikuntahallista haluttiin ykkösjuttu ja -kuva, koska se oli tehty talkootyöllä (palaveri 2.5.). Lukijoille haluttiin tätä kautta viestittää, että heidän toimintaansa seurataan ja heistä ollaan kiinnostuneita. Toimittajat saattoivat myös ehdottaa kansalaisnäkökulmaa päivän listalla olevien juttujen kärjiksi tai kainaloiksi. Esimerkiksi päätoimittaja ehdotti UPM:n irtisanomisia käsittelevään juttuun kainaloa, jossa kyseltäisiin työntekijöiden tunnelmia (palaveri 15.5.). Myös juttujen otsikointia ja kirjoitusasua perusteltiin lukijoiden näkökulmasta. Helena Tahvanainen muun muassa kommentoi, että Karjalaisen lukijalle olisi mielekkäämpää, jos lehdessä kirjoitettaisiin Joensuu–Kuopio -tie eikä Kuopio–Joensuu -tie (palaveri 29.5.).



Lukijoiden roolia lehdessä ja heidän osallistumisestaan ei palaverissa juuri käsitelty. Puolivälissä havainnointijaksoa palaverissa keskusteltiin nuorten itse toimittamasta lukkari -sivusta. Erään toimittajan mukaan sivun jutut ovat konservatiivisia, ja nuoret kirjoittavat asioista, joita he ajattelevat toimituksen heiltä odottavan ja toivovan. Päätoimittajan mukaan on arvo sinänsä, että nuoret tekevät itse juttuja Karjalaiseen. Uutispäällikkö oli puolestaan hieman tohkeissaan sivusta, ja kommentoi ettei ”toimitus luovuta kenellekään muullekaan sivuja tällaiseen”. (palaveri 15.5.) Sivusto on ainoa lehdessä julkaistava lukijoiden itse tekemä sivu. Uutispäällikön kommentti herättää ajatuksia siitä, miten nuoriin ja lukijoiden itsensä tuottamaan aineistoon lehdessä suhtaudutaan.

Lukija mainittiin muutamia kertoja myös silloin, kun päätoimittaja palaverin lopussa aina rutiininomaisesti tiedustelee ”onko kenelläkään juttuideoita”. Yleensä niitä ei tässä vaiheessa hirveästi ollut. Monesti ideoiden esittäjät olivat samoja henkilöitä. Tekstiviestipalstasta vastaava toimittaja Helena Tahvanainen kertoi muutaman kerran juttuideoita, joista monet oli poimittu tekstiviesteistä. Muutaman kerran joku vanhemmista toimittajista otti esille jonkun itseään askarruttavan aiheen, nuoremmat toimittajat eivät sen sijaan koskaan kertoneet ideoistaan tässä vaiheessa. Helena Tahvanainen kommentoi asiaa 18.5.:

*”Minulla on kyllä yksi talousjutun idea, mutta kerron sen suoraan heille, koska muutkaan eivät kerro täällä ideoitaan.”*

Positiivista oli, että ne ideat, jotka tuotiin esille, olivat usein jotenkin lukijalähtöisiä. Tekstiviestipalstan kautta poimittiin idea muun muassa myyrien aiheuttamista tuhoista kertovaan juttuun (palaveri 3.5.). Aiheen nosti esiin Helena Tahvanainen. Toinen idea koski kaupungin huonoa ilmanlaatua, jota päiviteltiin sekä tekstiviestipalstalla että toimituksessa ennen aamupalaverin alkamista (palaveri 3.5.). Lukijoiden ja toimittajien yhteinen huolenaihe muokkaantui näin uutiseksi. Kolmas idea koski kaupunkiin syksyllä avattavaa nuorten suosiman vaateliikeketjun myymälää, jonka tulosta liikkui huhuja kaupungilla (palaveri 8.5.). Muutamat toimittajat kyselivät asiasta taloustoimituksen esimieheltä ennen aamupalaverin alkamista. Tästäkin aiheesta tehtiin juttu.

Muutamia kertoja lukijat olivat ottaneet suoraan yhteyttä toimitukseen jonkun juttuidean kanssa. Näitä lukijoilta lähtöisin olevia ideoita uutispäällikkö Salmela toi muutaman kerran esiin myös aamupalaverissa. Esimerkiksi koskenlaskijoiden kypäräpakosta kertovan jutun idea oli lähtenyt alan yrittäjältä (palaveri 3.5.). Toisella kerralla lukija oli kaipaillut poppamiesten sääennustuksia (palaveri 12.5.). Näistä jutuista keskusteltiin hetki palaverissa, ja niistä myös tehtiin jutut lehteen. Nämä pari esimerkkiä olivat kuitenkin poikkeuksia, sillä yleensä lukijoiden yhteydenottoja ei tuotu palaverissa esille. Lukijoiden juttuideoita ei hirveästi käsitelty aamupalaverissa, joten ne menivät minulta yleensä ohitse. Ne siirtyivät toimittajille uutispäällikön kautta, joten välttämättä toimittajakaan ei tiennyt, jos aihe oli lukijalta lähtöisin. Eräs toimittaja sanoikin, että lukijoiden juttuideoiden esiin nostaminen on hyvin epävirallista.

Ainoa kerta, jolloin huomasin läsnäoloni vaikuttavan kokouksen puheenvuoroihin, oli, kun toimituspäällikkö ehdotti gallupin tekemistä äitienpäivän aikaan:

*”Tavalliset ihmiset pitäisi saada enemmän esiin lehdessä. Gallupeja pitäisi tehdä lisää.”* (palaveri 12.5.)

Kommentti aiheutti naurunhөрähdyksiä, ja toimituspäälliköltä kysyttiin vitsailen ”Miten se Kari keksi ottaa asian nyt esille?”. Tilanne kuitattiin kuitenkin huumorilla, ja toimituspäällikön toivoma kansalaisgallup myös toteutettiin viikonlopun lehdessä. Huumorilla suhtauduttiin monesti myös lukijoiden esittämiin kommentteihin ja palautteisiin. Toimittajat esimerkiksi vitsailivat pari kertaa lukijan lähettämästä asiattomista palautteista, joka koski paikallislehdessä julkaistua juttua. Lukijoita ei kuitenkaan pilkattu alentavasti.

Aamupalaverin jälkeen osallistuin uutispäällikön sekä osastopäälliköiden yhteiseen palaveriin, jossa päätettiin ykkösjutut, pääkuvat sekä muu lehden rakenne tarkemmin. Muutamana päivänä tässä todella lyhyessä palaverissa heitettiin ilmaan lukijoilta tullutta palautetta. Eräs lukija oli ottanut yhteyttä, koska hänen mielestään lehden välissä olevat Joensuun liikkeiden liitteet ovat turhia. Lukijan mielestä niitä ei tulisi olla maakunnan muihin kuntiin jaettavissa lehdissä kuin Joensuuhun jaettavissa numeroissa. Tähän toimituksessa vastattiin vitsailen: ”Hänen pitäisi ottaa muovikassi mukaan mennessään postilaatikolle”. (palaveri 2.5.)

Muutaman päivän jälkeen huomasin, ettei tuossa kokouksessa tullut juuri esille minulle hyödyllistä informaatiota. Siksi päätinkin osallistua pääkirjoitustoimittajien palaveriin tai seurata toimitusta ja sen käynnistymistä. Aamuhetki oli monesti myös paras aika toimittajien kanssa keskustelulle. Myöhemmin päivällä heillä oli usein jo kiire jutun kirjoittamisen kanssa, joten juttelin useamman toimittajan kanssa heti aamusta. Osastot pohtivat aamulla omia juttujaan, joten sinne pääsi myös sujahtamaan helposti mukaan. Vaikkei toimituksilla kunnollisia palavereita ollutkaan ajankohtaistoimitusta lukuun ottamatta, jonkinlaiset ajatusriihet antoivat silti huomattavasti enemmän tietoa vuorovaikutuksen toteutumisesta kuin päälliköiden lyhyt yhteinen palaveri.

Seurasin myös tiistaisin pidettäviä toimitusneuvotteluja. Niissäkin päätoimittaja oli pääasiallisesti äänessä. Hän nostaa jonkun yksittäisen ajankohtaisen teeman, jota kokouksessa käsitellään ja josta pyritään keskustelemaan. Idea on minusta hyvä, mutta ainakin toukokuussa keskustelu toimituksen sisällä jäi näissäkin neuvotteluissa vähäiseksi. 9.5. päätoimittaja nosti esiin omaa tutkimustani sivuuttavia kysymyksiä koskien Helsingin Makasiinien paloja ja niiden uutisointia. Päätoimittaja esitti muutamia kysymyksiä siitä, mikä uutisoinnissa miellyttää lukijoita ja miten lukija kokee perusuutisen. Saman kokouksen alussa minä esittelin itseni ja oman tutkimukseni, joten päätoimittaja Mervola selvästi linkitti päivän teeman tutkimukseeni. Näin hän ehkä halusi viestittää toimittajille, että lukija ja tämän toiveet ovat nyt erityisen tarkastelun kohteena.

Oli melko jännittävää esittäytyä toimitukselle. Olisin kaivannut jonkin verran enemmän kannustavia katseita ja tervehdyksiä toimittajilta. Suurin osa ei kiinnittänyt juuri lainkaan huomiota minuun, kun kerroin tutkimukseni taustaa ja sen tavoitteita lyhyesti. Onneksi edes muutama toimittaja tuli pian toimitusneuvottelun jälkeen kyselemään vähän tarkemmin minusta ja tutkimuksestani. Ehkä jonkinlainen oman reviirin ylläpitäminen ja omien töiden pariin vetäytyminen on tyypillistä tällä alalla, mutta minusta se tuntui vieraalta. Joitakin kertoja sain huomata samanlaista suhtautumista myös juttukeikoilla.

## 6.2. Keikalla kansan keskuudessa

*” Sillä on merkitystä, keneltä kysytään ja miten kysytään. Toimittajan pitää esittäytyä ja kysyä haastateltavan suostumus.”* (toimittaja, nainen)

Näin eräs toimittaja kommentoi toimittajan ja lukijan kohtaamista juttukeikoilla. Vuorovaikutukseen liittyy usein vastapuolen kohtaaminen kasvokkain. Monet lukijoista tunnistavat varmasti ainakin osan toimittajista kassajonossa, kirjoitetaanhan kolumnit ja pakinat useimmiten kuvan kera. 130-vuotisjuhluvuonna Karjalaisessa toteutettiin kiertue, jossa toimittajat ja lukijat kohtasivat toisiaan maakunnan toreilla. Toimittajat myönsivät, että kasvojen tunteminen on kitkattoman vuorovaikutuksen edellytys. Moni toimittaja kaipasi lisää niin lukijoiden kuin toimittajien keskinäistä tuntemista. Nykyään vuorovaikutus tapahtuu pääasiassa sähköpostin tai tekstiviestien kautta. Tämä on toisaalta sääli. Eihän toimittajakaan keskustele haastateltavien kanssa sähköpostitse. Parhaimmat jutut syntyvät yleensä paikan päällä ja haastateltavan kanssa kasvokkain.

Pääsin seuraamaan näitä kohtaamisia tarkkailijan roolissa kymmenellä juttukeikalla. Pyrin valitsemaan keikat siten, että pääsin juttelemaan mahdollisimman monen ja erilaisten toimittajien kanssa. Olin seuraamassa niin talossa jo kymmeniä vuosia olleiden toimittajien kuin sinne vasta äskettäin töihin tulleiden toimittajien työskentelyä. Kävin myös muutaman kesätoimittajan kanssa juttukeikalla. Sen lisäksi, että opin näin tuntemaan toimitusta, pääsin myös näkemään, miten erilaisilla tavoilla toimittajat lähtevät rakentamaan juttua ja miten he kohtaavat lukijoita. Näissä tavoissa oli todellakin havaittavissa eroja.

Suurimman osan seuraamistani juttukeikoista vietin uutistoimituksen toimittajien sekä Joensuun seututoimituksen toimittajien kanssa. Taloustoimittajien kanssa en käynyt lainkaan juttukeikoilla, ajankohtaistoimituksessa sekä urheilutoimituksessa seurasin kussakin yhden toimittajan työskentelyä. Joskus mukaan lähti myös kuvaaja, joista osa osallistui aktiivisesti keskusteluun ja kertoi omia mielipiteitään. Muutama toimittaja suhtautui selvästi nihkeämmin takapenkkin tarkkailijaan, ja jouduin sellaisissa tilanteissa

pitämään itse keskustelua yllä. Suurin osa toimittajista kuitenkin kyseli ja keskusteli ilman sen suurempaa painostusta.

Valitsin juttukeikat aamuisin myös sen mukaan, millaisia aiheita ne käsittelivät. Esimerkiksi Liperin lukion oppilaskunnan mielenosoitus sopi todella hyvin tutkimukseni osaksi. Muutamia juttukeikkoja valitsin siksi, että niiden toteuttaminen kansalaisjournalismin keinoin olisi mahdollista. Tällaisia keikkoja seuraamalla pystyin paremmin antamaan palautetta ja kertomaan toimittajille kansalaislähtöisimmistä vaihtoehdoista. Tällainen keikka oli esimerkiksi roskien hävittämistä käsittelevä juttu. Kävin myös muutamilla juttukeikoilla, jotka eivät suoraan vastanneet tutkimuksessani esittämiini kysymyksiin, mutta ne antoivat mahdollisuuden keskustella toimittajien kanssa. Näin tapahtui niinä päivinä, jolloin listalla ei ollut tutkimukseni kannalta relevanttia juttukeikkaa. Nämä juttukeikat eivät sisälly tässä tarkemmin erittelemiini kymmeneen juttukeikkaan.

Minulla oli välillä ongelmia päästä tiettyjen toimittajien mukaan, koska minulla ei etukäteen ollut tiedossa, millaisia juttuja kukin on lähdössä tekemään, jos kyseessä ei ollut juuri seuraavan päivän lehteen tuleva juttu. Tämä johtui siitä, etten päässyt omilla tunnuksillani toimituksessa käytettävän jobi-ohjelman kaikkiin tiedostoihin. Harmikseni sain jälkikäteen kuulla, että joinakin päivinä muutamat toimittajat olivat käyneet kiinnostavilla keikoilla, mutta tieto siitä ei ollut tullut minulle asti. Pian huomasin, että nämä toimittajat eivät muutenkaan olleet kovinkaan kiinnostuneita tutkimuksestani.

Kuten todettua, juttujen rakentaminen oli hyvin yksilöllistä. Samoin potentiaalisten lukijoiden kohtaaminen jutuntekutilanteessa vaihteli toimittajasta riippuen. Muutamilla keikoilla toimittajat kohtelivat haastateltavia ja jutun ”lähteitä” niin kuin minusta kuuluukin. He keskustelivat, kyselivät ja antoivat lähteiden itse puhua. Jotkut toimittajat suhtautuivat puolestaan huomattavasti välinpitämättömämmin haastateltaviin. Joskus niin sanottuja tavallisia ihmisiä käytettiin ainoastaan juttujen kuvittamiseen ilman, että nämä edes tiesivät, millaisesta jutusta on kyse. Toisinaan toimittajat eivät esitelleet itseään haastateltaville. Muutamalla keikalla toimittaja jopa kieltäytyi mahdollisuudesta haastatella paikalle erikseen pyydettyjä ihmisiä. Toimittaja saattoi kuitata tilanteen sanomalla ”löytävänsä haastateltavia itsekin”.

Melko monella juttukeikalla sain todeta, että kansalainen asemoidaan jutussa todistajaksi tai uhriksi. Kansalaiset antavat jutulle kasvot, mutta ääneen heitä päästetään harvoin. Yllätyin siitä, ettei haastatelluille ja kuvatuille kansalaisille välttämättä edes kerrottu, minkälaisesta uutisesta oli kyse. Toimittaja vain saapui paikalle, kuvaaja napsi kuvia ja toimittaja vaihtoi muutaman sanan kuvattavan kanssa. Tämän jälkeen toimitus poistui paikalta, ja lukija jäi hymyissä suin odottamaan seuraavan päivän lehteä, jossa hän saattaisi olla jonkin uutisjutun jossakin kuvassa.

*”Yleensä tavikset ovat innoissaan, jos pääsevät lehteen.”* (toimittaja, nainen)

Toimittajan kommentti oli tarkoitettu kevyeksi heitoksi, mutta toisaalta siinä piilee totuuden siemen. Monesti lehden lukijat bongailevat tuttujensa tai naapureidensa kuvia päivän lehdestä. Monella juttukeikalla huomasin, että juttua pyrittiin pehmentämään ja lähentämään lukijoille juuri ”tavisten” kuvilla. Moneen juttuun liitettiin kuva pihaansa siistivästä isännästä tai kuntosalilla rehkeästä eläkeläisestä ilman, että nämä pääsivät ääneen lainkaan itse jutussa. Lukijalle tulee kuitenkin vaikutelma, että heitä on kuultu.

Niin lukijan kuin toimittajan kasvot ovat siis joissain tilanteissa kadoksissa ja vastapuolelle tuntemattomia. Asiaan suhtauduttiin kaksijakoisesti. Toisten toimittajien mielestä kasvojen tulisi näkyä selkeämmin lukijoille. Toiset eivät puolestaan halunneet leimautua Karjalaisen toimittajiksi ja kohota sitä kautta maakunnan julkkiksiksi. Itse miellän tilanteen siten, että kasvojen tunteminen ennemminkin edistäisi kuin vähentäisi vuorovaikutusta. Salakuuntelu on meidän tutkijoiden hommaa – ei sen tulisi kuulua toimittajien työkuvaan. Havainnoimani jakson aikana juttuideat eivät nousseet salassa kuultujen kassajonokeskustelujen pohjalta, vaan ihan muita teitä. Uskonkin, että kasvojen näkyminen on hyödyllisempää ja hedelmällisempää kuin niiden piilottelu. Toimittajan työhön kuuluu vuorovaikutusta, esiintymistä, esillä oloa ja ihmisten kohtaamista. Niin tapahtuu pitkin juttuprosessia.

*”Juttuaiheet ja niissä esitetyt mielipiteet nousevat sen pohjalta, mitä näen ja kuulen liikkeessani ihmisten parissa. Ihmisten käyttäytyminen ohjaa kirjoittamista.”*

(toimittaja, nainen)

Vaikka toimittaja heittääkin ilmaan kommentin juttuaiheiden esiin nousemisesta, se kuvastaa hyvin myös tilanteita juttukeikoilla. Ihmisten käyttäytyminen ja sen seuraaminen antaa toimittajalle valtavasti tietoa aiheesta, josta hän on kirjoittamassa. Tämä pätee myös muihin kuin konkreettisiin henkilöhaastatteluihin. Valmis, viranomaisten sanoilla ja kannanotoilla höystetty juttu saa aivan uusia ulottuvuuksia, kun siihen liitetään tavallisten ihmisten ajatuksia, näkökulmia ja tekoja.

Jotkut toimittajat eivät miellä ns. tavallista kansalaista viranomaislähteen veroiseksi lähteeksi. Erään toimittajan mukaan kansalainen on pääroolissa pääasiassa reportaasi - tyyppisissä jutuissa, joita tehdään etenkin kesäisin, kun muuta aineistoa ei ole. Tällaiset jutut eivät hänen mukaansa kelpaa uutisjutuiksi, koska uutiseen tarvitaan faktoja. (toimittaja, nainen.) Kyseinen toimittaja antaa siis ymmärtää, ettei kansalaisia haastatteleamalla voida rakentaa uutisjuttua, koska kansalaiset eivät voi kertoa uutiseen tarvittavia faktoja. Seuraamastani jutusta rakentuukin tyyppinen uutisjuttu, jossa kansalainen esiintyy kuvassa ja kuvatekstissä, mutta hänen äänensä ei kuulu ollenkaan.

*”Kansalaisten kautta kertomisella on riskinsä. Minkä verran asia valottuu, kun siitä kerrotaan yhden ihmisen kautta?”* (toimittaja, nainen)

Näin puolestaan kommentoi toinen toimittaja, joka suhtautuu hieman varauksella kansalaisjournalismiin. Asenne on yleinen Karjalaisen toimituksessa, ja se näkyy myös kaikissa kansalaisjournalismin parissa tehdyissä tutkimuksissa, joita olen lukenut. Toimittajan epäileväinen asenne laittoi myös minut pohtimaan uudestaan tutkimukseni tavoitteita. Toukokuun alussa annoin positiivista palautetta jutuista, joissa niin sanotut tavalliset kansalaiset saivat kertoa harrastuksistaan, havainnoistaan ja kokemuksistaan. Pian aloin kuitenkin miettiä näiden juttujen kiinnostavuutta ja merkittävyyttä. Edellisen toimittajan kysymys on oikeutettu. Pyrinkin tämän oivalluksen jälkeen korostamaan palautteessa, miten juttuihin voitaisiin liittää keskustelua ja erilaisia kansalaismielipiteitä. Esitin ajatuksia myös siitä, miten kansalaisuus voisi tulla esille valtakunnallisissa ja yleisemmissä uutisissa. Tämä vaatii kuitenkin aikaa, mitä toimittajalla ei yleensä ole.

Muutamilla juttukeikoilla toimittajalla tyyppinen kiire esti lukijan mukaan ottamisen. Toimittaja saattoi saada vasta aamulla tietoonsa jutun aiheen, jolloin aikaa ei liiemmin

ollut lähteiden etsiskelyyn. Siksi monet toimittajat tyytyivätkin ”sen varmimman vaihtoehdon” haastattelemiseen. Toimituksessa oltiin yleisesti melko tyytyväisiä tämän hetkiseen työtahtiin, noin yhteen juttuun päivässä. Kiire nähtiin kuitenkin osittain tekosyynä vakiolähteiden jatkuvaan hyödyntämiseen:

*”Kansalaiskainaloita ei enää suosita eikä tavallisten kansalaisten ääntä lähdetä etsimään sen työteliäisyyden takia.”* (toimittaja, nainen)

Kiire ja vakiolähteiden käyttö esti myös monissa tilanteissa hyödyllisten ja uusia näkökulmia avaavien keskustelujen syntymisen ja seuraamisen. Monilla juttukeikoilla rakensin itse päässäni herkullisia kärkiä uutiselle, jossa toimittaja olisi napannut yhden haastateltavan sijasta paikalla olevista useamman mukaan ja synnyttänyt keskustelua näiden välille. Joillakin juttukeikoilla keskustelua syntyi luonnostaan, mutta toimittaja jätti tilanteen käyttämättä.

Muutamalla juttukeikalla nimenomaan tavallisten kansalaisten ääntä lähdettiin etsimään viranomaislähteiden sijaan. Haastatteluja ei tällöin sovittu etukäteen, vaan haastateltavat bongattiin lennosta. Viranomaisille sen sijaan soitettiin aina etukäteen, jolloin he pystyivät valmistautumaan toimittajan kysymyksiin. Ehkä tästä syystä kansalaiset eivät vaikuta niin varmoilta ja hyödyllisiltä lähteiltä. Oli kuitenkin mukava päästä seuraamaan juttukeikkoja, joilla kansalaiset olivat keskeisiä lähteitä. Eräs toimittaja kommentoi tällaisella juttukeikalla lähdevalintojaan:

*”En halua tuoda esiin niiden ääntä, jotka ovat aina äänessä. Nyt haluan tuoda esiin niitä ihmisiä, jotka tekevät, eivät puhu.”* (toimittaja, nainen)

Kyseinen toimittaja käytti paljon aikaa etsiäkseen niin sanottuja tavallisia kansalaisia jutun ääniksi. Hän olisi päässyt huomattavasti helpommalla, jos hän olisi käyttänyt normaaleja virkamieslähteitä. En tiedä, vaikuttiko asiaan se, että toimittaja oli kesätoimittaja, jolla vielä riitti intoa kansalaisten äänten pyydystämiseen. Juttu tosin päättyi kakkosjutuksi kolmossivulle, joten sen merkitys ei lehdessä ollut kovinkaan korkealla.



Palattuamme juttukeikalta saatoinkin vielä keskustella hetken aikaa toimittajan kanssa, mutta yleensä jätin hänet melko nopeasti työstämään juttua omaan rauhaansa. Tämän jälkeen lähdin itse lounaalle toimituksen ruokalaan ja yritin päästä toimittajien kanssa samaan pöytään istumaan. Muutamat kerrat toimittajien pöydässä tarjosivat todella antoisia keskusteluhetkiä. Ruuan äärellä ja kollegoidensa seurassa toimittajat rentoutuivat, ja keskustelimme välillä myös tutkimusaiheistani sivuuttavista seikoista. Iltapäivisin yritin myös päästä perille palautteen ja yhteydenottojen merkityksestä toimitustyön kehittämisessä. Miten palaute suuntaa toimittajien työtä? Muuttaako se mitään? Voivatko yksittäiset lukijat sen kautta vaikuttaa Karjalaisen sisältöihin?

### 6.3. Palautekanavat auki

*”En hirveästi seuraa mielipideosastoa, tekstiviestejä en ollenkaan. En saa juuri palautetta, mutta en toisaalta sitä kauheasti kaipaakaan.”* (toimittaja, mies)

*”Palaute on vähäistä. Toisin väittävät valehtelevat. Tuntemattomilta tulee lähinnä vittuilua.”* (toimittaja, mies)

Näin luonnehtivat Karjalaisen toimittajat omia kokemuksiaan lukijoiden lähettämästä palautteesta. Toimittajat kertoivat saavansa todella vähän palautetta jutuistaan. Se vähä, mitä palautetta tulee, on negatiivista. Ainoastaan urheilutoimitus sekä lasten- ja nuortensivuista vastaava toimittaja kertoivat saavansa paljon palautetta. Jälkimmäinen on toimittajista ainut, joka kertoi saavansa pääasiassa vain ja ainoastaan positiivista palautetta. Muut toimittajat kertovat poikkeuksetta palautteen olevan kielteistä:

*”Yleensä palaute on vain negatiivista, kirjoitusvirheisiin tai eriäviin mielipiteisiin pohjautuvaa. Siihen on vain tässä ammatissa totuttava.”* (toimittaja, nainen)

Kun kysyin toimittajilta palautteesta juttukeikoilla tai kahviossa, vastaus kuitattiin nopeasti. Olisin jutellut mielelläni enemmänkin siitä vähästä palautteesta, jota toimittajat saavat, mutta monikaan toimittaja ei ollut kiinnostunut pohtimaan tarkemmin

palautteen kautta lukijaan muodostunutta suhdetta. Tämä voi johtua pitkälti siitä, että palautetta tulee tosiaan niin vähän, ettei siitä kannata tarkemmin keskustella. Yllätyin siitä, kuinka vähän yhteydenottoja lukijat tekevät suoraan toimittajiin. Suurin osa vinkeistä ja palautteesta menee uutispäällikkö Salmelalle. Hän nosti aamupalaverissa esiin muun muassa paikallisen skoottereita myyvän yrittäjän palautteen, jossa tämä kiitteli Karjalaisen tekemää juttua skoottereista, niiden nuorista käyttäjistä ja kevään villityksestä, jota Karjalaisen juttu näytti vain nostattavan (palaveri 4.5.). Uutispäällikkö on varmasti kaikissa lehdissä keskeisessä roolissa vastaavissa tilanteissa, mutta miksei vuorovaikutusta voisi tapahtua enemmän myös suoraan toimittajan ja lukijan välillä? Miksi siihen tarvitaan vielä johtoportaan käsi ja korva väliin?

Toimittajat mielsivät palautteen ennen kaikkea suoriksi yhteydenotoiksi. Harva mainitsi tekstiviestit tai verkon keskustelupalstan kautta saamaansa palautetta. Toukokuussa toimitukselle laitettiin terveisiä ja kriittistä palautetta juuri yleisönosastoilla. Eräs lukija esimerkiksi ihmetteli tekstiviestissä, miksi Karjalainen ei ollut seuraamassa hengellisiä vapputapahtumia (Karjalainen 6.5.). Toisena päivänä lukija valisti toimitusta virheellisten käsitteiden käytöstä lasten huostaanotoista kertoneessa jutussa (Karjalainen 15.5.). Vastaavanlaisia palautteita ei käsitelty lainkaan toimituspalavereissa. Useampi toimittaja kertoi jättävänsä väliin tekstiviestien ja verkon keskustelupalstan, etenkin, jos toimituksessa oli kiire. Tästä syystä tuntui, ettei lukijoita ainakaan kovin konkreettisilla toimilla kannustettu palautteen antamiseen.

Kysyin aina jokaiselta toimittajalta, jonka työtä olin seuraamassa, voisiko hän kertoa minulle myöhemmin, millaista palautetta jutusta tuli. Ainoastaan muutama toimittaja tuli omatoimisesti kertomaan, jos palautetta tuli tai ei tullut. Yleensä jouduin itse kysymään muutaman päivän päästä, tuliko jutusta palautetta ja mitä toimittaja oli siitä mieltä. Eräs toimittaja tokaisi vastaukseksi palattuamme keikalta: ”Eihän niistä ikinä saa palautetta”. Kyseinen toimittaja ei ollut kuitenkaan seurannut aktiivisesti yleisönosastoja, joissa oli jonkin verran keskusteltu aiheesta, josta hän kirjoitti jutun. Hän ei ollut myöskään kiinnostunut keskustelemaan kanssani lukijoista, omasta työstään tai vuorovaikutuksen merkityksestä siinä.

Pyysin toimittajia muutenkin nykäisemään minua hihasta, jos he saivat toukokuun aikana ylipäättään palautetta lukijoilta. Oli mukava yllätys, kun muutamat toimittajat

tulivat kertomaan ja jopa näyttämään saamaansa palautetta. Näin toimivat olivat yleensä niitä toimittajia, jotka selvästi pohtivat lukijasuhdettaan, ja suhtautuivat myös minuun ja tutkimukseeni myönteisesti. Saadut palautteet olivat nimenomaan muista kuin perusuutisista.

*”Positiivista palautetta tulee etenkin henkilöjutuista, joissa näkemys ja mielipiteet ovat haastateltavan, eivät omiani.”* (toimittaja, nainen)

Lukijoille näyttää olevan tärkeää, että asia, josta he antavat palautetta, on myös itselle jotenkin läheinen. Itselle vieraita aiheita ei lähdetä edes kommentoimaan. Lukijat tarvitsevat omia kokemuksia tukemaan palautettaan. Tästä syystä ihmisläheiset jutut näyttävät saavan kaikkein eniten palautetta. Esimerkiksi sairaanhoitoa ja lastenhoitoa käsittelevät jutut saivat paljon palautetta. Spesifit aiheet, kuten puhtaasti talouselämään sijoittuvat uutiset, eivät saaneet puolestaan juuri ollenkaan palautetta. Näin asiaa kommentoi taloustoimittaja:

*”Juttujen lukeminen vie aikaa. Paneutuminen ja mielipiteenmuodostaminen voi viedä monta tuntia.”* (toimittaja, mies)

Lukijan on siis helpompi lähestyä toimittajaa, kun hänellä on jotakin näyttöä sanojensa taustaksi. Eräs toimittaja kokee lukijan omat kokemukset tärkeiksi palautteenannossa:

*”Palautetta tulee etenkin jutuista, joista lukijoilla on omia kokemuksia”* (toimittaja, nainen).

Toimitukseen otettiin yhteyttä myös konkreettisen vuorovaikutuksen vuoksi. Eräs lukija soitti toimitukseen ja pyysi välittämään pyynnön, että toimittajat kiinnittäisivät enemmän huomiota esittäytymiseen. Kun lukija soitti toimitukseen, toimittaja ei ollut esittäytynyt hänelle. Uutistuottaja kommentoi asiaa sanomalla, että asiaan tulisi todellakin kiinnittää toimituksessa huomiota. Sama asia pisti myös minulle silmään. Muutamit toimittajat eivät esitelleet itseään selkeästi tehdessään puhelinhaastatteluja. Joskus toimittaja saattoi tuskaisena kiirehtiä tehdessään haastattelua tai etsiessään oikeaa henkilöä puhelimeen. Eräs toimittaja lopetti puhelun ja kommentoi kovalla äänellä haastateltavaansa työkaverilleen ”hitto, mikä blondi”.

Palautteella näyttää olevan merkitystä toimittajille heidän oman työnsä kannalta. Ainahan kriittinen palaute auttaa kehittymään ja kehittämään. Tästä syystä toimittajat varmasti toivovat lisää palautetta. Moni toimittaja otti esiin palautteen merkityksen juuri tehdyn työn kannalta:

*”Palaute antaa tunteen, että joku lukee juttujani.”* (toimittaja, nainen)

Toisaalta palaute antaa merkin myös toimittajan keskeisimmän tehtävän, ajatusten ja keskustelun herättämisen, onnistumisesta:

*”Palaute antaa merkin, että jutuilla on vaikutusta.”* (toimittaja, mies)

Joskus palautteella voi olla myös henkilökohtaisia merkityksiä. Varsinkin negatiivinen palaute voi olla hyvin henkilökohtaista. Yleensä negatiivista palautetta antavalta ryhmältä positiivinen palaute voi merkitä toimittajalle paljon:

*”Vanhempien miesten palaute tuntuu mukavalta. Heidän on joskus vaikeaa suhtautua naiseen tällaisessa roolissa.”* (toimittaja, nainen)

Monet suhtautuivat palautteeseen kuitenkin melko välinpitämättömästi. Monikaan ei näe sitä keskeisenä osana työtään. Tämä johtuu varmasti palautteen vähäisyydestä sekä monesti sen asiattomasta sisällöstä. Osa toimittajista jopa sanoi, ettei heidän juttujaan kukaan kunnolla edes lue. Eräs toimittaja kommentoi palautteen merkitystä näin:

*”Paras palaute on kuun 15. päivä.”* (toimittaja, mies)

Toimittaja viittaa heitollaan palkkapäivään. Itse hieman kummastelin rahan suurempaa arvoa palautteena kuin lukijoilta saatuja kommentteja. Toinen toimittaja kummastelee lukijan lähettämää positiivista palautetta työtoverilleen:

*”Muistatko, kun painiskelin sen kansalaiskokouksen kanssa? Nyt sieltä tuli palautetta, että kiitos hyvin kirjoitetusta jutusta. Tein sen läpihuutojuttuna, ilman suurempia ponnistuksia. Kun sitten oikein panostaa, ei saa palautetta ollenkaan.”* (toimittaja, nainen)

Myös oma työyhteisö on tärkeä palautekanava. Työkavereilta kuulee luotettavaa ja asiantuntevaa palautetta. Itse pyrin löytämään sisäisestä palautteesta viittauksia nimenomaan lukijoihin. Tästä syystä vietinkin toukokuussa aikaa myös toimituksen kahvitiloissa sekä ruokalassa kuuntelemassa ja keskustelemassa. Seurasin toimittajien keskinäistä vuorovaikutusta, keskusteluja ja palautteen antamista.

Toimittajien keskinäinen vuorovaikutus rajautui palaverien lisäksi lounastaukoon. Valtaosa toimittajista ruokaili talon omassa työpaikkaruokalassa. Nuoremmat naistoimittajat kävivät usein yhdessä syömässä. Joensuun seututoimitus istui puolestaan useamman kerran samassa pöydässä. Päälliköt istuivat monesti omassa pöydässään. Muutamia toimittajia en nähnyt koko aikana ruokalassa, vaan he söivät omia eväitään toimituksen kahvihuoneessa. Kahvihuone on sama tila, jossa aamupalaverit pidetään. Huoneen pitkällä pöydällä oli useampana päivänä sikin sokin eri lehtiä, joita toimittajat saattoivat kahvinjuonnin ohessa lukea. Monesti kahvi haettiin keittokomerosta kuitenkin mukaan omalle työpisteelle. Melko harvoin toimittajat jäivät istumaan neuvotteluhuoneeseen ja keskustelemaan kahvinjuonnin ohessa työkavereiden kanssa. Lähinnä näin tekijät hieman vanhemmat naistoimittajat.

Toimittajien väliset keskustelut liittyivät todella harvoin lehteen, sen sisältöön tai lukijoihin. Toimituksen sisäinen palaute oli yllättävän vähäistä, ja siinä otettiin harvoin kantaa kirjoituksiin lukijoiden näkökulmasta. Palautetta annettiin pääasiassa aamupalaverissa sekä toimituksen infokorin päivittäisessä palautteessa. Päätoimittaja tai hänen varamiehensä laittoivat infokoriin kirjallisen palautetta päivän lehdestä. Toimituksen sisäinen palaute painottui kirjoitusvirheisiin sekä mahdollisiin taittovirheisiin. Muutamit toimittajat sanoivatkin palautetta tulevan eniten juuri suomen kielen hallitsemisesta. Palautetta annettiin myös esimerkiksi huonosti taitetuista otsikoista.

Palautetta annettiin aamupalaverissa myös juttujen ulkoasusta, painotuksista sekä asiasisällöstä. Esimerkiksi 5.5. uutispäällikkö tarttui juttuun, jossa oli haastateltu Joensuun tiedepuiston johtajaa. Salmelan mukaan johtaja puhui jutussa paljon, muttei sanonut mitään. Jutun kirjoittanut toimittaja joutui miettimään, mitä hän halusi jutullaan lukijalle kertoa. Myös minä pyrin herättämään samanlaisia ajatuksia toimittajille, kun keskustelimme juttukeikoilla juttujen tavoitteista ja näkökulmista. Ei riitä, että tärkeä

henkilö saa kertoa mielipiteitään. Niillä täytyy olla jokin merkitys, joka välittyy jutun kautta lukijoille. Juttua tulisikin pohtia enemmän lukijoiden kannalta jo suunnitteluvaiheessa.

Kerran eräs lukija lähetti toimitukseen palautetta, kun Karjalaisen jutussa mainittiin yliopistojen lukuvuoden jo päättyneen, vaikka opiskelijat istuivat vielä luennoilla ja tenteissä. Asiaa kommentoitiin useampaan otteeseen tekstiviestipalstalla. Tämä oli ainoita kertoja, kun aamupalaverissa otettiin esille toimittajan tekemä virhe, jonka lukijat huomasivat. Eräs toimittaja sanoikin, että oikaisu voi joskus tehdä enemmän hallaa kuin väärä tieto (toimittaja, nainen). Lukijan kokemuksia käsiteltiin myös muutamissa toimituksen sisäisissä palautteissa.

Uutistuottaja nosti esimerkiksi toimituksen infokoriin 9.5. naislukijan soittaman palautteen, jossa tämä kertoi pahoittaneensa mielensä Karjalaisen uutisesta. Kyseisessä uutisessa kerrottiin hirvikolarista, ja jutussa mainittiin osallisten iät. Naislukijan mukaan iällä ei ollut tässä yhteydessä merkitystä. Hän uhkasi lopettaa Karjalaisen tilaamisen ja vaati hienotunteisuutta vastaavanlaisiin juttuihin. Uutistuottaja nosti asian infokoriin, sillä hän halusi kertoa toimitukselle, miten lukija voi suhtautua joutuessaan uutisen aiheeksi ilman omaa syytään tai haluaan.

Päälliköiden, yleensä päätoimittajan, infokoriin jakama palaute oli monesti hyvin lyhyttä. Yleensä siinä kommentoitiin varovaiseen ja sovittelevaan sävyyn onnistuneita kärkiä, hyvin metsästettyjä aiheita ja oikein mitoitettuja juttuja. Päätoimittaja Mervola kehui esimerkiksi poikkeuksellisen hyvin menestyneen ylioppilaan haastattelua 23.5. lehdessä. Samana päivänä kiitosta saivat myös paikallisen yrityksen historiasta sekä Nurmekseen menneestä lottovoitosta kertoneet jutut. Tuon päivän palaute oli melko poikkeuksellinen, sillä yleensä lehdestä poimittiin vain muutama asia. Infokoriin jätetyssä palautteessa ei juuri koskaan puututtu tarkempiin yksityiskohtiin.

Toimittajat saavat ylipäättään vähän rakentavaa palautetta, joten jutut ja toimittajat eivät juuri joudu tarkastelemaan työtään kriittisesti. Toimituksen sisäistä palautetta ei kokonaisuudessaan voida määritellä kovinkaan rakentavaksi, eikä sillä näyttänyt olevan suurta vaikutusta toimittajien työskentelyyn. Vuorovaikutuksen ja keskustelun vähäisyys toimituksen päivässä oli todella yllättävä.

## 7. Lopuksi

### 7.1. Paluu alkuun

On aika palata lähtöpisteeseen, eli niihin kysymyksiin, jotka ohjasivat tätä tutkimusta. Päämääränä oli etsiä keinoja Pohjois-Karjalan maakunnan julkisen keskustelun värittämiseen. Karjalainen maakuntalehtenä tarjoaa tilan tuolle keskustelulle. Havaintojeni perusteella lehden toimitus kokee tärkeänä oman roolinsa keskustelun ylläpitäjänä ja mahdollistajana. Tutkimuksen aikana esittämistäni ideoita oltiin hyvin kiinnostuneita, ja niitä ollaan lähdössä viemään eteenpäin, mikä osoittaa, että tutkimukselle on ollut tilausta.

Sanomalehti on osaltaan rakentamassa edellytyksiä demokraattiselle yhteiskunnalle. Karjalainen toimii Pohjois-Karjalan maakunnassa viranomaisten, markkinavoimien ja paikallisten asukkaiden välissä, kuten Nieminen ja Nordenstreng (2000, 254) median paikan yhteiskunnassa määrittävät. Karjalaisen ylläpitämän julkisen keskustelun osapuoliksi määrittyivät yleensä paikalliset viranomaiset ja toimittajat. Tässä mielessä Karjalainen pitää voimakkaasti yllä eliittijulkisuutta (mm. Nieminen 1998, 287), vaikka lehdessä esiintyvä eliitti rakentuukin maakuntalehdille tyypilliseen tapaan paikkakunnan omista viranomaisista ja valtakunnallisten instituutioiden paikallisista edustajista (Orjala 1996, 61).

Lukijoiden rooli on huomattavasti pienempi. Uutispäällikkö Salmelan sanoin lukijat näkyvät lehdessä, etenkin uutisjuttujen kuvissa. Mutta ääneen lukijat pääsevät harvoin. Poikkeuksena ovat katugallupit ja erilaiset äänestykset, joita lehdessä toteutetaan säännöllisin väliajoin. Glasser & Craft (1997) eivät näe lyhytkestoista ja yllättävää kyselyperinnettä keskustelevuutta edistävänä journalismina (emt., 29). Olen asiasta samaa mieltä. Lukijoille ei lehdessä anneta mahdollisuutta esittää perusteltuja ja harkittuja mielipiteitä, sillä kysymykset esitetään yllättäen. Viranomaisten kohdalla näin ei toimita juuri koskaan. Heille soitetaan aina etukäteen ja sovitaan haastattelusta. Lukijoita ei myöskään houkutella mukaan keskusteluihin viranomaislähteiden rinnalle, vaan nämä kaksi osapuolta erotetaan jutuissa lähes poikkeuksetta toisistaan varsinaiseksi uutisjutuksi ja kansalaiskainaloksi.

Heikkilän mukaan kansalaisjournalismikokeiluiden keskusteluryhmiin osallistuneet kansalaiset esittivät arjen asiantuntijoiden äänellä hyvin perusteltuja argumentteja, mutta se ei välttämättä riitä journalisteille, jotka hyödyntävät mieluummin viranomaisten ääntä (Heikkilä 2001, 255). Tämä tuli esille myös Karjalaisen toimittajien asenteista ja kommenteista. Eräs toimittaja piti mahdottomana, että kansalainen olisi uutisjutussa pääasiallisena lähteenä. Toinen toimittaja kyseenalaista asioiden kertomisen yksittäisen ihmisen kokemusten kautta. Kolmas näki huolestuttavana lehdessä voimistuvan kehityksen, jonka seurauksena kansalaiskainalot usein unohtuvat toimittajilta.

Yllättävintä oli, että lehti on linjannut mainostajien tarpeet lukijoiden tarpeita tärkeämmiksi. Taloudellisen voiton tavoittelusta on tullut tärkeä peruste myös Karjalaisen ylläpidolle (vrt. Kantola 1998, 24). Ilmoittajien houkuttelemiseksi ja pitämiseksi myös Karjalaisessa tehdään linjauksia, jotka estävät mainostajille kielteisten asioiden esiin nousemisen (vrt. Paloheimo & Wiberg 1996, 256). Karjalaisessa ei esimerkiksi tehdä lainkaan hintavertailuja. Lehden etusivu on aina täynnä mainoksia, eikä se ole kovinkaan lukijalähtöinen. On selvää, että nykyään mainostajien markat painavat lehden sisällönrakentamisessa yhä enemmän. Jonkinlaista rajausta kannattaa silti harkita. Kuulin tutkimustani tehdessä useamman kommentin, joissa lehden lukijat paheksuivat asiaa.

Karjalainen on silti pitänyt hyvin kiinni tärkeimmästä tehtävästään, eli maakunnan asukkaiden palvelemisesta. Lehti kertoo pienistäkin paikallisesti tärkeistä asioista, mistä toimiva aluetoimitusten verkosto pitää huolen. Karjalaisessa viihde ei ole noussut paikallisia uutisia tärkeämmäksi, eikä lehdessä ainakaan toistaiseksi leikitellä ihmisten yksityisasioidella. Mediakentän muutokset heijastuvat kuitenkin myös Karjalaiseen. Yhteistyö Väli-Suomen Mediat Oy:n kuuluvien lehtien kanssa on tästä hyvä esimerkki. Teemasivuilla on lehdessä suuri painoarvo (vrt. Heikkilä 2001, 291). Teknologian kehittämiseen käytetään toimituksessa paljon resursseja. Toteutetut ja suunnitteilla olevat muutokset ovat lukijoita ajatellen pääasiassa myönteisiä. Yhteistyön kautta lehti voi tarjota kattavan uutispaketin, teemasivuilla aiheisiin voidaan paneutua paremmin ja teknologia lisää toivottavasti lukijoiden osallistumis- ja vaikutusmahdollisuuksia.



Karjalainen näyttää rakentavan voimakkaasti identiteettiä levikkialueensa ihmisille (vrt. Tommila 2000, 58). Lehti luo uutisvalinnoillaan lukijoille kuvaa siitä, mikä on tärkeää ja millaiseksi todellisuus ihmisten mielissä muodostuu (vrt. Perko 1998, 14). Karjalaisessa kirjoitetaan paljon iäkkäämpiä ja vähemmän koulutettuja ihmisiä ajatellen. Tämä on ymmärrettävää, kun tarkastellaan maakunnan väestörakennetta ja sen kehitystä. Toisaalta linjaukset voimistavat entisestään myös maakuntaan liitettyjä negatiivisia piirteitä. Esimerkiksi maakunnan periferia-asemaa voisi muuttaa kiinnittämällä valtakunnallisia asioita entistä tiukemmin maakunnan tilanteeseen. Havainnointijakson aikana STT:n uutiset julkaistiin lehdessä ilman paikalliskainaloita, mikä edelleen lisää periferia–keskus -jaottelua. Paikallisten asioiden tulee maakuntalehdessä olla keskiössä, mutta asioiden esittämisen tyyliin ja monipuolisuuteen tulisi lehdessä kiinnittää huomiota. Esimerkiksi nuorten näkyminen ja heidän ajatustensa esiintuominen on liian vähäistä. Siten maakunta näyttäytyy nuorille, mahdollisesti jo poismuuttoa harkitseville, iäkkäiden ihmisten kotiseutuna.

Vuorovaikutusta Karjalaisen toimituksen ja lukijoiden välillä tapahtuu päivittäin. Lukijoiden yhteydenotto- ja osallistumismahdollisuuksia on lisätty ja kehitetty. Toimitus reagoi yleisönosastoilla käytyihin keskusteluihin esimerkiksi nostamalla tekstiviesteistä juttuaiheita sekä tarttumalla Suoralla linjalla puhuttaviin aiheeseen. Lehdellä ei ole suurta kynnystä lukijoiden mielipiteiden julkaisemisessa. Etenkin tekstiviestipalstalla sekä verkon keskustelufoorumilla lukijat saivat esittää kantansa lähes mistä tahansa aiheesta. Tämä on toisaalta johtanut siihen, että lukijoiden keskustelu ja ääni rajataan yleisönosastolle. Itse lehden sivuilla lukijat pääsivät melko vähän esiin.

Yllättävää oli, että toimituksen ja lukijoiden välinen vuorovaikutus rakentuu niin voimakkaasti uutispäällikön varaan. Joidenkin toimittajien välinpitämätön asenne vuorovaikutuksen tarjoamien mahdollisuuksien hyödyntämiseen oli myös yllättävää. Tilanteeseen ollaan kuitenkin kiinnittämässä huomiota, ja monet toimittajat näkivät kehityksen hyvin tärkeänä lehden tulevaisuutta silmällä pitäen. Eri osastoilla on suunnitteilla, tai ollut ainakin esillä, erilaisia omia vuorovaikutusmenetelmiä. Niiden toivotaan myös lisäävän keskustelua, joka toistaiseksi mielletään kuitenkin lukijoiden keskinäiseksi ajatustenvaihdoksi. Toimituksen linjaus on, että toimittajat pysyvät noista keskusteluista ulkopuolella.

Risto Kunelius (1999) arvioi keskustelua ja sen merkitystä journalismille niiden kokeilujen kautta, joissa hän itse on ollut mukana. Hänen mukaansa journalismin tulee koetella julkiseen keskusteluun liitettyjä ennakkoluuloja ja sitä kautta oppia sen mahdollisuuksia. Ongelmaksi Kunelius näkee journalistien puutteellisen kyvyn kuunnella ja viedä keskustelua eteenpäin. Journalismin tulee myös irrottautua ajatuksesta, että tavallinen kansalaisuus löytyisi aktiivisten kansalaisten ulkopuolelta. (emt., 57–58.) Karjalaisen toimituksen kannattaisi myös tarkemmin miettiä, miten lukijoita voisi kuunnella paremmin ja miten toimitus voisi viedä keskustelua eteenpäin. Esimerkiksi juttukeikoilla keskustelua on hyvinkin helppo virittää ilman suurempia ponnistuksia. Tämä vaatii vain sen, että toimittaja ymmärtää tarttua tilaisuuteen, ja unohtaa toisaalta liiallisen objektiivisuuden ihanteen, samoin kuin ajoittaisen torjuvan asenteen aktiivisia lukijoita kohtaan.

Keskustelut ja rohkeammat lähestymistavat lisäisivät varmasti myös toimittajien työstään samaa palautetta. Tällä hetkellä palaute on pääasiassa kielteistä ja hyvin vähäistä. Toimittajat pitävät sitä kuitenkin tärkeänä oman työn ja kehittymisen kannalta. Palautteen vähäisyys voi johtua siitä, etteivät lukijat saa konkreettista näyttöä siitä, että palautteella on merkitystä. Tällä hetkellä vain pieni osa palautteesta julkaistaan tekstiviestipalstalla. Lukijapalautteen vaikutuksia toimittajien työhön ja sen kehittämiseen tulisi korostaa, mikä voisi lisätä palautteen määrää. Tällöin lukijat kokisivat, että palautteella voi vaikuttaa Karjalaisen sisältöihin ja linjauksiin.

Vuorovaikutusta ja keskusteleavuutta tulee kehittää niin toimituksen ulkopuolella kuin sen sisällä. Anu Kantola (1998) näkee ongelmana sen, ettei toimituksen sisäisessä palautteessa useinkaan tule kiitosta sisällöstä, omista näkökulmista, painokkaista mielipiteistä tai perustelluista ajatuksista. (emt., 28.) Tämä piti ainakin osittain paikkaansa myös Karjalaisen toimituksessa. Toimituksen sisäisessä palautteessa keskityttiin kielioppivirheisiin, näyttäviin kuviin ja vääriin painotuksiin. Sen sijaan yksittäisten juttujen sisällöstä, näkökulmista ja mielipiteistä ei juurikaan keskusteltu. Sisäinen palaute ei kannusta keskusteluun, mikä varmasti lisäisi toimittajien työstään toivomaansa palautetta. Lopuksi on aika herättää keskustelua pohtimalla muutamia ideoita, joiden kautta vuorovaikutusta voitaisiin Karjalaisessa ja Pohjois-Karjalan maakunnassa värittää kehittää.

## 7.2. Kehitysideoita

Toimittajien kanssa keskustellessani ja heidän työtään seurattessani minulle nousi muutamia kysymyksiä, joihin haluaisin lähteä yhdessä toimittajien kanssa etsimään vastauksia. Tähän saan hyvän tilaisuuden työskennellessäni jonkin aikaa lehden ajankohtaistoimituksessa. Käyn lopuksi läpi muutamia kehitysideoita, joita esittelin Karjalaisen toimitukselle ja joita olisi tarkoitus myös toteuttaa myöhemmin resurssien niin salliessa.

Tulevaisuudessa Karjalainen tulee olemaan osallisena entistä kovemmassa kilpailussa. Siksi on tärkeää, että toimitus etsii hyvissä ajoin keinoja saada ihmiset kiinnostumaan nimenomaan Karjalaisesta – imemään siitä hyödyllistä tietoa ja myös jakamaan sitä muille. Karjalaisen tulee panostaa sille osa-alueelle, joka on sen vahvuus, eli maakunnan asioista uutisoimiseen. Tätä kautta lukijoita saadaan varmasti innostumaan ja osallistumaan, sillä itselle läheiset ja omia kokemuksia koskettavat aiheet pistävät ihmiset yleensä liikkeelle. Osallistumista ja keskustelua pystytään parhaiten edistämään ottamalla koko Karjalaisen koneisto käyttöön. Tämä tarkoittaa niin toimittajien asenteiden ja työtapojen kuin Karjalaisen eri välineiden kehittämistä kohti vuorovaikutuksellisia käytäntöjä.

Karjalainen on ollut osittain edelläkävijä uusien vuorovaikutusmuotojen käyttöönotossa. Lehti lanseerasi esimerkiksi tekstiviestipalstan ensimmäisten joukossa. Toisaalta Karjalainen tulee osittain muiden perässä. Monilla muilla toimituksilla on jo interaktiivinen verkkolehti, jossa yhdistetään printtilehden aineistoa, kansalaiskeskustelua ja verkossa julkaistavaa materiaalia. Karjalaisella on oma verkkolehti ja keskustelufoorumi, mutta niiden mahdollisuuksia ei hyödynnetä tällä hetkellä tarpeeksi. On toimituksen oman edun mukaista, että keskustelu linkittyy entistä enemmän siihen aineistoon, jota Karjalainen itse tuottaa. Verkkolehden keskustelufoorumin tulisi olla kiinteä osa toimittajien työtä, jota lukijoiden käymä keskustelu omalta osaltaan tukisi. Toimitus saisi hyviä juttuvinkkejä, pystyisi seuraamaan paremmin, mikä ihmisiä kiinnostaa ja saisi palautetta omasta työskentelystään. Vastaavasti Karjalainen antaisi lukijoille mahdollisuuden keskustella heille itselleen tärkeistä aiheista, joista he ovat saaneet tietoa juuri Karjalaisen kautta.

Kaiken pohjalla olisi entistä värikkäämpi keskustelu. Karjalaisen lukijat voisivat aluksi keskustella verkossa aiheesta, josta toimitus on pyytänyt mielipiteitä. Aiheet voivat olla joko lukijoiden itsensä keksimiä tai toimittajien ideoimia. Myös valtakunnalliset aiheet ovat kiinnostavia, joten verkossa tulisi olla samaan aikaan keskustelua niin hallituksen esittämästä budjetista kuin Ilomantsin torin remontista. Pääasia, että aiheet sidotaan Karjalaisen lukijoiden arkeen. Hallituksen esittämästä budjetista voidaan kaivaa esiin niitä osa-alueita, jotka näkyvät nimenomaan omassa maakunnassamme. Ilomantsin torin korjaussuunnitelmat voi puolestaan yhdistää yleiseen keskusteluun keskusta-alueiden toimivuudesta ja niiden parantamisesta.

Kun lukijat ovat aikansa keskustelleet, tekee toimittaja jutun keskustelun pohjalta. Hän voi käyttää niin suoria lainauksia kuin viittauksia keskusteluun. Joskus toimittaja voi myös haastatella omalla nimellä kirjoittanutta, keskusteluun osallistunutta lukijaa. Kansalaiskeskustelun rinnalla toimittaja voi toki hyödyntää jutussa myös viranomaislähteitä. Tällöin viranomaisen tulisi kuitenkin mieluummin vastata kansalaisten esittämiin kysymyksiin tai kommentoida toimittajan referoimaa keskustelua kuin esittää ”virallinen ja lopullinen mielipide”. Jutun julkaisemisen jälkeen kansalaiset voivat jatkaa keskustelua verkossa ja ottaa tarvittaessa kantaa viranomaisen tai muiden lukijoiden esittämiin kommentteihin.

Toisiaan toimittaja voi ensin julkaista normaaliin tapaan jutun, josta löytyy suora linkki verkon keskustelupalstalle. Tällöin lukijat keskustelisivat jonkun lukijan esittämästä aiheesta, mutta toimittajan pohjustuksen perusteella. Juttu voisi kertoa asioista myös viranomaisen näkökulmasta. Kansalaiset ottaisivat verkossa kantaa viranomaisen näkemyksiin ja kertoisivat asiasta omasta näkökulmastaan. Tämän jälkeen toimittaja tekisi uuden jutun, jossa nimenomaan kansalaisten ajatukset tulisivat esiin. Näiden ohjatumpien keskustelujen rinnalla palstalla pitää toki olla tilaa myös vapaalle ja viihteellisemmälle keskustelulle. Sen rinnalla olisi kuitenkin jatkossa enemmän hyödyllistä keskustelua, jonka vaikutukset lehden sisältöön näkyisivät lukijoille selvemmin. Tämä kannustaisi Karjalaisen lukijoita toivottavasti entistä enemmän osallistumaan keskusteluihin.

Kun keskustelu verkossa saadaan toimimaan, sitä voidaan edelleen jatkaa paikallistelevisiossa. Karjalaisen kannattaa hyödyntää tilannetta, jossa sillä on käytössään myös paikallinen, vielä omaa profiiliaan hakeva televisiokanava. Jos paikallistelevisiossa keskustellaan paikallisista asioista paikallisten ihmisten silmin, olisi kiinnostus varmasti suurempaa kuin tällä hetkellä. Tarkoitus olisikin yhdistää kansalaisten verkossa käymiä keskusteluja, toimittajien niiden pohjalta kirjoittamia juttuja sekä kansalaisten ja viranomaisten välillä käytäviä keskusteluja Karjalaisen eri foorumeilla. Näin lukijat saataisiin houkutelua seuraamaan uutisia nimenomaan Karjalaisen kautta. Eri välineet tarjoavat mahdollisuuden käsitellä asioita hieman eri tavoilla ja mahdollisesti myös erilaisia kohderyhmiä ajatellen. Etenkin nuoria ja opiskelijoita tulisi houkutella Karjalaisen pariin. Eräs nuorempi toimittaja kommentoi toukokuussa asiaa:

*”Karjalainen on yksi tekijä, jolla nuoria voidaan houkutella pysymään paikkakunnalla.”* (toimittaja, nainen)

Karjalaisen vaikutus maakunnan julkiseen keskusteluun ja sitä kautta sen ilmapiiriin, kehitykseen ja asukkaisiin on merkittävä. Nuoret ovat niitä ihmisiä, jotka tulevaisuudessa vaikuttavat näihin asioihin. He ovat se ryhmä, johon myös Karjalaisen tulee tarttua. Siksi hyviä juttuaiheita olisivat esimerkiksi opiskelijoiden työllistyminen maakunnassa, opiskelijoiden tekemät tutkimukset ja nuorten aikuisten erilaiset harrastukset sekä mielenkiinnonkohteet. Nuorille tulee osoittaa, että Karjalainen seuraa aikaansa ja on kiinnostunut kehittämään sisältöjään vastaamaan lukijoiden tarpeita.

Tavoitteena on siis hyödyntää monipuolisesti Karjalaisen koneistoa, etenkin verkkolehteä ja sen tarjoamia mahdollisuuksia. Tarkoitus on kehittää maakunnan julkista keskustelua vuorovaikutuksen kautta ja saada lukijat aktiivisemmin osallistumaan siihen taustatyöhön, jota toimittajat tekevät. Tämä vaatii ainakin jonkinasteista asennemuutosta sekä avointa suhtautumista erilaisiin, vaihtoehtoisiin työskentelytapoihin. Päämääränä ei ole kirjoittaa kansalaisnäkökulmasta pelkästään negatiivisista aiheista. Itse haluaisin mielelläni nähdä paljon positiivisia juttuja, koska meillä on omassa maakunnassamme yllin kyllin kaikkea hyvää.

## Aineisto

Uutispäällikkö Jouko Salmelan haastattelu 4.5.2006

Levikkipäällikkö Voitto Kukkonen haastattelu 5.5.2006

Pääkirjoitustoimittaja Helena Tahvanaisen haastattelu 8.5.2006

Verkkotoimittajan sijaisen Antti Hirvosen haastattelu 9.5.2006

Pääkirjoitustoimittaja Tuula Rantosen haastattelu 23.5.2006

Karjalaisen lehdet 1.–29.5.2006.

## Lähteet

Ahva, Laura (2003): *Kohti keskustelevaa journalismia: kansalaisjournalismin kokeilua, kritiikkiä ja arviointia*. Tampere, Tampereen yliopisto.

Allan, Stuart (2004): *News Culture*. (2. painos). Maidenhead, Open University Press.

Connell, Ian (1991): "Tales of Tellyland: the Popular Press and Television in the UK". Teoksessa Dahlgren, Peter & Sparks, Colin (toim.): *Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*. London, Routledge, s. 236–253.

Crigler, Ann N. & Jensen, Klaus Bruhn (1991): "Discourses on Politics: Talking about Public Issues in the United States and Denmark". Teoksessa Dahlgren, Peter & Sparks, Colin (toim.): *Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*. London, Routledge, s. 176–194.

Dahlgren, Peter (1991): "Introduction". Teoksessa Dahlgren, Peter & Sparks, Colin (toim.): *Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*. London, Routledge, s. 27–57.

Dahlgren, Peter (1995): *Television and the Public Sphere. Citizenship, Democracy and the Media*. London, Sage.

Dewey, John (1927/1954): *The Public and its Problems*. Athens, Swallow Press.

Frey, Lawrence R. & Carl, Botan H. & Friedman, Paul G. & Kreps, Gary L. (1992): *Interpreting Communication Research – a Case Study Approach*. Englewood Cliffs New Jersey, Prentice Hall.

Garnham, Nicholas (1992): "The Media and the Public Sphere". Teoksessa Calhoun, Craig (toim.): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, MIT Press, s. 359–376.

Glasser, Theodore L. & Craft, Stephanie (1997): *Kansalaisjournalismi ja demokraattiset ideaalit*. Kääntänyt Kunelius, Risto. Tiedotustutkimus 20(1997): 4, s. 22–36.

Habermas, Jürgen (1989): *The Structural Transformation of the Public Sphere: an Inquiry to a Category of Bourgeois Society*. Cambridge (MA), MIT Press. Alkuperäisjulkaisu *Strukturwandel der Öffentlichkeit* (1962).

Hannay, Alastair (2005): *On the Public*. London, Routledge.

Heikkilä, Heikki & Kunelius, Risto (1997): *Julkisen journalismin äärellä*. Tiedotustutkimus 20(1997): 4, s. 4–21.

Heikkilä, Heikki (2001): *Ohut ja vankka journalismi*. Tampere, Tampereen yliopisto.

Heikkilä, Markku (1998): "Politiikan ja journalismin konsensus". Teoksessa Kantola, Anu & Mörä, Tuomo (toim.): *Journalismia! Journalismia?* Juva, WSOY, s. 67–82.

Heinonen, Ari (1997): *Sanomalehdistö ja Internet – toiveita, huolia, epätietoisuutta*. Tampere, Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos.

Hujanen, Jaana (1998): "Alue- vai lukijälähtöisesti? Näkökulmia maakunnalliseen journalismiin". Teoksessa Perko, Touko & Salokangas, Raimo (toim.): *Kymmenen kysymystä journalismista*. Jyväskylä, Atena Kustannus Oy, s. 79–106.

Hujanen, Jaana (2000): *Journalismin maakunnallisuus: alueellisuuden rakentuminen maakuntalehtien teksteissä ja tekijöiden puheessa*. Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto.

Huovila, Tapani (2005): *Toimittaja – tiedon etsijä ja vaikuttaja*. Helsinki, WSOY.

Jyrkiäinen, Jyrki & Savisaari, Eero (2000): "Sanomalehden nykytila". Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.): *Suomen mediamaisema*. Porvoo, WSOY, s. 62–77.

Jääskeläinen, Aatto (1999): *Painoksia Pohjois-Karjalasta*. Joensuu, Pohjois-Karjalan Kirjapaino Oyj.

Kantola, Anu (1998): "Barrikadeilta brandiksi – mitä journalisti tekee ja mitä journalistilla tehdään?". Teoksessa Kantola, Anu & Mörä, Tuomo (toim.): *Journalismia! Journalismia?* Juva, WSOY, s. 21–40.

Katajamäki, Matilda (2002): *Keskustelualue maakuntalehden journalistisena resurssina*. Jyväskylä, Jyväskylän yliopisto.

Kauhanen, Hannu (2004): *Karjalaisen lehti uudistus otti koville*. Tiedotustutkimus 2004: 1, Journalismikritiikin vuosikirja, s. 102–110.

Keane, John (1991): *The Media and Democracy*. Cambridge, Polity Press.

Kunelius, Risto (1998a): "Modernin myyntitykit". Teoksessa Kivikuru, Ullamaija & Kunelius, Risto (toim.): *Viestinnän jäljillä: näkökulmia uuden ajan ilmiöön*. Helsinki, WSOY, s. 207–230.



Kunelius, Risto (1998b): *Viestinnän vallassa*. Porvoo, WSOY.

Kunelius, Risto (1999): *Journalismi keskustelun tiellä*. Tiedotustutkimus 22(1999): 3, s. 42–59.

Kunelius, Risto & Heikkilä, Heikki (2000): *Julkisuuskoe. Kansalaiskeskustelujen opetuksia koneistolle*. Helsinki, Kunnallisan kehittämissäätiö.

Kuula, Arja (1999): *Toimintatutkimus: kenttätöitä ja muutospyrkimyksiä*. Tampere, Vastapaino.

Lehtonen, Pauliina (2005): *Paikalliset verkkoyhteisöt sosiaalista pääomaa vahvistamassa*. Tiedotustutkimus 28(2005): 3, s. 39–55.

Luostarinen, Heikki (1996): ”Citizen Kane ja infokratia – kriitikot, motiivit ja keinot”. Teoksessa Luostarinen, Heikki & Kivikuru, Ullamaija & Ukkola, Merja (toim.): *Sopulisilppuri – mediakritiikin näkökulmia*. Lahti, Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus, s. 11–40.

Machin, David (2002): *Ethnographic Research for Media Studies*. London, Arnold.

Malmberg, Ilkka (1998): ”Uroot ja naaraat – journalismin kaksi tiedonintressiä”. Teoksessa Teoksessa Kantola, Anu & Mörä, Tuomo (toim.): *Journalismia! Journalismia?* Juva, WSOY, s. 41–53.

McManus, John H. (1994): *Market-driven Journalism. Let the Citizen Beware?* Thousand Oaks, Sage Publications.

Merritt, Davis (1998): *Public Journalism and Public Life. Why Telling the News Is Not Enough*. Mahwah, Erlbaum.

Nieminen, Hannu (1998): ”Viestintä ja demokratia – kohti pluralistista julkisuutta?”. Teoksessa Kivikuru, Ullamaija & Kunelius, Risto (toim.): *Viestinnän jäljillä: näkökulmia uuden ajan ilmiöön*. Helsinki, WSOY, s. 275–300.

Nieminen, Hannu & Nordenstreng, Kaarle (2000): ”Sananvapaus ja viestintäpolitiikka”. Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.): *Suomen mediamaisema*. Porvoo, WSOY, s. 248–264.

Nieminen, Hannu & Pantti, Merja (2004): *Media markkinoilla: Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen*. Helsinki, Loki-kirjat.

Okkonen, Antero (1974): *Toimittajan työ I*. 4. korjattu painos. Hämeenlinna, Karisto.

Orjala, Jaana (1996): *Alueelliset ykköslehdet ”meidän” asialla*. Tiedotustutkimus 19(1996): 2, s. 52–65.

Paloheimo, Heikki & Wiberg, Matti (1996): *Politiikan perusteet*. Helsinki Porvoo, WSOY.

Perko, Touko (1998): ”Media on nykypäivän kirkko ja raamattu?”. Teoksessa Perko, Touko & Salokangas, Raimo (toim.): *Kymmenen kysymystä journalismista*. Jyväskylä, Atena Kustannus Oy, s. 9–38.

Pietilä, Kauko & Sondermann, Klaus (1994): *Sanomalehden yhteiskunta*. Tampere, Vastapaino.

Pietilä, Kauko (2003): *Mediumteoria yhteiskuntatieteen yhteiskuntatieteellisenä metodologiana*. Tiedotustutkimus 26(2003): 4-5, s. 6–17.

Pietilä, Veikko (1997): *Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä: tutkimusalan kehitystä jäljittämässä*. Tampere, Vastapaino.

Pietilä, Veikko (1999): *Julkiso ja yleisö*. Tiedotustutkimus 22(1999): 3, s. 4–13.

Pietilä, Veikko (2001): *Yleisönosasto ja Internet keskusteluareenoina*. Tiedotustutkimus 24(2001): 2, s. 18–33.

Pietilä, Veikko & Ridell, Seija (1998): *Julkea ehdotus*. Tiedotustutkimus 21(1998): 1, s. 95.

Puoskari, Ensio (2003): *Julkisuuskeskustelun jotoksilla. Joukkoviestintä ja demokratian eetos*. Tiedotustutkimus 26(2003): 3, s. 20–40.

Ridell, Seija (1998): *Sanomalehden lukija – tuo kuuliainen kuluttaja*. Tiedotustutkimus 21(1998): 2, s. 92–102.

Salminen, Esko (1998): *Oivaltava toimittaja - toimitustyön uudet mallit ja vaatimukset*. Helsinki, Ajatus.

Sauri, Tuomo & Picard, Robert (2000): ”Mediatalous”. Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.): *Suomen mediamaisema*. Porvoo, WSOY, s. 22–44.

Shoemaker, Pamela J. & Eichholz, Martin & Kim, Eunyi & Wrigley, Brenda (2001): ”Individual and Routine Forces in Gatekeeping”. Teoksessa Shoemaker, Pamela J. (toim.): *Forces in Gatekeeping*. Journalism and Mass Communication Quarterly 78(2001): 2, s. 233–246.

Tommila . Päiviö (2000): ”Sanomalehdistön historia”. Teoksessa Nordenstreng, Kaarle & Wiio, Osmo A. (toim.): *Suomen mediamaisema*. Porvoo, WSOY, s. 45–61.

## **Muut lähteet**

Aarnivala, Pekka (1990): *Sanomalehden yleisönohastoinstituutio julkisuuden muotona*. Tampere, Tiedotusopin laitos. Pro gradu -tutkielma.

Helle, Merja (2004): *Journalistit käytännön mankelissa: tutkimus- ja kehittämishanke uutistoimituksessa*. Tampere, Tiedotusopin laitos. Lisensiaatintyö.

Orell, Jussi (2003): *Mielipiteet tasa-arvoisia? Tutkimus Turun Sanomien yleisönosaston toimituskäytänteistä.* Tampere, Tiedotusopin laitos. Pro gradu -tutkielma.

Puranen, Tuula (1998): *"Mä vaan kirjoitan." Laadullinen tutkimus Aamulehden uutistoimittajien yleisösuhteesta.* Tampere, Tiedotusopin laitos. Pro gradu -tutkielma.

Rajamäki, Tiina (2004): *Asiantuntijan ja ajokoiran ammatissa. Satakunnan Kansan toimittajien ammatti-identiteetti journalistisen kulttuurin muutoksessa.* Tampere, Tiedotusopin laitos. Pro gradu -tutkielma.

Taura, Erja (1992): *Mielipidesivujen erot Aamulehdessä, Helsingin Sanomissa ja Turun Sanomissa.* Tampere, Tampereen yliopisto. Toimittajatutkinnon tutkielma.

Alma Median verkkosivut [www.almamedia.fi](http://www.almamedia.fi) (viitattu 4.5.2007).

Sanomalehti Karjalaisen verkkosivut [www.karjalainen.fi](http://www.karjalainen.fi) (viitattu 2.9.2006).

Pohjois-Karjalan maakuntaliiton verkkosivut [www.pohjois-karjala.fi](http://www.pohjois-karjala.fi) (viitattu 5.12.2006).

# Liite 1

## Toimituspalaverin havainnointikaavake

Miten palautetta käydään läpi?  
- mitä kautta/miksi sitä on tullut?  
- keskustellaanko jatkotoimista?

Mistä keskustellaan?  
Mitkä aiheet ovat tapetilla tänään?

Mistä aiheet ovat peräisin?  
- tuleeko alkuperä/lähde esille?  
- mitä kautta idea on tullut  
toimitukseen?

Mitä aiheita lähdetään edelleen  
kehittämään?  
- perustellaanko valintaa? miten?  
- hylätäänkö joitain ideoita?  
miksi?

Käydäänkö kokouksessa läpi  
yleisönosastoja?  
- jos, niitä mitä asioita?  
- viitataan niihin jotenkin?

Mainitaan lukija palaverissa?  
- missä yhteydessä?  
- mitä hänestä sanotaan?

## Liite 2

### Juttuprosessin havainnointikaavake

Mistä juttuaihe peräisin?  
- miksi aiheeseen tartuttiin

Millä mielellä juttua lähdetään tekemään?

Miten näkökulma valitaan?

Haastateltavien valinta?

Millaisena jutun lukija  
hahmottuu?

Mitä lukijalle halutaan jutun kautta antaa?

Tuleeko jutusta palautetta?  
- millaista  
- miksi

Millaisena palaute koetaan?

Mitä lukijoiden uskotaan saaneen  
irti jutusta?

Jatkokehittelyä?

## Liite 3

### Toimituksen infokoriin jaettu palaute (esimerkkejä)

Keskiviikko 4.5.

Kansalaislähtöisyys

- luokkaretkijutussa olisi voinut kysellä myös vanhempien ajatuksia; hehän ovat yleensä eniten niin rahoittamassa kuin toteuttamassa luokkaretkiä
- jos aikaa olisi ollut tarpeeksi, toimittaja olisi voinut osallistua esimerkiksi vanhempainiltaan, jossa olisi keskusteltu rahoituksesta jne.

Torstai 5.5.

Vuorovaikutus

- myyräjuttu hyvä, koska aiheesta käyty keskustelua yleisöpalstoilla
- Yöjunien matka päättyy - juttu oli suora vastaus verkkopalstalla esitettyyn kommenttiin lehden edellisestä VR-jutusta. Lukija ihmetteli verkossa ”Miksi uutisessa ei sanota suoraan, että yöjunat loppuvat?” Torstain juttu vastasi siis suoraan lukijan kommenttiin - hienoa!

(La-Su) Maanantai 8.5.

Kansalaislähtöisyys

- Jaamankangas kaatopaikkana - juttu lauantaina antoi ajankohtaisia neuvoja lukijoille; tällainen on tietenkin eräänlaista vuorovaikutusta
- voisiko jutun joskus toteuttaa siten, että lukijat keskustelisivat ensin ongelmistaan ja niiden ratkaisusta vaikka netissä
- > keskustelun pohjalta toimittaja kirjoittaisi jutun, jossa vastattaisiin kysymyksiin lukijoiden neuvojen avulla
- maanantain lehdessä ollut juttu ilomantsilaisen kanalan varautumisesta lintuinfluenssaan oli hyvä, koska globaaliaihe sai siinä paikalliset kasvot ja kansalainen pääsi ääneenkin viranomaisia enemmän

Keskiviikko 10.5.

Kansalaislähtöisyys

- allergiajutussa oli paljon haastateltavia, mutta eniten kärsivä, eli allergikko, ei päässyt lainkaan ääneen
- > juttu ei luonteeltaan toisaalta vaadi sitä, mutta ehkä pölyistä kärsivä osaisi parhaiten kuvata nenänsä kutinaa...
- Liperin lukion oppilaskunnan ulosmarssin uutisointi oli todella hieno teko lehdeltä, etenkin näin nuorten teemavuotena
- juttu oli rakennettu nimenomaan oppilaiden näkökulmasta, mikä tuntui entisestä oppilaskunnan puheenjohtajasta mukavalta
- > ehkä tämä antaa vähän vastinetta lehdessäkin käytyyn keskusteluun nuorten nykyisistä vaikutustavoista

- jutussa olisi ollut aineksia myös kansalaisjournalismin toteuttamiseen, jos kiivaana käyneeseen keskusteluun olisi vielä otettu mukaan yksi oppilas

Keskiviikko 17.5.

Kansalaislähtöisyys

- yliopistotutkimuksen tuloksista olisi voinut kysäistä opiskelijoiden mielipiteitä, vaikka juttu toki perustuukin mielipiteisiin  
-> vastaavan ”tutkimuksen” voisi toteuttaa myös itsenäisesti. Opiskelijat ovat ottaneet esimerkiksi tämän kevään aikana kantaa Joensuuhun opiskelukaupunkina, myös Karjalaisen yleisöpalstoilla. Aiheesta syntyisi varmasti keskustelua, jonka nostaminen lehteen herättäisi huomiota opiskelijoiden parissa. Tällöin mielipiteet saisivat kasvot, mikä kiinnostaa monia lukijoita enemmän kuin luvut.

Tiistai 23.5.

Kansalaislähtöisyys

- ministerin vierailu nostettu hitsaus- ja koneistuskeskuksen vihkiäisiä merkittävämmäksi uutiseksi  
-> kumpi uutinen lopulta keskeisempi?  
- STT:n uutista terveydenhuollon kesäisistä supistuksista olisi voinut täydentää paikallista tilannetta kartoittamalla

Keskiviikko 24.5.

Vuorovaikutuksesta

- lukija oli kysellyt digikameroista ja tämän päivän valokuvaamisesta  
-> vinkistä saatiin hyvä juttu  
- muun muassa lähihoitajien pätkätöistä on ollut paljon keskustelua tekstiviestipalstalla  
-> voisiko tästä tehdä jutun, jossa myös pätkätyöläiset voisivat kertoa kokemuksiaan ja näkemyksiään (jos sellaista ei ole äskettäin tehty)?

Kansalaislähtöisyys

- vapaaehtoistyöstä saivat kertoa juuri ne, jotka sen parissa eniten toimivat - vapaaehtoistyöntekijät  
- Joensuun seudulla lapset ja lapsiperheet ovat saaneet hyvin tilaa toukokuun uutisissa  
- diabeteksen ehkäisemisessä kuultiin myös ”tavallisen tallaajan” tarina; hyvä kainalo

Torstai 25.5.

Vuorovaikutuksesta

- lukijat kyselleet rotista ja niiden hävittämisestä; hyvä ja kysymyksiin vastaava juttu  
- Tohmajärven epidemian syyt selvisivät lukijoille, niitä spekulointiin myös yleisöpalstoilla