

TAMPEREEN YLIOPISTO

Sinikka Hermunen

”SOPIVATKO IHANTEET TÄNNE?”

Haastattelututkimus espanjalaisen lehtitoimittajan ammatti-identiteetin rakennusaineista

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma  
Toukokuu 2009

TAMPEREEN YLIOPISTO

Tiedotusopin laitos

HERMUNEN, SINIKKA: ”Sopivatko ihanteet tänne?” Haastattelututkimus espanjalaisen lehtitoimittajan ammatti-identiteetin rakennusaineeksista

Pro gradu -tutkielma, 96 s., 2 liites.  
Tiedotusoppi

Toukokuu 2009

---

Tarkastelen tässä pro gradu -tutkimuksessa espanjalaisen lehtitoimittajan ammatti-identiteettiä. Pyrin hahmottamaan Espanjan mediamaisemaa ja toimittajan työn ulottuvuuksia melko laajasti. Lisäksi tutkin, miten hyvin Hallinin ja Mancinin esittämä Välimeren mediamalli sopii espanjalaisen lehtitoimittajan kuvaamaan todellisuuteen. Espanjalaista lehdistöä on tutkittu Suomessa vähän, ja tutkimukseni toimii eräänlaisena yleiskatsauksena aiheeseen.

Olen haastatellut espanjaksi kahden Barcelonan suurimman sanomalehden La Vanguardian ja El Periódico de Catalunyan toimittajia. Tein yhteensä 12 teemahaastattelua. Haastatteluissa keskusteltiin muun muassa lukijoista, lähteiden hankkimisesta, toimittajien suhteista politiikkaan, objektiivisuudesta, hyvän jutun piirteistä ja Espanjan median tulevaisuudesta. Tutkimustulokset raportoin sisällönanalyysin avulla.

Olen jäsentänyt aineistoni toimittajan työpuheen viiden ulottuvuuden mukaan. Ulottuvuudet olen määritellyt tarkastelemalla, mihin toimittaja joutuu työssään suhtautumaan. Toimittajan työn ulottuvuudet tässä tutkimuksessa siis ovat: yleisö, todellisuus, yhteiskunta, mediaorganisaatio ja kilpailu sekä muutos ja tulevaisuus. Haastateltavien puheessa näkyy huomattavaa ristiriitaisuutta, joka ilmenee jokaisessa ulottuvuudessa. He puhuvat ihanteista, joihin täytyy pyrkiä, mutta kokevat ihanteiden toteutumisen vaikeaksi. Esimerkiksi suhteet politiikkaan ovat haastateltavien mielestä liian läheisiä ja espanjalaiset lukevat liian vähän lehtiä. Silti haastateltavat haluavat suhtautua tulevaisuuteen optimistisesti ja he tiedostavat hyvin tavoitteensa, eli miten journalismia pitäisi tehdä.

Haastateltavien puhe on mielestäni ristiriitaisempaa kuin haastatteluaineiston normaali itsereflektio. Ihanteiden ja todellisuuden välinen kuilu on syvä, ja haastateltavat käsittelevät ongelmia eri tavoin. Tilannetta voi verrata jopa identiteetikriisiin. Ristiriitojen taustalla vaikuttavat muun muassa Espanjan mediahistoria, demokratian nuoruus, journalismin tekemisen totutut tavat, eri viestinten erilaiset käytännöt ja teknologisen kehityksen tuomat haasteet. Hallinin ja Mancinin esittelemä Välimeren mediamalli sopii aineistoni esiinpiirtämään todellisuuteen, mutta haastateltavat tuntuvat pyrkivän monista sen piirteistä eroon.

Tämä pro gradu -tutkimus todistaa, miten journalismista on olemassa monta eri versiota. Esimerkiksi kirjeenvaihtajien on hyvä ymmärtää kunkin kulttuurin journalistisia käytäntöjä. Tämä työ antaa perustietoa, jonka pohjalta olisi mielenkiintoista tutkia tarkemmin jotakin journalistisen ammattikulttuurin piirrettä vertailemalla esimerkiksi suomalaisia ja espanjalaisia toimittajia.

# SISÄLLYSLUETTELO

1. JOHDANTO .....	1
2. JOURNALISTINEN TYÖ.....	4
2.1 TOIMITTAJAN AMMATTI-IDENTITEETTI.....	4
2.1.1 Ammatti-identiteetin tausta .....	4
2.1.2 Ammatti-identiteetin koostumus .....	5
2.2 TYÖPUHEEN ULOTTUVUUDET .....	7
2.2.1 Suhde yleisöön .....	8
2.2.2 Suhde todellisuuteen .....	12
2.2.3 Suhde yhteiskuntaan .....	16
2.2.4 Suhde mediaorganisaatioon ja kilpailuun .....	20
2.2.5 Suhde muutokseen ja tulevaisuuteen .....	23
3. ESPANJA JA JOURNALISMI .....	27
3.1 VÄLIMERELLISET MEDIATUULET .....	27
3.1.1 Mediajärjestelmien vertailun tausta .....	27
3.1.2 Välimeren mediamalli .....	28
3.2 SENSUURISTA TELEVISIOVALTAAN .....	31
3.3 ESPANJALAINEN TOIMITTAJA NYT .....	34
4. TUTKIMUKSEN TOTEUTUS .....	38
4.1 BARCELONAN KILPAKAKSIKKO .....	38
4.2 TYÖKALUNA TEEMAHAASTATELU .....	40
4.3 MATKA HAASTATELUHUONEISIIN .....	42
4.3.1 Haastateltavien hankkiminen .....	42
4.3.2 Lopullinen tusina.....	43
4.4 TEKSTIMASSASTA KOHTI TULKINTAA.....	44
5. ANALYYSI.....	48
5.1 YHTEISÖN ASIOISTA FIKSULLE ELIITTIYLEISÖLLE .....	48
5.2 LÄHDESUHTEIDEN PAINEKATTILA .....	56
5.3 ISOT IHANTEET MUTTA ALHAINEN ARVOSTUS.....	63
5.4 KILPAILIJAN KYTTÄYSTÄ JA RAJATTUA VAPAUTTA .....	69
5.5 TULEVAISUUS TÄYNNÄ HAASTEITA.....	76
6. JOHTOPÄÄTÖKSET .....	83
6.1 ESPANJALAISEN TOIMITTAJAN IDENTITEETTIKRIISI .....	83
6.2 VÄLIMEREN MALLI SOPII MUTTA AHDISTAA .....	87
7. LOPUKSI.....	91
LÄHTEET .....	93
LIITE	

# 1. Johdanto

Soitan ovisummeria kapealla kujalla Barcelonan sydämessä. Jossain talon yläkkinassa verho heilahtaa, mutta kukaan ei avaa ovea. Joku siellä kuitenkin on. Soitan uudestaan. Vielä kerran. Hetken päästä aukeaa kolmannen kerroksen parvekkeen ovi, ja joku nainen huutaa, mitä oikein haluan. Kerron olevani suomalainen toimittaja, mutta esittelyni keskeytyy. Nainen raivoaa, ettei kukaan tahdo puhua toimittajille mitään. Parvekkeen ovi lämätää kiinni ennen kuin ehdin selittää aikomukseni, ja jään hölmistyneenä kadulle. Olisin tahtonut kertoa talonvaltaajien oman tarinan, antaa heille äänen. Olisin kertonut suomalaisille espanjalaisten nuorten asunto-ongelmista. Juttu kyllä syntyi, mutta ilman aitoja ihmiskohtaloita – pelkkien tilastojen ja asuntoasioita käsittelevän juristin avulla.

Asuin Kataloniassa Espanjassa yhteensä puolitoista vuotta vuosina 2006 ja 2007 ja suurimman osan ajasta työskentelin freelance-toimittajana suomalaiselle medialle. Törmäsin moniin ongelmiin, joihin en ollut osannut varautua. Olin esimerkiksi tottunut siihen, että lähteitä kyllä löytyy, kunhan soittaa ja esittää asiansa. Totta kai ihmiset puhuvat medialle heitä koskettavista asioista! Talonvaltaajat olisivat Suomessa korkeintaan halunneet esiintyä nimettömänä, mutta he olisivat ehdottomasti kertoneet oman näkökulmansa. Miksi barcelonalaisten reaktio oli niin kohtuuttoman tyly?

Espanjassa jouduin etsimään haastateltavia lähinnä tuttavapiirin avulla ja tein huomattavan paljon nimettömiä haastatteluja. Virastoissa ja organisaatioissa asiantuntijat vaativat virallisen todistuksen, että todella edustan jotakin lehteä, ennen kuin he suostuivat puhumaan. Lisäksi ihmettelin espanjalaisten reaktioita ammattiani kohtaan. He automaattisesti luulivat toimittajan työskentelevän televisiossa. Suurin osa espanjalaisista tutuistani luki sanomalehtiä ani harvoin, vaikka monet olivat yliopisto-opiskelijoita tai yliopistosta valmistuneita. Eikö ketään kiinnosta maailman meno? Näistä hämmästyksenaiheista syntyi idea tähän pro gradu -työhön.

Halusin selvittää, mistä ihmetykseni johtui. Miksi koin juuri tällaisia ongelmia toimittajana Espanjassa? Pohdin aluksi, että tekisin vertailevaa tutkimusta suomalaisten ja espanjalaisten toimittajien välillä. Vertailu on tutkimustyyppinä kuitenkin työläs. En halunnut keskittyä vain yhteen asiaan vaan saada kokonaiskuvan. Minua kiinnosti puhua espanjalaisten kollegojeni kanssa, jotta voisin ymmärtää heitä. Tahdoin tietää, miten he työnsä kokevat ja mitä ongelmia he kohtaavat.

Lopulta päädyin tutkimaan espanjalaisen lehtitoimittajan ammatti-identiteettiä.

Teoreettisia lähtökohtia työssä on kaksi. Ensiksi käsittelen toimittajan ammatti-identiteetin rakennusaineiksia ja työn ulottuvuuksia yleensä. Toiseksi käytän hyväkseni ja koettelen Hallinin ja Mancinin (2004) muotoilemaa Välimeren mediamallia ja sen pitävyyttä suhteessa espanjalaisen mediamaisen erityispiirteisiin. Haluan selvittää, miten teoria Välimeren mediamallista näkyy todellisuudessa. Tutkimukseni tärkeimmät kysymykset ovat:

1. Millainen on espanjalaisten lehtitoimittajien ammatti-identiteetti ja miten toimittajat itse sen tärkeimmät elementit määrittelevät?
2. Miten haastattelemieni toimittajien kuvaama todellisuus vastaa tai ei vastaa Hallinin ja Mancinin Välimeren mediamallia?

Toimittajan ammatti-identiteettiä on tutkittu paljon ja sen eri puolista on useita teorioita. Samoin erimaalaisia toimittajia on vertailtu monissa tutkimuksissa. Sen sijaan suomalaista tutkimusta espanjalaisesta journalismista on vähän. Mielestäni on mielenkiintoista ja tärkeää ymmärtää, millä logiikalla journalismi muualla toimii. Etenkin jos toimittaja lähtee vieraaseen kulttuuriin kirjeenvaihtajaksi, vapaaksi toimittajaksi tai vaikka vain juttukeikalle, hänen on hyvä tietää paikallisen median toimintatavoista. Myös näkökulman laajentaminen omaa alaa kohtaan on aina paikallaan, ettei erehdy pitämään omaa tapaa tehdä työtään ainoana oikeana. Toisaalta kansainvälisen monimuotoisuuden lisäksi on olemassa paineita, jotka yhdenmukaistavat mediajärjestelmiä. Tämän ilmiön taustojen ja seurausten ymmärtäminen on hyödyllistä jokaiselle maailman journalistille.

Tämä työ etenee siten, että ensin käyn läpi toimittajan ammatti-identiteetin käsitettä ja syvennyn tarkemmin tärkeimmiksi katsomiini työn viiteen ulottuvuuteen. Tämän jälkeen esittelen mediajärjestelmien vertailua ja erityisesti Hallinin ja Mancinin (2004) esittämää Välimeren mallia. Lisäksi valotan espanjalaisen median historiaa ja nykytilaa sekä espanjalaisia toimittajia muutaman tutkimuksen kautta. Oman aineistoni olen kerännyt haastattelemalla toimittajia Barcelonan kahdessa suurimmassa sanomalehdessä *La Vanguardiassa* ja *El Periódico de Catalunyassa*. Nämä lehdet valitsin etenkin niiden tuttuuden takia. Lisäksi ne ovat kilpailijoita mutta historialtaan erilaisia. Luvussa neljä kerron tutkimusmetodeistani ja tutkimuksen toteutuksesta tarkemmin. Viides luku raportoi tutkimuksen tulokset. Se jakautuu viiteen osioon, jotka vastaavat teoriaosuudessa esitettyä jäsenystä. Viimeisessä luvussa vastaan tutkimuskysymyksiin ja arvioin lopputulosta.

Tutkin nimenomaan espanjalaista lehdistöä ja lehtitoimittajia. Pyrin hahmottamaan espanjalaisen toimittajan ammatti-identiteettiä, työnteon puitteita ja Espanjan mediamaisemaa melko laajasti. Toisen kulttuurin sisään voin mielestäni kurkistaa ikään kuin antropologi, ihmetellä eroja omaan kulttuuriin. Sen sijaan omaan työhön voisi olla vaikea ottaa tarvittavaa etäisyyttä, jotta itsestäänselvydet tulisivat esiin. Espanjalaiset toimittajat eivät tietenkään ole mikään vieras heimo viidakon keskellä, mutta uskon, että antropologisesta näkökulmasta on hyötyä. Tällöin arvottaminen ei ole tärkeää, vaan sijaa saa aito uteliaisuus ymmärtää, miten tämä kulttuuri toimii ja miksi se toimii juuri niin.

## 2. Journalistinen työ

Toimittajan työhön kohdistuu monenmoisia odotuksia, ja työ voi olla taiteilua erilaisten tehtävien ja vaatimusten kanssa. Näin ollen ammatti-identiteetin käsite on hankala avattava – siihen tuntuu liittyvän niin monia puolia. Itse toimittajana olen kohdannut ainakin vaatimukset, että on vahdittava vallanpitäjiä, kritisoitava, tuettava, ymmärrettävä, oltava puolueeton ja reilu, palveltava yleisöä, tutkittava kaikki tarkkaan ja niin edelleen. Tässä luvussa hahmottelen ensin toimittajan ammatti-identiteetin eri puolia, niiden suhteita toisiinsa ja merkitystä. Toiseksi jäsennän journalistisen työn eri ulottuvuuksia: mistä toimittaja puhuu, kun hän puhuu työstään.

### 2.1 Toimittajan ammatti-identiteetti

#### 2.1.1 Ammatti-identiteetin tausta

Ihmisen identiteetti määritellään yleensä yksilön kokemukseksi omasta itsestään muista erottuvana kokonaisuutena. En kuitenkaan tässä työssä käsittele psykologista identiteettiä vaan ammatti-identiteettiä, jota voisi kärjistäen kuvata yksilön ammattia koskevaksi erityisyydeksi. Identiteetit ovat epäselviä ja epävakaita, niitä määrittelee erilaisten diskurssien subjekti-positioiden moninaisuus, joka tarjoaa yksilölle monenlaisia samastumiskohtia ilman yksilöllisyyden ja itsenäisen toimijuuden katoamista (Laclau & Mouffe 1985, ks. Carpentier 2005, 199–200). Toimittajan ammatti-identiteetin muotoutuminen alkoi, kun raportointi tuli osaksi työnkuvaa 1800-luvun lopulla, eli toimittaja ei vain välittänyt viestiä vaan ryhtyi esimerkiksi haastattelemaan. Toimitustyön rutiinit, rituaalit ja etenkin eettiset säännöt lujittivat ammatti-identiteettiä. Toimittaja on siis kommunikaation hallitsija ja tapahtumien neutraali sivustaseuraaja mutta yleisön palveluksessa. Tavoitteena oli vakiinnuttaa toimittajan asema yhtä vahvaksi kuin perinteisten professioiden, kuten lääkärin ja lakimiehen, ammatillinen asema. (Heinonen 1999, 19–20.)

Journalismia voidaan tutkia mahdollisimman monelta kannalta: sen sosiologiaa ja ihmisiä, kielellisiä rakenteita, historiaa, poliittista roolia yhteiskunnassa, kulttuurisia merkityksiä ja niin edelleen. De Bruin (2000, 222) uskoo, että journalistin ammatillista identiteettiä on mahdoton yleistää tietynlaiseksi, koska toimittajalle on tarjolla niin monenlaisia suuntia, joten lähinnä voidaan puhua ammatti-identiteetin idean olemassaolosta. Eri tieteenalojen suojista journalismia tiirailevat tutkijat helposti menettävät kokonaiskuvan keskittyessään vain yhteen kohteensa puolista. Journalismin

vaikeutta tutkimuskohteena pohtii myös Zelizer (2004). Hän erittelee, että journalismia voidaan tutkia ainakin tekstinä, ihmisinä, käytäntöjen joukkona tai instituutiona, joka käyttää valtaa ihmisten mielipiteisiin nähden, hallinnoi tiedonjakelua sekä yhteisön symbolista pääomaa. Journalismi on kokonaisuus, johon kuuluu keskenään täysin ristiriidassa olevia osia. (Zelizer 2004, 32–43.)

Mielestäni Deuzen (2005) pohdinta journalismista professiona kertoo paljon alan määrittelyn vaikeudesta. Hänen mukaansa journalismi ammatillisessa mielessä voidaan kuvata ideologiaksi – ei esimerkiksi professioksi, alaksi tai sosiaaliseksi systeemiksi. Ideologia on uskomusten, merkitysten ja ideoiden joukko. Journalistit jakavat samoja piirteitä ja vetoavat työssään samoihin arvoihin, mutta käyttävät niitä eri tavoin antamaan työlleen merkitystä. Vaikka olisikin olemassa universaali journalistin ideologia, joka pohjautuu tiettyihin arvoihin, käytännössä se toteutuu monella tavalla. Toimittaja diskurssien avulla rakentaa ammattinsa ihanteellisia arvoja ja näin ammatillinen identiteetti legitimoii toimittajan paikan yhteisössään. (Deuze 2005, 444–446.) Toimittajia maailmanlaajuisesti vertaillut Weaver (1998) toteaa hänkin, että missään maassa ei vallitse ammatillisuuden monopoli, vaan kuva on varsin moninainen. Journalistit ovat esimerkiksi hyvin eri mieltä eri tiedonhankintamenetelmien, kuten haastatteluista maksaminen tai lähteiden ahdistelu, käyttämisen eettisyydestä sekä objektiivisuuden tai vallan vahtikoira -roolin tärkeydestä. Ainoastaan uutisten nopea toimittaminen yleisölle on useimpien erimaalaisten toimittajien mielestä tavoiteltavaa. Weaver nostaa esiin, että erot johtuvat enemmän yhteiskunnallisista kuin kulttuurisista tekijöistä, eli kulttuurisesti samankaltaisissa naapurimaissa voidaan tehdä erilaista journalismia, jos maiden poliittiset järjestelmät poikkeavat toisistaan. Journalismia on siis montaa lajia, ja jokaisessa systeemissä on omat vivahteensa. (Weaver 1998, 455–480.) Myös De Burgh (2005, 7–8) muistuttaa, että uutiskriteerit, uutisen tekeminen – mitä yleisölle halutaan kertoa – riippuu yhteisön kulttuurista.

### **2.1.2 Ammatti-identiteetin koostumus**

On olennaista tunnistaa toimittajan ammatti-identiteetin häilyvyys ja muuttuvuus, mutta minun pyrkimykseni on nimenomaan tavoittaa journalistin ideologia “tässä ja nyt”, päästä käsiksi identiteettiä määrittäviin ja käytössä oleviin diskursseihin. Millaisiin olennaisiin viipaleisiin toimittajan ammatti-identiteetti voitaisiin tutkimusta varten leikata? Toimittajan ammatti-identiteettiin kuuluu oletettavasti joukko aineksia, joiden tarjoamasta diskurssien kentästä ammatti-identiteetti – tai journalistin ideologia – muodostuu. Carpentier (2005, 201) nostaa esiin neljä perinteistä journalistisen ammatti-identiteetin elementtiä, joiden avulla hän analysoi toimittajan ammatti-identiteettiä eri mediajärjestelmissä: kytkös mediaorganisaatioon, hallinta, autonomisuus ja



objektiivisuus. Deuze (2007) puolestaan erittelee alan kirjallisuuteen perustuen journalismin ideaalisiksi tyypillisiksi arvoiksi julkisen palvelun, objektiivisuuden, itsenäisyyden, välittömyyden ja eettisyyden. Deuze huomauttaa, että arvot saattavat joskus olla ristiriidassa, mutta toimittajalle tämä ei ole ongelma, vaan hän luovii erilaisten syytösten tai arvokeskustelujen lomassa suojellen statustaan. (Emt., 163–164.)

Carpentier (2005) ja Deuze (2005, 2007) ovat hahmotelleet median professionalismia ja siinä oleellisia aspekteja, mutta lisäksi erittelyni apuvälineeksi Hanitzschin (2007) artikkelin “Deconstructing Journalism Culture: Towards a universal theory”, johon tämän luvun loppuosa perustuu. Hanitzsch on varsin selkeästi ja kattavasti hahmotellut journalistisen kulttuurin ulottuvuuksia. Hän pyrkii luomaan teoreettisen viitekehyksen, jonka avulla voidaan tehdä järkevää vertailevaa tutkimusta toimittajan ammatillisen kulttuurin saralla. Hänen pyrkimyksensä on artikkelissaan “dekonstruoida journalistisen kulttuurin käsite”. Tämä on osa isompaa luokittelevaa kulttuurienvälistä journalismin tutkimusta. Hanitzsch myöntää, että kaikkia yksilöllisiä journalististen kulttuurien puolia on mahdoton huomioida, joten hän yrittää identifioida sen tärkeimmät ulottuvuudet, joissa myös on eniten kulttuurien välistä nivoutumista.

Ensinnäkin Hanitzsch jakaa journalistisen kulttuurin kolmeen pääainekseen: institutionaaliset roolit, epistemologiat eli tietoteoreettiset kysymykset ja eettiset ideologiat. Edelleen Hanitzsch erittelee institutionaalisten roolien ulottuvuuden kolmeen osaan, jotka ovat sekaantuminen, etäisyys valtaan ja markkinoihin suuntautuminen. Lisäksi epistemologioiden osuus jakaantuu objektiivisuuden ja empiirisyyden lohkoihin.<sup>1</sup> Viimeiseen, eli eettiset ideologiat -osioon, sisältyvät puolet relativismi ja idealismi. Koska olen rajannut eettiset ongelmat tutkimukseni ulkopuolelle, en eritele viimeistä osiota tarkemmin.

Jokainen ulottuvuus jakautuu Hanitzschin mallissa kahteen ääripäähän, esimerkiksi etäisyys valtaan kulkee valtaa vastustavan ja siihen lojaalisti suhtautuvan välillä. On kuitenkin muistettava, että yleensä journalisti asettuu johonkin kahden navan välimaastoon, eikä jyrkkiä joko–tai-asetelmia ole tarpeellista luoda. Hanitzschin mallin avulla toimittajan työtä on hiukan helpompi eritellä osioihin. Se on lähtökohtani ja tausta-ajatukseni tässä tutkimuksessa, mutta kaipaa ympärilleen hiukan enemmän pureskeltavaa, jotta saan aineistostani mahdollisimman paljon irti. Palaan Hanitzschin mallin ulottuvuuksiin vielä myöhemmin tässä työssä.

---

1 Ks. Taulukko 1.

**Taulukko 1.** Journalistisen kulttuurin ulottuvuudet Hanitzschin (2007, 3) mukaan.

Institutionaaliset roolit			Epistemologiat		Eettiset ideologiat	
Sekaantuminen	Etäisyys valtaan	Suuntautuminen markkinoihin	Objektiivisuus	Empiiriisyys	Relativismi	Idealismi
Osallistuva vs. passiivinen	Vastustava vs. lojaali	Kansalaisuus vs. kuluttajuus	Vastaavuus vs. subjektiivisuus	Empiirinen vs. analyyttinen		

## 2.2 Työpuheen ulottuvuudet

Kaipaani siis Hanitzschin mallia käytännönläheisemmän näkökulman, jonka avulla käsitellä toimittajan työtä. Olen hahmottanut aihetta maalaisjärjellä. Kun kuka tahansa puhuu työstään, hän yleensä kertoo mahdollisesta työnantajastaan, asiakkaistaan, työnsä tuloksista, ammattiyhteisöstään ja sen arvoista, kilpailijoistaan, rutiineistaan ja ehkä myös ammattinsa tulevaisuudesta. Tuchmanin (2002, 79–80) kuvio mediantutkimuksen lähtökohdista esittää, mikä kaikki vaikuttaa jollakin tavalla mediaorganisaatioon: painostusryhmät, lähteet, omistajat, sijoittajat, toiset mediaorganisaatiot, yleisöt, muut sosiaaliset instituutit, mainostajat ja työtä rajoittavat toimijat, eli yleensä lainsäätäjät.

Tarkastelen seuraavaksi toimittajan työn eri ulottuvuuksia lähemmin, käyttäen hyväksi sekä aiemmin esittelemiäni teorioita että muuta alan kirjallisuutta. Tavoitteena on saada selville, mistä toimittajan ammatissa toimiva henkilö puhuu, kun hän puhuu työstään. Mihin toimittaja joutuu työssään suhtautumaan? Mitkä ovat hänen identiteettipuheensa keskeisimmät rakennusaineokset? Miten näitä ulottuvuuksia on tutkimuksessa käsitelty? Pyrkimykseni on käydä läpi suurimpia linjoja ja omia kiinnostuksenkohteitani ajatellen nimenomaan espanjalaista toimittajaa. Olen siis jakanut toimittajan työn tätä tutkimusta varten viiteen ulottuvuuteen: suhde yleisöön, suhde todellisuuteen, suhde yhteiskuntaan, suhde mediaorganisaatioon ja kilpailijoihin sekä suhde muutokseen ja tulevaisuuteen. Erittelen myöhemmin, mitä nämä tarkemmin pitävät sisällään.

Kaikkia ulottuvuuksia en ruodi yhtä laajasti, vaan keskityn niihin asioihin, jotka haastatteluaineistossanikin nousevat merkittävimmiksi. Tunnustan, että ulottuvuuksien väliset rajat ovat häilyviä ja usein osiot liittyvät toisiinsa. Esimerkiksi yleisö voi toimia myös lähteenä. Etenkin todellisuus- ja yhteiskunta-osioiden väliin oli vaikea vetää eroa. Halusin kuitenkin käsitellä

lähdesuhteen ja siihen liittyvän objektiivisuuden omassa luvussaan erillään median roolista yhteiskunnassa ja hyvän jutun piirteistä.

Tiedostan, että tapani tarkastella journalismia on suomalainen ja näin ollen monet lähteistäkin ovat suomalaisia. Tutkimukset suomalaisista toimittajista toimivat esimerkkeinä ja taustana. Katson, että tämä ei ole ongelma, sillä alun perin tutkimusideanikin lähti kokemistani eroista suomalaisen ja espanjalaisen journalismin välillä – miltä tuntuu työskennellä suomalaisilla säännöillä espanjalaisella pelikentällä. Toisaalta uskon, että journalismin voi viipaloida yleisellä tasolla, eihän vertailevaa tutkimustakaan voisi muuten tehdä. En väitä, että tämä katsaus olisi kaikenkattava kuvaus, mutta mielestäni se on tätä tutkimusta varten riittävän laaja. Monet erittelemäni teemat toimivat hyödyllisenä taustatietona ennen analyysiä.

### **2.2.1 Suhde yleisöön**

Aloitan siitä, mitä ilman toimittajan ammattia ei olisi olemassa, eli yleisöstä. Yleisesti tiedetään, että lehti toimii kaksilla markkinoilla, eli hankkii tulonsa sekä yleisöltä että mainostajilta. Toimittajan näkökulmasta hänen asiakkaansa on kuitenkin yleisö, sillä mainostajien hankkimisesta huolehtii yleensä joku muu. Yleisösuhte voi olla läheinen tai etäinen, ja etäisyyttä usein ylläpitää toimittajan perinteinen rooli tiedonvälittäjänä, joka tietää yleisöä paremmin, mikä sitä ”täytyy” kiinnostaa. Toisaalta tiedotusvälineiden tulisi luoda julkinen tila, jossa ihmiset voivat käyttää sananvapauttaan. Toimittaja huolehtii, että sananvapautta käytetään oikein. Yhteisöllisyys on median käytön tärkeimpiä taustatekijöitä ja tiedonvälitys joko vahvistaa tai murtaa yhteisöjä (Olkinuora 2006, 20). Toimittajan suhde yleisöön vaikuttaa varsin monimutkaiselta riippuvuuksien ja vuorovaikutuksen sopalta, toisaalta–toisaalta-asetelmalta.

Journalistit jakavat käsityksen, jonka mukaan he tekevät työtään yleisölle. Ihmiset ”äänestävät lompakollaan” heidän palveluitaan, eli ostavat lehden tai vierailevat uutissivulla. (Deuze 2005, 447–448.) Myös omien koodistojensa mukaan toimittajat ovat ennen kaikkea vastuussa yleisölle. Toiseksi heillä on myös vastuu suhteessa lähteisiin ja niihin, joista jutut kertovat. Journalismin tehtävä on näin ollen välittää yleisölle eri alojen ammattilaisten tuottamaa ”oikeaa tietoa todellisuudesta”. (Kunelius 1998, 214–215.) Yksi tapa mitata, miten journalistit näkevät tehtävänsä yhteisössä, on kysyä, miten tärkeinä he pitävät tiettyjä roolejaan. Tällöin useissa maissa tärkeimmiksi nousevat uutisten selittäminen ja niiden nopea julkaisu – molemmat kertovat yleisöpalvelun tärkeydestä. Monissa tutkimuksissa on toisaalta nähtävissä, että toimittajien

tulkitseva rooli on yhä merkittävämpi. (Deuze 2007, 168.) Täytyykö monimutkaista maailmaa nykyään yhä enemmän tulkita lukijalle?

Vastuu yleisön palvelijana siis myönnetään, mutta toimittaja haluaa olla itsenäinen tiedonvälittäjä, joka osaa ajatella. Heinosen (1996) mukaan suomalaistoimittajat korostavat itsenäisyyttään suureen yleisöön nähden. He ovat valistajia eivätkä heijastele suoraan yleistä mielipidettä. Tehtävänä ei ole passiivisesti välittää kansalaisilta tulevia viestejä vaan nimenomaan selittää monimutkaista maailmaa yleisölle, tuoda keskusteluun uusia ajatuksia ja ideoita. (Emt., 233–234.) Purasen (2000) toimittajan yleisösuhde -tutkimukseen haastattelemissa toimittajista moni totesi, että lukija on lehdenteen itsestään selvä lähtökohta ja lukijapalaute tervetullutta. Haastateltavat vertasivat lehteä tavarataloon, josta lukija valitsee tarvitsemansa, eivätkä he nähneet journalismia julkisen keskustelun tilana (emt., 29). Journalismin kaupallistuminen – uutiset tuotteina ja yleisö kuluttajina – on puhuttanut journalismintutkijoita jo pitkään. Pietilän (2008) mielestä kansalaisyhteiskunta on lopullisesti hajonnut ja sen tilalla on kulutusyhteiskunta, mikä murentaa journalismin professionaalisuutta. Hän näkee, että on katastrofi, jos journalismi on vain asiakkaille suunnattua palvelua eikä sillä ole yleistä kokonaisuutta muodostavaa tehtävää. (Emt., 176–178.) Toisaalta Purasen (2000, 68–69) haastateltavat ilmaisivat huoltaan siitä, miten syrjäytyneiden asioita saataisiin paremmin kuuluviin. Vaikka tärkeintä on palvella asiakasta, eli lehden tilaajaa, mahdollisimman monipuolisesti, vastuu ”koko kansan” huomioimisesta nostaa sinnikkäästi päätään toimittajien pohtiessa yleisösuhdettaan.

Hanitzschilla (2007) institutionaalisten roolien kolmas ulottuvuus, eli markkina-orientoituminen, liittyy tähän teemaan: onko journalismi suuntautunut markkinoiden vai yleisön tarpeisiin? Jälkimmäisessä tapauksessa huoli on yleensä yleisön kansalaisuudessa, että ihmisillä on tarvittava tieto ja näin ollen mahdollisuus myös poliittiseen osallistumiseen. Varsinkin idän kulttuureissa johtajan kunnioittaminen on tärkeää, eikä kansalaisia pidä siksi edes rohkaista häiritsemään balanssia. Jos markkinoihin suuntautuminen on voimakasta, journalismi painottaa yleisön roolia asiakkaina ja kuluttajina. Kerrotaan siitä, mitä kansa haluaa tietää eikä siitä, mitä sen tulisi tietää. Yksilölliset tarpeet ovat yhteisöllisyyttä merkittävämmällä sijalla. Esiin nousee idea infotainmentista, eli tiedon ja viihteen yhteensulautumisesta. (Hanitzsch 2007, 5–6.)

Sananvapaus on yksi demokratian tunnusmerkeistä. Tavallinen kansalainen ei voi perustaa omaa tiedotusvälinettä, joten hän on riippuvainen siitä, miten journalistit suhtautuvat hänen pyrkimyksiinsä päästä mediaan (Heinonen 1996, 226). Yhdysvalloissa alun perin kehittynyt

kansalaisjournalismi on ollut yksi tapa saada ihmiset paremmin osallistumaan. Kansalaisjournalismin tarkoitus oli muuttaa journalismia niin, että se olisi demokratian kiihdyttäjä eikä pelkkä kirjuri (ks. esim. Rosen 1999, 4). Kansalaisjournalismi pyrki tekemään julkisen keskustelun monipuolisemmaksi, vahvistamaan yhteisöllisyyttä ja tuomaan tavallisen ihmisen esille mediassa. Perinteinen etäinen toimittajan valistaja-rooli soti tämän kanssa. Myös Purasen (2000) tutkimuksen perusteella lukijaan lähteenä suhtaudutaan epäluuloisemmin kuin viranomaisiin ja ammattilaisiin, ja suhde tavalliseen ihmiseen on ylipäättään ristiriitainen. Hän on kyllä tärkeä mutta lähteenä vaikea ja aikaavievä. (Emt., 43.)

Teknologian kehitys viestinnässä on tuonut toimittajan yleisösuhteeseen uusia kysymyksiä. Teknologia on mahdollistanut sen, että yleisö voi nykyään tehdä oman mediansa, tai vähintään valita juuri itselleen sopivan osan. Massamediaa voi seurata passiivisesti, mutta nykyään vaaditaan aktiivista toimimista ja etsimistä, henkilökohtaisia valintoja siitä, millaista sisältöä, milloin ja miten haluaa vastaanottaa (Olkinuora 2006, 18). Uutista ei omista kukaan. Jos yleisö katoaa ja tekee oman mediansa, vaikkakin editoiden ja leikellen ammattijournalistien tuotoksia, journalistin ammatti-identiteetti väkisin horjuu (Deuze 2007, 156). Verkkojulkisuus mahdollistaa sanoman esiintuomisen ohi toimittajan, jolloin toimittajan rooli tiedonvälittäjänä kutistuu. Toisaalta tietotulva on niin suuri, että sen suodattajia tarvitaan. Täsmäjournalismin myötä yleisjulkisuus hiipuu. Toimittajien on vakuutettava yleisö, että heidän tuomastaan lisäarvosta kannattaa maksaa. (Heinonen 1996, 239–241.) Onko sanomalehti enemmän kuin osiensa summa? Menettääkö lehti jotain, jos se pilkotaan lukijoiden tarpeisiin? (Olkinuora 2006, 46.)

Teknologian tuoma haaste on yksi Kuneliuksen (1998) hahmotteleman journalismin kriisin aiheuttajista. Kansalaiset eivät enää koe journalistien olevan ”yhteisellä asialla”, yhteinen julkisuus heikkenee, erilaiset yhteiskunnalliset ryhmät ja identiteetit eivät käänny yhteiselle kielelle. Toimittaja joutuu ratkaisemaan, miten puhua maailmasta niin, että mahdollisimman moni ymmärtää ja samalla kehittää omaa oikeuttaan arvioida tämän yhteisen maailman menoa. (emt., 224–226.) Suurkaupungit, nimenomaan niihin liittyvä monikulttuurisuus, liikkuvuus ja turvattomuus, ovat muuttaneet median kulutusta suosien ilmaisjakelulehtiä (Olkinuora 2006, 22). Median rooli yhteisöllisyyden luojana ja ylläpitäjänä näyttää siis olevan kriisissä etenkin siellä, missä maahanmuuttajat ja monikulttuurisuus ovat arkipäivää. Esimerkiksi Espanjassa ulkomaalaisia on arviolta 11 prosenttia väestöstä.<sup>2</sup> De Burgh (2005) huomauttaa, että maahanmuuttaja voi helposti

---

<sup>2</sup> Tarkistettu Espanjan tilastokeskuksen sivulta, [www.ine.es](http://www.ine.es), 13. maaliskuuta 2009.

seurata kotimaansa uutissivuja netin kautta ja ylläpitää näin entistä identiteettiä. Jos yhteistä jaettua identiteettiä ei yritetä luoda esimerkiksi median avulla, ryhmien väliset kuilut voivat kasvaa entisestään. (Emt., 6.)

Yleisöä myös tutkitaan nykyään paljon: mitä se haluaa. Jos sanomalehti on tuote, sen kuluttajien tarpeisiin täytyy vastata mahdollisimman hyvin. The World Association of Newspapers -järjestön vuonna 2006 tekemän tutkimuksen mukaan toimitukset tutkivat kansalaisten mediankäyttöä ja keskittyvät yhä enemmän paitsi tarjontansa yksilöimiseen, myös yhä läheisempään yhteistyöhön yleisön kanssa (Deuze 2007, 157). Viime vuosina Suomessa on puhuttu paljon Risc-analyysistä, joka oli alun perin markkinoinnin ja mainonnan työkalu. Riscissä lukijat asettuvat nelikenttään, jossa pystyakselilla on muutos-pysyvyys ja vaaka-akselilla vastuu-nautinto ja niiden avulla neljäksi ryhmäksi muodostuvat näkemys, ilmiöt, perinne ja nautinto (ks. esim. Hujanen 2004, 40). Yleisötutkimuksen taustalla on ajatus, että journalistisia ihanteita, juttuaiheita ja uutiskriteereitä on haettava yleisön mediankäytöstä, asenteista ja arvoista eikä alan perinteistä. Yleisötutkimus toisin sanoen vähentää toimittajien valtaa päättää juttujensa ratkaisuksista, kuten aiheesta, näkökulmasta, käsittelytavasta tai kielestä. (Hujanen 2006, 34–35.)

Media on demokratiassa välttämätön, jotta muodostuisi yleinen ”kansan” mielipide, jota vallankäyttäjät joutuvat seuraamaan. Suhonen (1998) selvittää, että teoriat yleisestä mielipiteestä jakautuvat kahtia: yksilömielipiteiden summa vai jotain enemmän; yhteisön kollektiivinen ominaisuus vai tuote? Näkemykset yleisestä mielipiteestä eroavat sen mukaan, nähdäänkö se rationaalisen keskustelun tuloksena vai yhteisön parhaiden voimien kantana. Keskustelevatko julkisuudessa vain valistunut eliitti vai koko kansa? (Emt., 175–177.) Koska median ainakin pitäisi olla julkinen areena, missä mielipiteitä muodostetaan, sillä on luonnollisesti valtaa mielipiteiden muokkaajana sekä yleisen agendan luojana – mistä ylipäätään puhutaan. Medialla on valta muokata kansalaisten mielipiteitä myös aiheista, joista heillä ei ole oikeastaan hajuakaan (Tuchman 1978, 2). Olkinuoran (2006, 55) mukaan media muokkaakin mielipiteitä sitä enemmän, mitä kaukaisemmasta ja tuntemattomammasta asiasta on kysymys. Esimerkiksi suomalaistoimittajat kuitenkin painottavat alanvalinnan motiiveina itseilmaisua, työn vapautta ja vaihtelevuutta kuin yhteiskunnallisten asioiden esiintuontia ja toisiin ihmisiin vaikuttamista (Heinonen 1996, 233–234).

Toimittajan suhde yleisöön sisältää siis vastuuta, itsenäisyyttä, puhetta sananvapaudesta, yleisestä mielipiteestä ja demokratiasta. Toimittajalla on yleisöön riippuvuus-suhde, ja muun muassa Purasen (2000, 68) mielestä ”toistaiseksi riippuvuus tulee selvimmin esille palautekäytännössä”.

Palautteeseen suhtautuminen on mielestäni yksi yleisösuhteen mittareista, samoin kuin kysymys, miten yleisöön ylipäättään suhtaudutaan, pitääkö sitä hankkia lisää ja jos, niin miten.

## 2.2.2 Suhde todellisuuteen

Media tarvitsee paitsi yleisön, myös tiedon, jota tuolle yleisölle välittää. Käsitän tässä tutkimuksessa toimittajan työn raakamateriaaliksi todellisuuden. Todellisuudesta, eli meitä kaikkia ympäröivästä maailmasta, toimittaja hankkii aiheet ja muotoilee ne jutuiksi, eli tuotteiksi yleisön kulutettaviksi. Keskityn etenkin toimittajan lähdesuhteisiin sekä objektiivisuuden raakamateriaalin käyttöä kuvaavana käsitteenä. Tässä työssä pohdin varsinkin toimittajien ja poliitikkojen, jotka ovat demokratiassa erittäin merkittäviä lähteitä, välistä suhdetta. Lisäksi jos lehdellä on poliittinen tausta tai painotus, voisi olettaa, että politiikasta kirjoitetaan eri tavalla kuin puolueettomassa mediassa.

Toimittajat ovat vakiinnuttaneet asemansa nimenomaan tiedonvälittäjinä, eli heidän täytyy saada vapaasti tietoa, jota voidaan edelleen vapaasti välittää yleisölle. Kuten edellisessä luvussa tuli esiin, toimittaja suhtautuu epäilevästi tavalliseen kansaan lähteenä. Toimittajan arki ajattelussa lähteet ovat tavallisimmin erilaisia asiantuntijoita. Kuneliuksen (1998, 218) mukaan journalismi ”edustaa” enemmän lähteitä kuin yleisöään. Tämä johtuu siitä, että ammattiin kuuluva myytti päälle painavasta deadlinesta johtaa jatkuvaan kiireeseen, työn suunnittelun mahdottomuuteen ja vaatimukseen tehdä tärkeitä ratkaisuja nopeasti. Yhä suurempi ongelma on toimituksiin saapuvan aineiston kasvava määrä suhteessa mahdollisuuksiin käsitellä ja julkaista sitä. Lähteiden professionalistuminen merkitsee lähteiden eriarvostumista, eli esimerkiksi kansalaisen kotikutoinen viesti ei pääse läpi. (Heinonen 1996, 228–229.) Rutiinilähteet helpottavat toimittajan arkista liukuhihna-työtä – nopeasti ja tehokkaasti, tosiasiallisuudesta tinkimättä (Kunelius 1998, 218).

Journalistin itse todistama tapahtuma ei ole riittävä fakta, vaan faktoille tarvitaan todistajia, eli lähteitä (Tuchman 1978, 82–83). Journalisti ymmärtää, ettei hän voi tehdä uutista siitä, miten itse näki vaikkapa bussikuskin ajavan humalassa. Muuten juttu on vain subjektiivinen kommentti. Toimittaja tarvitsee jonkun todistamaan humalatilän ja mielellään vielä useamman lähteen. Miten relevantit lähteet siis valitaan? Tuchmanin (1978) mukaan toimittajat tekevät lähteistä kolme yleistystä. Ensinnäkin, kun ihmiset ovat lähteitä, heillä on yleensä niin sanotusti oma lehmä ojassa, joten yksilön täytyy todistaa luotettavuutensa lähteenä. Toiseksi jotkut ihmiset, kuten organisaatioiden johtajat, tietävät asemansa vuoksi enemmän ja ovat Tuchmanin mukaan siksi

luotettavampia lähteitä. Hän sanoo, että koska faktat todistavat toinen toisiaan, ne henkilöt, joilla on enemmän faktoja saatavilla, ovat parhaita lähteitä – vaikka oma lehmä olisikin ojassa. Kolmanneksi instituutiot ja organisaatiot pyrkivät suojelemaan sekä itseään että heihin yhteyttä ottavia ihmisiä, joten toimittajan on arvioitava sanoman tai ”ei kommenttia” -vastauksen merkitys suhteessa tietoonsa kyseessä olevan instituution menetelmistä. Jos toimittaja tuntee asemansa vakiinnuttaneen organisaation toimintatavat, hän voi olettaa sen toimivan rehellisesti. Näiden yleistysten avulla toimittaja intuitiivisesti ymmärtää, milloin jossakin asiassa on järkeä ja milloin ei. (Tuchman 1978, 93.) Esimerkkitapauksessa toimittaja voi näin ollen läsnäolijoiden havaintojen lisäksi saada vaikkapa poliisilta vahvistuksen, että bussikuskin verestä löytyi alkoholia. Koska poliisi instituutiona toimii kansan hyväksi ja käyttää tiettyjä menetelmiä kuljettajan humalatilaa mittaamiseen, voi siihen luottaa.

Nykyinen uutisteollisuus ei tule toimeen ilman tiedotustoimintaa. Lähteet pyrkivät hallitsemaan saamaansa julkisuutta kolmella tavalla: julkisuuteen pääsyä ylipäätään, heiltä lähtevän sanoman sisältöä ja sanoman vaikutusta. He siis haluavat julkisuutta halutussa paikassa haluttuun aikaan. Halutut vaikutukset voivat olla suoria agendalla oleviin asioihin, lähteen omaan tunnettavuuteen tai yleisön mielipiteisiin. Toivotut välilliset vaikutukset voivat näkyä lähteen yleisen painoarvon nousuna tai yleisesti lähteen yhteiskunnallisessa toimintaympäristössä. Kyse on kamppailusta, jossa tiedotusvälineet kilpailevat tärkeistä lähteistä ja lähteet kilpailevat huomiosta. Lähteet kilpailevat journalistien kanssa siitä, kumman näkökulmat, käsitteet ja merkitykset pääsevät etusijalle ja journalistit kilpailevat lähteiden kanssa kiusallisen tai vahingollisen tiedon saamisesta ja julkaisemisesta. (Luostarinen 1998, 191–192.)

Tuchman (2002) kutsuu lähteiden ja journalistien suhdetta uutismarkkinoiden ”vedä ja työnnä” -peliksi, eli toimittajat vetävät uutisia kokoon ja lähteet työntävät juttuja uutisiin, koska suunniteltu ja hallittu mediaesiintyminen on sekä elinkeinoelämässä että politiikan tekemisessä olennaista. Uutinen on sekä pysyvä sosiaalinen rakennelma, tuote, että tuottava prosessi. (emt., 89–90.) Asioiden merkityksistä tapellaan eikä ole yhdentekevää, mistä ja miten kirjoitetaan. Vaikka journalismi on suoraa raportointia, sillä on myös poliittinen ja ideologinen resonanssinsa. Toimittaja voi olla poliittinen hahmo, ja koska kommentoiminen on yhä tärkeämpää, perinteinen jako raportoinnin ja tulkinnan välillä hämärtyy. (McNair 2005, 35–37.) Mielestäni ajatus toimittajan ja lähteen suhteesta tappeluna on mielenkiintoinen.



Jokainen toimittajana työskennellyt tuntee tilanteen, kun lähde kieltäytyy antamasta haastattelua tai vastaa kysymyksiin huomattavan suppeasti. Haastateltavan täytyy antaa tarkastaa sanomansa ennen jutun julkaisua. Kokemukseni mukaan jotkut toimittajat lähettävät tarkastettavaksi koko jutun, kun taas toiset haluavat tarkistuksen vain haastateltavan nimiin laitettuihin sitaatteihin, jotta tämä ei yrittäisi puuttua journalistisiin valintoihin. Lähteillä on Luostarisen (1998) mukaan kolmenlaisia vaikutuskeinoja: painostus, rajoittaminen, suostuttelu. Painostusta voi olla väkivallan uhka, taloudellinen painostus ja poliittinen painostus, kuten mielenosoitukset ja painostuskirjeet tai -soitot. Tiedonsaannin rajoittamista ovat esimerkiksi salaus, viestin valvonta ja viivytytys, jolloin lähde tosin ottaa riskin, että tieto tulee muualta. Rajoittamista on myös editointivalta, eli toimittajan haluama tieto julkaistaan niin lähellä deadlinea, että sen journalistiselle käsittelylle ei jää aikaa. Suostuttelu-vaikutusta ovat lahjonta ja tuttavuus, eli toimittaja otetaan sisäpiiriin ja hänelle voidaan ”vuotaa” tietoja, mutta tällöin journalistin itsenäisyys ja riippumattomuus ovat vaarassa. (Luostarinen 1998, 196–200.) Toimittajan jatkuva ongelma näyttää siis olevan, miten olla yhtä aikaa sekä lähettä lähellä että tästä erillään.

Kuneliuksen (2000a) tutkimuksessa haastateltiin journalismista kiinnostuneita ja kokeneita kansalaisia, eli ihmisiä, jotka toimivat lähteinä tavallista kansaa todennäköisemmin. Haastateltavat valittivat toimittajien lukkoon lyötyjä näkökulmia, juttujen kehystämistä, jolloin lähteen tehtävä on vain vahvistaa jo päätetty näkökulma. Turhauttavana nähtiin toimittajien taipumus esittää asiat konfliktin kautta ja se, että ”ihmiset kapenevat yhden asian olioiksi”. Toimittajat eivät kerro kokonaisuuksista, he dramatisoivat ja kärjistävät, mikä vaikuttaa asioiden painotuksiin sekä siihen, että lähteet eivät enää tunnista itseään. Haastateltavat kokivat, että toimittajat erottavat asiat yhteyksistään ja laittavat journalistisesti sopivampaan yhteyteen, koska he haluavat tällä tavalla osoittaa valtaansa. Haastateltavat kertoivat reagoivansa tähän ongelmaan niin, että lähteenä ollessa sanotaan mahdollisimman vähän, jotta sitä ei voisi käyttää väärin. (Kunelius 2000a, 31–38.)

Kiire pakottaa turvautumaan rutiinilähteisiin, ja valtaa lähteisiin nähden osoitetaan tekemällä ratkaisut itse, sillä eihän lähteen saa antaa vaikuttaa ammattilaisen työhön. Mieleen tulee verinen kamppailu tai peli, jossa painostetaan, suostutellaan, kaveerataan ja petetään. Kuulostaa pelottavalta, että lähde voi kyllästyä peliin ja ”laittaa hanat kiinni”. Tämä ei ole demokratiankaan kannalta suositeltavaa. Toimittajalla on tässä pelissä aseenaan objektiivisuus, jonka kiemuroihin paneudun seuraavaksi. Onko objektiivisuudesta lähde-taistossa apua vai haittaa?

Tumber ja Prentoulis (2005) toteavat, että juuri objektiivisuuden idean nousu oli journalistisen profession kehitykselle merkittävää. Objektiivisuus, neutraalius ja puolueettomuus erottavat journalistin muista aloista, esimerkiksi Britanniassa tämä erotti lehdistön ja politiikan, jotka olivat olleet hyvin läheisiä aloja lehdistön kehityksen alkuaikoina. Journalismin perustaminen neutraaliuden periaatteelle on kuitenkin ongelmallista, eivätkä objektiivisuuden mahdollisuutta tai mahdottomuutta koskevat kysymykset lakkaa. (Emt., 63–65.) Kun journalismi 1800-luvun lopulla kaupallistui, se pyrki mahdollisimman suuriin yleisöihin, jolloin uutiset voivat olla kaikille samat, vaikka todellisuutta koskevat mielipiteet ja tulkinnat eroaisivat. Tällöin objektiivisuus tuntui melko ongelmattomalta, piti vain kertoa uutiset kaikille sopivalla neutraalilla tavalla. Toisen maailmansodan jälkeen tajuttiin, että poliitikon ja toimittajan väliin tuli tiedottajia, pr-ihmisiä ja puhemiehiä, jolloin suora raportointi oli mahdotonta. Objektiivisuudesta tuli tekninen ”vastuun kierron rituaali”. eli objektiivinen on sanoman suhde sanottuun, ei sanotun suhde todellisuuteen. (Kunelius 1998, 211–212.)

Objektiivisuudesta tällaisena ”strategisena rituaalina” on kirjoittanut Tuchman (1978). Toimittaja ei yksinkertaisesti ehdi tarkistaa faktoja, joten hän laittaa ne lähteiden suuhun. Toimittajalle esimerkiksi tapaus ”poliitikko x sanoo 'a'” on fakta, vaikka ”a” ei olisi totta. Kuitenkin lukija haluaa tietää, onko ”a” totta ja voi syyttää lehteä poliitikon suosimisesta, jos vastakkaista mielipidettä ei kerrota. Toimittaja ei voi itse todistaa poliitikon väitettä todeksi, mutta hän voi kertoa, että ”poliitikko y sanoo 'b'”. Näin ollaan reiluja ja kerrotaan molemmat puolet, jolloin lukija voi itse arvioida, onko poliitikko x vai poliitikko y oikeassa. (Emt., 89–91.) Mitenköhän tämä toimii silloin, kun toimittajalla tai koko lehdellä on oma poliittinen kanta? Kokemukseni mukaan ainakin Suomessa toimittajalle opetetaan, että kaikki mikä ei ole laitettu haastateltavan suuhun, menee automaattisesti toimittajan omaan piikkiin. Lainausmerkit sekä ilmaisut tyyliin ”x:n mukaan” ja ”x:n mielestä” ovat käteviä välineitä. Toimittaja etäännyttää itsensä jutusta hankkimalla tarpeeksi lähteitä, jotka voivat lisäksi kertoa juuri halutut – jopa toimittajan omat – mielipiteet (emt., 95).

Espanjalaiset Canel ja Sábada (1999) peräänkuuluttavat objektiivisuuden uudelleenmäärittelyä, koska useiden tutkimusten mukaan espanjalaiset toimittajat puhuvat objektiivisuudesta mutta tunnustavat sen mahdottomuuden käytännön työssä. Toiseksi toimittajat ajattelevat, että ammattilainen ei vain kerro, mitä tapahtuu, vaan tuo juttuun mukaan oman näkökulmansa. Lisäksi toimittajat näkevät journalismin tehtäviksi myös vaikuttamisen, analysoimisen ja vallanpitäjien kontrolloimisen, mikä ei käy välttämättä yksiin neutraalin ja objektiivisen tiedonvälityksen kanssa. Canel ja Sábada argumentoivat, että toimittaja ei ole ”todellisuuden peili”, vaan jatkuvassa

symbolisessa vuorovaikutuksessa yleisön kanssa. Toimittajat määrittelevät todellisuutta käyttäen jutuissaan kehyksiä, jotka sisältävät kulttuurisia merkityksiä.

Carpentierin (2005, 201) erittelyssä objektiivisuus muodostuu yhdeksi toimittajan ammatti-identiteetin diskursiivisen kentän tärkeimmistä palasista. Hanitzschin (2007) esittelemän journalistin eri puolien mallin epistemologian ulottuvuudessa pohditaan tietoa ja todellisuutta. Toimittajan objektiivisuuteen Hanitzschin mukaan liittyy kysymys, heijastaako ja vastaako journalismi riippumatonta todellisuutta “tuolla jossain” vai osallistuuko se itse todellisuuden tuottamiseen. Onko objektiivisuus toimittajan mielestä mahdollista? Hanitzschilla toinen epistemologian osa-alueen merkittävistä kysymyksistä on, miten toimittaja oikeuttaa väitteensä todellisuudesta. Journalisti voi perustella asian empiirisesti tai analyttisesti, eli kärjistäen voidaan erotella, antaako hän “faktojen puhua puolestaan” vai käyttääkö analyysiä ja mielipiteitä. (Hanitzsch 2007, 7–9.)

Kansainvälisessä vertailussa journalistit olivat eri mieltä objektiivisuuden tärkeydestä; ainoastaan suhtautumisessa viihteellisyyteen oli objektiivisuutta enemmän hajontaa (Weaver 1998). Deuzen (2005, 448) mukaan objektiivisuudella on nykyään vaikea asema, koska arvoneutraalius on mahdotonta, mutta yleisesti käytetään synonyymejä kuten oikeudenmukaisuus, reiluus, riippumattomuus ja puolueettomuus. Sivistynyt uutistenkuluttaja tietää, että journalismi ei ole absoluuttinen totuus, vaan journalistinen objektiivisuus tarkoittaa pyrkimystä tarkimpaan mahdolliseen versioon siitä, mitä todella tapahtui. Epistemologinen viattomuus on hylätty ja toimittajat myöntävät relativismin ja subjektiivisuuden olevan aina läsnä. Totuutta on yhä vaikeampi määritellä. Uutiskilpailu voi ajaa muuntelemaan totuutta; samoin objektiivisuutta uhkaavat omistajien taloudelliset pyrkimykset sekä mahdolliset poliittiset siteet sekä ideologiset vääristymät. (McNair 2005, 32–34.)

### **2.2.3 Suhde yhteiskuntaan**

Edellisessä luvussa käsitelty objektiivisuus on yksi toimittajan työn arvoista. Tässä luvussa käsittelen muita arvoja ja hyvän journalismin ihanteita sekä median tai toimittajan rooleja ja tehtäviä yhteiskunnassa. Roolit liittyvät toki moniin muihin mediatyön ulottuvuuksiin, mutta käsittelen ne nyt hyvän journalismin yhteydessä. Kerron tässä luvussa myös lyhyesti journalistietiiikasta. Vaikka olenkin rajannut eettiset ongelmat tutkimukseni ulkopuolelle, niihin liittyviä asioita voi tulla haastatteluissa esiin. Olen laittanut tähän lukuun myös pohdinnat

toimittajan ammatin maineesta, sillä se liittyy mielestäni hyvän journalistin idean toteutumiseen yhteiskunnassa.

Journalismi muuttaa maailmaa ei-julkisesta julkiseksi ja sen määrittelemisen, mitä julkisuuteen tuodaan ja miten, riippuu professiota perustavasta tietojärjestelmästä (Pietilä 2008, 61–63). Journalistisen profession ammatillinen identiteetti muotoutuu siitä, millaisia yhteiskunnallisia odotuksia ja vaateita ammatille asetetaan esimerkiksi demokratian toiminnan ja kehityksen suhteen. Toisaalta toimittajan itsereflektiivinen ammattirooli koostuu journalistien omista käsityksistä työnsä merkityksestä yhteiskunnalle ja itselleen. Etenkin edustuksellisen demokratian ja yksityisomistukseen perustuvan joukkotiedotuksen maissa journalismi nähdään julkisen vallan vastapainona; vahtikoirana mutta myös kasvattajana ja valistajana. Suomalaistoimittajien ammatti-identiteetti rakentuu aktiivisen yhteiskuntakriitikon roolin varaan. (Heinonen 1996, 231–232.)

Rooli on journalistin käsitys työstään ja sen tehtävästä tai merkityksestä yhteisössä. Roolit vaikuttavat selvästi toimittajien käyttäytymiseen työssä: lähdesuhteisiin, uutiskriteereihin ja jopa yleisösuhteisiin. Yleensä rooleja jaotellaan kolmella akselilla: osallistuva–tarkkailija, asianajaja–puolueeton, kaupallinen–kasvatuksellinen. Usein journalismin historia ja kehitys selittävät eri maiden toimittajien roolikäsitysten eroja. Esimerkiksi Yhdysvalloissa taloudelliset ja sosiaaliset muutokset 1800-luvun alkupuoliskolla sekä mainostajien tarve tavoittaa mahdollisimman suuria yleisöjä saivat toimittajat omaksumaan poliittisesti osallistuvan roolin sijaan neutraalin tarkkailijan roolin. Toki saman maan toimittajat voivat käsittää roolinsa monin eri tavoin, mutta yleensä muun muassa yhteinen mediakulttuuri ja ammattijärjestöt yhtenäistävät roolikäsityksiä, kuten myös alan koulutus. (Donsbach 2008.)

Hanitzschin (2007) mallissa institutionaalisten roolien ulottuvuus liittyy juuri median rooliin yhteiskunnassa. Sekaantumisen käsite viittaa kysymykseen, onko journalisti portinvartija ja uutisten neutraali välittäjä vai kenties aktiivinen ja osallistuva raportoija. Voivatko uutinen ja mielipide sekoittua? Reportteri voi olla paitsi jonkin poliittisen puolueen asialla myös vaikkapa vähäosaisten puolesta puhuja. Puolueettomuus on ollut vallitseva arvo länsimaisten liberaalien demokratioiden mediakentällä, kun valtio ja media on erotettu toisistaan. Kuitenkin monissa maissa hallitsee osallistuvampi journalismin malli. Journalismin etäisyys valtaan on demokraattisissa maissa normaalisti suuri, eli median rooli on olla neljäs valtionmahti. Kyse on toimittajan itsenäisyydestä, hänen tulee olla kriittinen ja skeptinen valtaapitäviä kohtaan eikä antaa itsensä tulla johdatelluksi, kuten edellisessä luvussa hahmottelin. Etäisyys-akselin toisessa päässä on journalismi, jossa

auktoriteetteja puolustellaan tai toimitaan valtaapitävien suuna. Joskus kyse voi olla toimittajan henkilökohtaisista preferensseistä, mutta yleensä läheinen suhde vallanpitäjiin on instrumentaalista. Esimerkiksi monissa Aasian kulttuureissa tasapainoa arvostetaan kriittisyyttä enemmän. Entä haastetaanko virallinen totuus todella, vaikka suhde valtaan olisikin etäinen? (Hanitzsch 2007, 4–5.)

Eri maailman kolkissa toimittajat ovat yhtä mieltä tuskin mistään median roolista, vain nopean tiedonvälityksen tärkeys tunnustetaan laajemmin (Weaver 1998). Tutkiessaan amerikkalaisia toimittajia Weaver ja Wilhoit (1996) hahmottelivat tärkeimmiksi nähtyjen median roolien avulla neljä erilaista asennetta, jonka toimittaja voi omaksua, vaikkakin usein journalistit ovat pluralistisia, yhdistäen jopa vastakkaisia tehtäviä. Merkittävimmäksi tutkimuksessa nousi ”tulkitsijan” asenne, johon kuuluvat hallituksen väitteiden tutkiminen, monimutkaisten ongelmien analysoiminen sekä keskustelu julkisista toimista varhaisessa vaiheessa. Toiseksi suosituin median tehtävä oli ”tiedonlevittäjä”, jossa yhdistyvät tiedon saattaminen yleisölle nopeasti sekä pyrkimys välttää juttuja, joissa tietoja ei ole tarkistettu. Näitä kahta huomattavasti vähemmän amerikkalaiset toimittajat samastuivat ”vastustajan” tehtävään, joka tarkoittaa skeptistä suhtautumista viranomaisiin sekä elinkeinoelämään. ”Populistisen liikkeellepanijan” tehtävä ilmeni tutkimuksessa kaikkein vähiten. Tähän ryhmään kuuluvat toimittajat näkevät tärkeiksi roolit viihteen tuottamisen, poliittisen agendan asettamisen, yleisön kiinnostuksen kohteiden kehittämisen sekä tavallisen kansan mielipiteenilmaisun sallimisen. Viimeksi mainittu oli tosin noin joka toisen vastaajan mielestä median erittäin tärkeä rooli, kun taas vain 5 prosenttia piti poliittisen agendan asettamista hyvin tärkeänä. (Weaver & Wilhoit 1996, 137–141.)

Journalistit kertovat tarinoita siitä, mitä todella tapahtui, ei siis keksittyjä. Toisaalta parhaimmillaankin voidaan kertoa vain versio todellisuudesta. Lisäksi uutisen täytyy olla uusi, jotain, mitä emme ennen tiedettiin. Journalismi on hyödyllisen tiedon välitystä, joten esimerkiksi tieteellisestä löydöstä tai keksinnöstä tulee uutinen vasta kun sillä on merkitystä sosiaalisessa todellisuudessa. (McNair 2005, 29–31.) Tämä on ymmärrettävää, mutta haluan tarkastella vielä tarkemmin, millaista olisi ihanteellinen, hyvä journalismi. Kuneliuksen (2000a, 14–15) mukaan hyvän journalismin ytimeen kuuluu käsitys ”journalismin pitäisi tarjota yleisesti merkittäviä, (objektiivisia) tietoja, kertoa maailmasta asiantuntevasti ja realistisesti sekä tarjoutua tällaisen journalismin herättämien keskustelupuheenvuorojen avoimeksi areenaksi”. Kuneliuksen tutkimuksen haastatteluissa nousee esiin haastavia näkökulmia ihanteelliseen journalismiin: Pitäisi kertoa totuus mutta moninäkökulmaisesti, tuoda uusia näkökulmia, ottaa jopa kohderyhmä huomioon ja lähtökohdaksi sekä olla yhä kriittisempi. Julkista keskustelua olisi hyvä herättää ja

aktiivisesti ylläpitää, eikä pelkästään toimia areenana. Journalismin pitäisi tukea niitä, joilla on heikommat resurssit saada äänensä kuuluviin, ja tuoda julkisuuteen arvokeskusteluja. Hyvä journalismi osaisi ennakoida, pysähtyä miettimään asioiden seurauksia ja merkityksiä sekä herättää toivoa. (Emt., 16–25.) Toisaalla Kunelius (2000b, 5) toteaa, että journalismilla pitäisi olla neljänlaisia tehtäviä: se on tiedonvälitystä, tarinoiden kertomista, julkisen keskustelun ylläpitoa ja kansalaisten julkisen toiminnan resurssi, jolloin on olennaista kysyä ”kenen ’tietoja’ journalismi levittää; kenen tarinoita se kertoo; kenet se päästää julkisessa keskustelussa kysymään mitä ja keneltä tai kenen pyrkimyksiä sen toimintatavat tukevat?”

Journalistien eettisiä sääntöjä on tutkittu paljon ja ne myös herättävät mielipiteitä. Toimittaja kohtaa työssään hämmästyttävän monia erilaisia tilanteita, jotka vaativat eettistä arviointia. Eettiset säännöt on usein tarkoitettu nostamaan journalistien ammatillista arvostusta ja statusta. Vaikka journalistit eri puolilla maailmaa eivät ole samaa mieltä koodistojen tarpeellisuudesta, he silti jakavat eettisyyden periaatteen (Deuze 2005, 449). Hanitzschilla (2007) eettiset ideologiat ovat journalistisen kulttuurin kolmas kivijalka. Deuze (2005, 458) huomauttaa, että vaikka eettisyys on usein median legitimitetin tunnuskuva, sen varjolla saatetaan myös puolustaa markkinalähtöisiä tai hallinnollisia muutoksia.

Weaverin ja Wilhoitin (1996) tutkimuksessa kysyttiin, hyväksyvätkö amerikkalaiset toimittajat tiettyjä käytäntöjä, jos sen avulla saisi aikaan tärkeän uutisen. Merkittävää oli, että lähes kaikki haastatellut eivät rikkoisi lähdesuojaa missään tilanteessa. Hyvin vähän myöskään suostuttaisiin tekeytymään joksikin toiseksi tai maksamaan luottamuksellisesta tiedosta. Sen sijaan yllättävän moni voisi käyttää piilokameraa tai -mikrofonia värväytyä johonkin yritykseen saadakseen sisäpiirin tietoa tai hyödyntäisi luottamuksellisia asiakirjoja ilman lupaa. (Emt., 156–157.) Kansainvälisessä vertailussa eri maiden journalistien näkemykset käytäntöjen eettisyydestä poikkesivat melkoisesti, suomalaiset esimerkiksi paljastaisivat lähteensä muita auliimmin (Weaver 1998).

Toimittajista on tehty elokuvia, heissä on glamouria. Myös journalismin suosio yliopistoissa tukee ajatusta alan hienoudesta. Maineeseen liittyy toisaalta ambivalenssia; mielipidemittauksissa näkyy vihamielisyys ammattia kohtaan, epäluottamus ja jopa viha. (McNair 2005, 27.) Monet edellisissä luvuissa pohtimani ajatukset median yleisösuhteesta, eri tehtävistä, eettisyydestä ja lähdesuhteista liittyvät journalismin maineeseen. Kuinka hyvin annettu tehtävä onnistutaan toteuttamaan? Miten lähdeä kohdellaan? Käytetäänkö jutunteossa eettisesti hyväksytyjä toimintatapoja? Toimittajiin ja

mediaan ylipäättään liittyvät ajatukset vaihtelevat maittain, joten mainekin vaihtelee. Minä koen, että Suomessa journalistisen ammatin asema ja maine on edelleen suhteellisen hyvä, vaikka aina silloin tällöin kuulee valitusta sensaatiohakuisuuden ja eettisyyden puutteen tai liiallisen mediavallan lisääntymisestä.

## **2.2.4 Suhde mediaorganisaatioon ja kilpailuun**

Toimittajan työnantaja, eli yleensä mediaorganisaatio, pyrkii tavallisesti tuottamaan voittoa. Tällöin sen katse on journalismin molemmilla markkinoilla: saada sekä yleisöä että mainostajia. Lisäksi katse pidetään kilpailijoissa, jotta he eivät nouse niskan päälle. Pomoa pääsee harvoin pakenemaan edes freelance-toimittaja, joka joutuu räätälöimään tuotteensa tilaajan vaatimusten mukaan. Lehdellä tai koko mediaorganisaatiolla on usein oma linja tai jopa ideologia, josta toimittaja on enemmän tai vähemmän tietoinen. Sensuuriakin saattaa ilmetä etenkin sen piilevissä muodoissa. Silti itsenäisyys paitsi suhteessa lähteisiin myös suhteessa mediaorganisaatioon kuuluu kiinteästi toimittajan professionalismiin. Tässä luvussa käsittelen mediaorganisaation, kilpailijoiden ja markkinoiden vaikutusta toimittajan työhön. Mediaorganisaatio-teemaan liitän myös suhteet esimiehiin ja esimerkiksi ideointi- ja editointikäytännöt: saako pomo viimeisen sanan?

On tutkittu tosiasia, että journalistit kyttäävät yleensä toistensa tekemisiä tarkasti. Aina huolehditaan, ettei kilpailija saa tärkeää uutisjuttua, ja metsästetään skuuppia. Pitäisi olla ensimmäisenä paikalla ja hankkia ainutlaatuinen uutinen, jota kenelläkään muulla ei ole. Mediaomistuksen keskittyminen tietyllä alueella voi toisaalta yhdenmukaistaa uutisagenda. (Deuze 2007, 151–152.) Kokemukseni mukaan uutistappiot ottavat toimituksissa todella koviin. Toisia lehtiä ei haluta siteerata.

Nykyään puhutaan paljon moniosaamisesta, eli lehtitoimittajan täytyy osata radio- ja tv-puolikin, mikä ei kaikkia miellytä. Mutta miten toimittajat näkevät eri välineissä toimivat kollegansa? Deuzen (2007) mukaan mediakonvergenssin ongelmat usein kulmineituvat eri välineiden toimittajien väliseen kyräilyyn. Lehdistön toimittajat eivät luota tv-toimittajien kykyyn ja laatuun, tv-ihmiset puolestaan kritisoivat lehdistöä konservatiivisuudesta, hitaudesta ja haluttomuudesta ottaa yleisön tarpeet huomioon. (Emt., 149–150.)

Ensisijaisesti minkä tahansa organisaation tehtävä on koordinoita ja motivoida jäsentensä työtä. Organisaatioilla on tavoitteita, tyypillisesti ainakin tuottaa voittoa, jotka ohjaavat niiden toimintaa.

Organisaatiolla on vakiintunut järjestys ja rakenne, johon liittyy osasto- ja roolijakoa. Hallinnon tasolla tehdään päätöksiä, jotka vaikuttavat työn tulokseen. Mediaorganisaatiot muista organisaatioista erottaa median rooli vallan vahtikoirana, yleinen vastuu olla luotettava ja rehellinen. Toimittajan yhteiskunnallinen rooli voi olla ristiriidassa työnantajan vaatimusten kanssa. Maksamaansa palkkaa ja tarjoamiaan resursseja vastaan mediaorganisaatiolla on oikeus vaatia vastinetta rahalleen. (Altmeyen 2008, 53–56.)

Hujanen (2006, 35) on sitä mieltä, että markkinaehtoisen journalismin diskurssilla ja kansalaisjournalismin ihanteilla on yhtymäkohtia, kuten monipuolinen yleisön palvelu, tarjota eliittikeskustelun sijaan kansalle tilaa vaikuttaa ja tulla kuulluksi. Mutta tarvitseeko toimittajan ymmärtää markkinoita? Olkinuora (2006, 52) pohtii, että ”yhtiöiden sisällä on ristivetoa, jos toimittajat kokevat sinnikkäästi olevansa maailmaa parantavassa kutsumustyössä, mutta heidän työnsä tavoitteet asetetaan vain taloudellisesti”. Journalististen arvojen korvaaminen markkinoinnin arvoilla on maailmalla johtanut konflikteihin toimituksissa. Suomessakin pomojen valta kasvaa, toimituskohtaiset oppaat syrjäyttävät alan jaetut koodistot. Rekrytoinnissa ja työnhaussa voi olla luvassa muutoksia, kun journalisti joutuu suhteuttamaan arvojaan mediayrityksen tapoihin ja kulttuuriin. (Hujanen 2006, 40.) Markkinaehtoistumisen laajuus, merkitys ja vaikutus riippuvat tietenkin vallitsevasta mediakulttuurista, median roolista yhteiskunnassa, joten esimerkiksi Suomessa ja Espanjassa tilanne on varmasti erilainen.

Ammatillinen identiteetti saa käytännön merkityksensä mediatalon kulttuurista, talon tavoista. Riippuu toimituksen tai julkaisun kulttuurista, mitä tarkoittaa olla eettinen, toteuttaa julkista palvelua tai julkistaa uutinen mahdollisimman pian. (Deuze 2007, 168–169.) Journalisti voi määritellä vapautensa suureksi, koska saa tehdä työtään niin kuin haluaa, mutta onko rajoja oikeasti koeteltu? Työtyyli on ehkä vain sovitettu niin, ettei ongelmia ilmene. (Heinonen 1996, 236.) De Bruin (2000) kirjoittaa, että organisaation intressit ovat saaneet enemmän valtaa, ja joissakin tapauksissa se, mitä toimittaja luulee ammatti-identiteetiksi, perustuukin organisaation arvoihin. Organisaation yhteisössä saama maine ja imago vaikuttavat toimittajan työtyytyväisyyteen, ja organisaation tarjoama identiteetti usein kestää muutoksia paremmin kuin ammatti-identiteetti. Toisaalta organisationaalinen identiteetti on yleensä törmäyskurssilla monien alan perustavien arvojen, kuten itsenäisyyden, kanssa. De Bruinin mielestä organisaatio uudelleenmuokkaa ammatti-identiteettiä. Kilpailu esimerkiksi ajaa mediatalat viihteellisemmiksi. Etenkin jos maassa ei ole kovin montaa mediataloa, ammatillinen identiteetti saattaa jopa tukehtua ja kadota, kun organisaation vahvat vaatimukset jyräävät. (De Bruin 2000, 228–233.)



Käytän tässä työssä sekä sanaa ideologia että lehden linja, ja toisinaan näiden välinen ero voi olla häilyvä. Käsitän, että lehden ideologia on tapa nähdä maailma ja se voi sisältää myös poliittisia painotuksia. Lehden linja muistuttaa enemmän talon tapoja ja sisältää omistajien tai esimiesten linjauksia. Vaikka en tässä tutkimuksessa pyri erityisesti tutkimaan sensuuria espanjalaisessa lehdistössä, käsitän, että sensuurin jäänteet saattavat näkyä piiloisina toimittajien puheessa. Lehden ideologialle tai linjalle annettu painoarvo sekä mahdollinen itesesensuuri voivat heijastella tätä. Toimittaja voi sanoa olevansa itsenäinen, mutta itsenäisyys määritellään ehkä eri tavalla kuin Suomessa, jos valtion tai mediaorganisaation kontrolli on luonnollinen, ainoa olotila. Tuchman (2002) käsittelee omistajien ja mainostajien piiloista vaikutusta uutistyöhön. Esimerkiksi jokin johdon määräys yhtä tiettyä juttua koskien voi vaikuttaa myös muiden juttujen käsittelyyn tai julkaisuun. Rutiineissa näkyvä ideologinen vaikutus voi ilmetä vaikkapa niin, että mainostajaa koskevaa ikävää uutista ei kerrota ensimmäisenä. Toisin sanoen rutiinit ja käytännöt usein paljastavat piilotettuja ideologisia juonia. Tutut uutisformaattit antavat toimittajalle vähän liikkumavaraa, ja monesti strategiana on vedota uutisten todenpohjaisuuteen kaikesta paineesta huolimatta. (Tuchman 2002, 86–87.) Voisiko siis käydä niin, että kun ideologia kietoo lonkeronsa joka paikkaan, toimittaja suojelee itseään eikä yritä perustaa työtään objektiivisuudelle vaan totuuteen pyrkimiselle?

Weaverin ja Wilhoitin (1996) tutkimus amerikkalaisista toimittajista osoitti, että toimittajien kokema itsenäisyys on vähentynyt. Syitä mainittiin kolmenlaisia, kun niitä siis sai vapaasti kuvailla: Eniten valitettiin organisaation sisäisiä ongelmia, että on liian vähän henkilökuntaa, aikaa tai tilaa. Tähän liittyvät moitteet markkinalähtöisyyden kasvusta, eli esimerkiksi säännöt siitä, mikä on uutisen arvoista, ja ylipäättään lukijalähtöinen jutunteko. Toiseksi eniten mainittiin organisaation ulkopuolisia tekijöitä, kuten vallanpitäjien salailupolitiikka tai viranomaisten vastustava asenne tietojen luovuttamiseen. Mielenkiintoista tuloksissa oli, että mainostajien luomien paineiden ei nähty uhkaavan itsenäisyyttä. Kolmanneksi eniten autonomisuuden vähentymisen taustatekijöiksi mainittiin ammatilliset piirteet, kuten objektiivisuus, tai että pienessä yhteisössä joutuu aina puhumaan samojen ihmisten kanssa. Näin vastasi kuitenkin vain hyvin harva. (Weaver & Wilhoit 1996, 62–72.) Eri maiden journalistieja vertailtaessa huomattiin, että itsenäisyys ja vapaus vaikuttavat positiivisesti työtyytyväisyyteen. Toisaalta on kiinnostavaa, että koettu itsenäisyys ja työtyytyväisyys eivät selittäneet halua pysyä media-alalla, eli toisin sanoen toimittajan suunnitelmissa mahdollisesti siintävä alan vaihto johtuu muista syistä. (Weaver 1998, 460–464.)

Paikallaan polkevat levikit, lisääntynyt kilpailu ja laskevat mainostulot vaarantavat mediaorganisaatioiden olemassaoloa. Tämä voi johtaa muutoksiin, kuten palkkojen laskuun, komentoketjujen yksinkertaistamiseen ja organisaation hierarkian vähentämiseen. Esimerkiksi tiimityön uskotaan lisääntyvän toimituksissakin. (Altmeppen 2008, 59). Jos mediatalolla on paljon futuristisia kauaskantoisia suunnitelmia, journalistit saattavat vastustaa muutosta ja nostalgisoida vanhoja hyviä aikoja. Muutoksiin suhtaudutaan skeptisesti, koska kokemus on osoittanut, että institutionaaliset ja organisaatiomuutokset usein kulkevat käsi kädessä supistusten, budjetti-leikkausten ja irtisanomisten kanssa. Eli pitää tehdä enemmän mutta vähemmällä resursseilla. (Deuze 2007, 146–147.)

## 2.2.5 Suhde muutokseen ja tulevaisuuteen

Olen jo kuvannut toimitustyön muutoksia etenkin uuden teknologian sekä kaupallistumisen osalta. Tässä luvussa kokoan yhteen ajatuksia toimitustyön käytännön muutoksista, jotka riippuvat pitkälti kunkin kulttuurin historiasta ja journalismin kehityksestä, sekä alaa yleensä kohtaavista tulevaisuuden uhkista, haasteista ja ongelmista. Varsinkin kokeneet journalistit mielellään puhuvat työnsä muutoksista vuosien aikana, ja haluan ottaa sen huomioon. Reflektiolle on hyvä antaa tilaisuus. Toimitustyössä muutokset ovat olleet valtavia joka suhteessa, joten niitä ei voi tässäkään katsauksessa sivuuttaa. Ajatukset tulevaisuudesta voivat myös selventää toimittajien näkemyksiä muista journalismin teemoista. Miten median käy?

Journalismin tulevaisuudesta puhutaan nykyään kaikkialla, jotkut povaavat sille tummia pilviä ja toiset auringonpaistetta, mutta muutoksen välttämättömyydestä ollaan yleensä yhtä mieltä. Aloitan tarkastelemalla Zelizerin (2004, 30–32) esittelemää viittä metaforaa, joita toimittaja voi käyttää puhuessaan työstään: kuudes aisti, eli uutisvainu, jolla toimittaja haistaa uutisia; journalismi sisältönä tai kokonaisuutena, eli uutisia on aina enemmän kuin tilaa julkaista; journalismi todellisuuden peilinä tai linssinä maailmaan; journalismi lapsena, jota toimittaja ”hoitaa” niin kuin vanhempi; journalismi palveluna, kansalaisten tarpeisiin vastaamisena. Kysymys kuuluu, mitkä näistä metaforista ovat mahdollisesti katoamassa tai muuttumassa. Vaikka toimittajat haluavat nähdä itsensä itsenäisinä ja luovina yksilöinä, loppujen lopuksi journalistinen työ perustuu rutiineihin (Deuze 2007, 160), joten kun rutiinit muuttuvat, myös ammatillinen identiteetti muuttuu.

Internet haastaa toimittajan työn monin tavoin. Uutinen täytyy tehdä niin että se voidaan julkaista monessa kanavassa, internet on käyttökelpoinen tietolähde ja yleisön ja toimittajan suhde voi

parantua. Toimittajan portinvartija-rooli heikkenee, mutta tehtävä tiedon etsijänä ja valitsijana voi jopa vahvistua, koska tavallinen kansalainen ei pysty hallitsemaan tietotulvaa. (Heinonen 1999, 74–76.) Internetissä uutista täytyy jatkuvasti päivittää, joten nopeus on yhä tärkeämpi arvo. Enää ei kerrota, 'mitä tapahtui', vaan 'mitä tapahtuu parhaillaan', joten tutkimukselle ja analyysille ei jää tilaa, on vain paljon aikaa spekuloinnille ja mielipiteille (McNair 2005, 39–40). Koska nykyään uutiset saa helposti ja nopeasti monesta mediasta, toimittajan täytyy antaa jotain enemmän. Heinosen (1999) mukaan yleisön aktiivinen osallistuminen internetin kautta ei merkitse, että journalistit menettäisivät asemansa yhteisössä. Pelkkien faktojen lisäksi täytyy tarjota tulkintoja ja mielipiteitä. (Emt., 82–83.) Teknologia tuo toimittajalle myös paineita monipuolisempaan osaamiseen. Pitää hahmottaa juttupaketti, joka menee moneen välineeseen. Usein aloittelevat toimittajat ovat eniten innoissaan uudesta teknologiasta. Myös freelancereille ja kirjeenvaihtajille uudet tietoverkot ovat tärkeitä. (Deuze 2007, 153–155.)

Heinonen ja Luostarinen (2008) hahmottelevat journalismin muuttumisen merkkejä usealta kantilta. Heidän mukaansa vakiintunut media on yhä tärkeä edustuksellisessa demokratiassa, mutta sen ydin horjuu. Media on nykyään kaikkialla ja ihmiset osaavat yhä paremmin hallita tietotulvaa. Kansalaiset tarvitsevat neutraalin tilan, jossa ilmaista mielipiteitään, mutta mainosmaailma haluaa identiteettejä, jotka riippuvat yrityksistä tai brändeistä. Journalismi kärsii, jos ihmiset eivät erota ostoskeskusta julkisesta tilasta ja mainosta uutisesta. Asema julkisena tilana horjuu, jos yleisö ei arvosta neutraalia viestintää vaan on tottunut tiettyä näkökulmaa tai asiaa ajavaan journalismiin. Kaupallistuminen ja sen myötä median viihteellistyminen – infotainment – vaikuttavat toimittajan ammatti-identiteettiin, kun poliittiset ja taloudelliset eliitit keskustelevat median ulkopuolella. Esimerkiksi Italiassa poliittinen ja taloudellinen valta ovat jo vaarallisesti integroituneet mediavaltaan. (Heinonen & Luostarinen 2008, 230–235.)

Entä millä tavalla globalisaatio muuttaa journalismia? Curran ja Park (2000) argumentoivat, että globalisaatio ei yhdenmukaista mediaa, vaan mediajärjestelmät ovat yhä vahvasti kansallisia. Lehdistö on ennen kaikkea kansallinen media, jolla on monissa maissa jatkuva merkitys kansalliselle eliitille. Valtiolla on yhä paljon valtaa määrätä mediastaan, hallita ja säädellä, varsinkin televisiota ja radiota. Valtio myös vielä erottelee: kieli, poliittinen systeemi, valtarakenteet ja kulttuuriset perinteet. (Emt., 11–16.) Reese (2008, 250) ehdottaa, että eri maiden journalistien vertailun sijaan nykyään pitäisi tutkia enemmän esiin tulevia globaaleja tiedonvälityksen normeja. Globalisoitunut media saa meidät kokemaan maailman kokonaisuutena, ja syntyy globaali uutisareena. Journalismin täytyy sopeutua tähän syntyvään globaaliin uutisareenaan ja yhdistää sekä

perinteinen valtio-lähtöinen näkökulma että horisontaalinen, kansojen rajat ylittävä, näkökulma. Tässä muutoksessa mukana olevat journalistit kehittävät globaalin ammatti-identiteetin, jakavat arvot ja normit, jotka sopivat uuteen globalisoituneeseen mediajärjestelmään. (Emt., 241.) Globalisaatio ei Reesen mukaan tarkoita journalismin ”amerikanisaatiota”, vaan prosessi on interaktiivinen, ja perinteiset arvot, kuten objektiivisuus ja puolueettomuus saavat uuden merkityksen. Globalisoituneessa mediassa tietoisuus poliittisista ja kulttuurisista eroista voi auttaa näkemään omat vääristymät, ja esimerkiksi Latinalaisessa Amerikassa ja Aasiassa avoimuus on ilmestynyt tiedonvälityksen arvoksi. (Emt., 245.)

McNair (2006) käyttää kaaos-teoriaa puhuessaan nykyisestä globalisoituneesta mediasta. Kulttuurinen kaaos tarkoittaa nykyisen kiihtyneen tiedonvälityksen nopeuden ja valtavan tiedon määrän aikaansaamaa median tilaa. Aika ja tila eivät rajoita tiedonkulkua. Vaikka eliitit yhä pyrkivät hallitsemaan mediaa, kontrolli on käynyt vaikeammaksi. Kansa pääsee suoraan lähteille, kun hallituksen asiakirjat voi ladata verkosta. Yhteiskunnan toiminta on läpinäkyvämpää. New Yorkin terrori-iskua vuonna 2001 saattoi seurata missä maailmankolkassa tahansa reaaliaikaisesti, ja sitä kommentoivat toimittajatkin olivat hämmentyneitä, sillä tuttuja selitysmalleja ja journalismin kaavoja ei voinut käyttää: piti tyytyä spekulointiin ja ihmettelyyn. Sekä mediatapahtumia, mediasisältöjen vaikutuksia että yleisön reaktioita on mahdoton ennustaa. Lisäksi kaaos saa katsojan tuntemaan avuttomuutta, kyvyttömyyttä itse vaikuttaa tai olla avuksi hädässä, vaikka elävä kuva periaatteessa tuo kriisin lähemmäksi ja todellisemmaksi. Tiedonvälityksen kaaoksen vuoksi marginaaliryhmät voivat paremmin käyttää mediaa hyödykseen. Ylipäätään kaksinaapainen ajattelu, joka oli tyypillinen kylmän sodan aikana, on vaihtunut moninaapaiseen. Uhka on missä tahansa, mitä tahansa voi tapahtua milloin tahansa ja tuo ”mikä tahansa” täytyy saada uutiseksi välittömästi. Siinä on haastetta sekä toimittajalle että sanoman vastaanottajalle. Tällaisessa tilanteessa nimittäin valheen ja toden erottaminen vaikeutuu. Skandaaleja on ollut aina, mutta nykyään ne leviävät tietoverkoissa salamannopeasti, ja tätä lisää mediayhtiöiden kilpailu. Kuten Reese, McNair silti näkee globaalin vapaan tiedonvälityksen positiivisena asiana, demokratiaa ja sananvapautta tukevana.

Globaalin median synty ja olemassaolo toki edellyttää, että ihmiset ymmärtävät samaa kieltä. Vaikka nykyinen mediamaailma on entistä moniäänisempi, englanti näyttäisi olevan maailman tärkein globaalin median kieli (ks. esim. McNair 2006, 148). Vuonna 2007 tehdyn tutkimuksen mukaan Espanjan koko aikuisväestöstä noin 30 prosenttia hallitsee englanninkielen ja 25–34-

vuotiaista noin 50 prosenttia.<sup>3</sup> Espanjan televisiosta harvoin kuulee muuta kieltä kuin espanjaa, ja vain harva elokuvateatteri esittää alkuperäisiä versioita. En voi siis olla miettimättä, voiko espanjalainen ensinnäkään kielitaidottomuutensa vuoksi hakeutua globaalin median välittömien uutisten äärelle ja toiseksi, onko hän tottunut saamaan tietoa muuten kuin äidinkielellään. Toki television livekuva sortuvista kaksoistorneista pysäyttää paremmin kuin lehtijuttu, vaikka katsoja ei tajuasikaan ulkomaalaisten tv-toimittajien puhetta.

Hahmottelen lopuksi metaforat uudelleen. Uutisten ”hoivaajan” sijaan toimittaja on sellainen vanhempi, joka vain päästää lapsensa maailmalle ja korkeintaan tarjoaa tälle hyviä eväitä matkalle. Koska internetissä tilaa on lähes rajattomasti, journalismi ei ole enää kokonaisuus, vaan uutisten katkeamaton virta. Nykyään toimittajat viettävät enemmän aikaa työpöytänsä ääressä (Deuze 2007, 160), minkä voi nähdä uhkaavan toimittajan ”uutisvainua”, kun ei enää kuljeta kaupungilla ihmisten parissa nuuskimassa juttuaiheita. Monikulttuurisuus murentaa yhteisöjä, eikä journalismi ole enää linssi maailmaan. Lisäksi jokainen voi nykyään rakentaa oman linssinsä. Journalistit menettävät professionaalisuutensa, kun yleisöltä kysytään, mitä se haluaa, vaikka eihän kansa tiedä omaa parastaan. Kaupallistumisen ja globalisaation tuulten puhaltaessa journalismi tuskin enää palvelee demokratiaa ja kansalaisiakaan, vaan korkeintaan asiakkaita tai kuluttajia. Paitsi että toimittajat ovat entistä stressaantuneempia, myös yleisöllä on kiire:

Lehtien toimittajat väittävät mielellään, että jos journalismi on riittävän kiinnostavaa, lukijalta löytyy aina aikaa. Väite on tosi, kun puhutaan yksittäisistä uutisista tai tapahtumista. Sen sijaan koko sanomalehden kyseessä ollen arjen kiire on selvästi uhkaamassa median kulutusta. Koko paketin lukemiseen ei löydy enää aikaa ja maksetun lehden lukematta jättämisestä seuraa huono omatunto ja turhautuminen. (Olkinuora 2006, 30.)

---

<sup>3</sup> Tarkistettu Espanjan tilastokeskuksen sivulta, [www.ine.es](http://www.ine.es), 13. maaliskuuta 2009.

### **3. Espanja ja journalismi**

Monet toimittajan työn puolet johtuvat siis kulloisenkin maan mediamaisemasta, johon taas liittyy monia asioita lainsäädännöstä median historialliseen kehitykseen. Seuraavaksi paneudun espanjalaisen median, yleisön ja poliittisen toimintaympäristön erityispiirteisiin. Esittelen ensin mediajärjestelmistä tehtyjä teorioita, etenkin Hallinin ja Mancinin (2004) kolmen mediamallin jakoa ja sitä Välimeren mallia, johon Espanja kuuluu. Luvun lopussa käyn läpi espanjalaisen journalismin historiaa ja toimittajan nykytilaa muutaman tutkimuksen kautta. Tämä luku paitsi toimii tutkimukseni taustana myös toivottavasti antaa välineitä aineiston ymmärtämiseen.

#### **3.1 Välimerelliset mediatuulet**

##### **3.1.1 Mediajärjestelmien vertailun tausta**

Mediajärjestelmiä vertaillaan neljän ulottuvuuden mukaan: mediamarkkinoiden kehitys etenkin massalevikkien suhteen, suhde poliittiseen järjestelmään, journalismin professionaalisuuden aste ja valtion puuttuminen mediaan. Jokainen ulottuvuus on itsenäinen mutta monimutkainen mediajärjestelmän piirre. (Hallin & Mancini 2004, 21.) Klassinen Siebertin, Petersonin ja Schrammin (1956) lehdistöteoria jakaa maailman karkeasti neljään leiriin: autoritaarinen, liberaali, sosiaalisen vastuun malli sekä kommunistisen totalitarismin malli. Jako perustuu erilaisiin sosiaalisiin systeemeihin ja poliittisiin järjestelmiin. Curranin ja Parkin (2000) mukaan on mysteeri, miksi klassinen neljän lehdistöteorian malli hyväksyttiin niin laajalti. He kritisoivat mallin kehittäjiä siitä, että nämä eivät kokeneet, että maailmasta tulisi tietää enemmän. Kenties yksi syy oli se, että malli sopi hyvin kylmän sodan asetelmiin 1950-luvulla. Kehitysmaiden ajateltiin automaattisesti seuraavan kehittyneempien perässä, ja median tarjoaman tiedon tulvan pelastavan kehitysmaat. Mutta globalisaatio ei ole yksisuuntaista. Lisäksi monet ihmiset valitsevat mieluummin oman maan tuottaman mediatuotteen kuin Hollywood-hötön. (Curran & Park 2000, 4–6.)

Pohtiessaan eurooppalaisen ja angloamerikkalaisen median eroja, Mancini (2005) esittää monia mielenkiintoisia näkökulmia. Journalismi aikoinaan kehittyi kirjallisista ja puoluepoliittisista lähtökohdista. Ensimmäisissä lehtisissä oli yleensä kyse uskonnollisista, etnisistä tai poliittisista kiistoista. Tämän vuoksi Euroopassa median ja politiikan suhteet ovat yhä läheiset. Kaupallisiin tarpeisiin syntynyt massalehdistö puolestaan hylkäsi poliittiset siteet ja suuntautui eliitin sijaan

mahdollisimman laajoihin massoihin. Monissa Euroopan maissa markkinoiden ja mainoskoneiston kehittyminen oli hidasta, joten massapuolueiden syntyessä niiden linkki lehtiin oli luja. Esimerkiksi kun Espanjassa pyrittiin diktatuurista ulos ja muodostamaan demokratia, puolueiden ja lehtien liitto oli vahvuus. Puoluelehdistön malli vaikutti Euroopassa myös muuhun lehdistöön: lehden tulee ottaa kanta, puolustaa sitä ja taistella sen puolesta. Olla toimittaja merkitsee olla jonkun puolella. Kuitenkin Pohjois-Euroopassa ”partisan journalism” tarkoittaa osallistumista ja professionalismia. Etelässä massalehdistön kehittymättömyys johti lehdistön instrumentalisoitumiseen ja poliittisuuteen. Lehti ei nimittäin selviä pelkällä myynnillä ja mainostuloilla, joten usein sitä käytetään välineenä asioiden ajamiseen, neuvotteluun ja jopa toisten mustamaalaamiseen. (Emt., 78–81.) Monissa Euroopan maissa, huolimatta eroista, lehdistön kirjalliset juuret ovat yhä huomattavissa. Kommentoinnin, tulkinnan ja arvottamisen elementtejä käytetään paljon ja jopa sekaisin itse uutisen kuvaamisen kanssa. Älyllisyys on tärkeää. Toimittajan ammatti onkin puoliksi kirjailijan tai intellektuellin rooli – etenkin Välimeren maissa toimittajan ammatti sulautui poliittisten ja kirjallisten ammattien kanssa, alkoihan Manner-Euroopassa alan koulutuskin Yhdysvaltoja ja Britanniaa myöhemmin. (Emt., 85–87.)

### **3.1.2 Välimeren mediamalli**

Tämä luku perustuu Hallinin ja Mancinin (2004) kolmen mediamallin teorian esittelevään kirjaan ”Comparing Media Systems”. Kolme mallia ovat Välimeren malli, eli polarisoituneen pluralismin malli, demokraattisen korporatismien malli ja liberaali malli. Espanja kuuluu malleista ensimmäiseen ja Suomi puolestaan toiseen. Liberaali malli on vallassa puhtaimmillaan Yhdysvalloissa. Hallinin ja Mancinin teoria on nykyään paljon käytetty mediajärjestelmien vertailumalli. Sen vahvuus on ottaa monia asioita huomioon. Mediamalleja erottavat muun muassa lehtien levikkierot, median käytön tavat, median poliittinen sitoutuminen, ammatilliset normit, valtion sekaantuminen ja median poliittinen välineellistyminen, eli instrumentalisoituminen. Pyrkimys ei ole osoittaa, että samaan mediamalliin kuuluvat maat olisivat täysin samanlaisia. Yhteisiä piirteitä kuitenkin löytyy. Esittelen seuraavaksi Välimeren mediamallin, joka vaikuttaa vahvasti tutkimukseni pohjana. Keskityn luonnollisesti erityisesti Espanjaa ja tiedotusvälineistä etenkin lehdistöä koskeviin näkökulmiin.

Välimerelliseen mediamalliin kuuluvat puhtaimmillaan Espanja, Italia ja Kreikka sekä jossain määrin myös Ranska. Maita yhdistää se, että kapitalismi, teollistuminen ja demokratia saapuivat niihin Pohjois-Eurooppaa myöhemmin. Lisäksi kirkon sekä valtion asema on näissä maissa perinteisesti ollut erittäin merkittävä. Koska kaupallinen media kehittyi hitaasti, journalismi ei

voinut toimia itsenäisenä instituutiona vaan oli riippuvainen valtiosta, kirkosta, puolueista tai rikkaista tukijoista. Media oli lähinnä eliittiä varten ja levikit pieniä, eikä massalehdistöä koskaan kunnolla syntynyt. (Emt., 89–91.) Kun liberalismi saapui muuhun Eurooppaan, Välimerellä elettiin vielä feodaalijärjestelmässä ja kulttuuria hallitsi kirkko. Kansa eli yhä pitkälti maataloudesta, porvarillinen keskiluokka ja urbaani työväenluokka puuttuivat lähes kokonaan. Koska markkinavoimat eivät tarvinneet massalehdistöä, sellainen ei kehittynyt. (Emt., 128.)

Espanjassa diktatuuri katkasi massapuolueiden ja puoluelehdistön kehityksen. Kun diktatuuri päättyi 1970-luvulla, massalehdistö ei käytännössä ollut enää mahdollinen, sillä televisio ja radio olivat jo vakiinnuttaneet paikkansa. Vaikka kaikissa Välimeren maissa nähtiin 1970–80-luvulla käänne kaupallisen lehdistön suuntaan – Espanjassa perustettiin *El País*, *Diario 16* ja *El Periódico de Catalunya* – ja levikit kasvoivat, lehdet edelleen tavoittivat koulutetun, varakkaan ja tietyn poliittisen identiteetin omaavan vähemmistön. Suurin osa lukijoista on miehiä. Lehdet ovat pääosin irtonumeromyynnin varassa, mutta tabloidilehdistö puuttuu. Sen sijaan urheiluun keskittyvät päivälehdet ja viihteelliset viikkolehdet ovat sangen suosittuja. (Emt., 95–97.)

Välimeren media on vahvasti poliittista ja kommentointi on oleellinen osa journalismia. Sanomalehdillä on yleensä poliittinen linja, joka heijastuu sen lukijoiden poliittisissa asenteissa. Sekä journalisteilla että mediayhtiöiden omistajilla on poliittisia siteitä tai liittoutumia, ja on yhä tavallista, että toimittajasta tulee poliitikko tai toisin päin. (Emt., 98.) Nykyään Espanjan media on sangen vahvasti poliittisesti sitoutunut ja jakaantunut kahteen taistelevaan leiriin niin kuin politiikka ylipäättään. Kuitenkin neutraali professionalismismi elää poliittisen asianajotyölin rinnalla varsin mallikkaasti etenkin Espanjan lehdistössä. (Emt., 104–105.)

Aiemmin toimittajan työ oli vain huonosti palkattu ponnahduslauta politiikkaan tai kirjailijaksi. Nykyään ammatin status on noussut, mutta Välimeren maiden toimittajien professionalismin taso on alhaisempi kuin Pohjois-Euroopassa. Se ei tosin tarkoita, etteivätkö he olisi koulutettuja. Sen sijaan ammattiliittojen ja eettisten koodistojen merkitys on pieni. Alueen ainoa itsesääätelyelin on Katalonian julkisen sanan neuvosto Consell de la Informació de Catalunya. (Emt., 110–113.) Itsenäisyyden puute on Välimeren maiden medialle hyvin tyypillinen piirre. Monet eri tahot, etenkin poliittiset puolueet ja kirkko, käyttävät mediaa välineenä voidakseen puuttua politiikkaan. Omistajien valta on erityisen suuri jopa julkisella sektorilla. Useimmissa Välimeren maissa on tosin käytössä ”omantunnon laki”, jonka perusteella toimittaja saa korvauksen, jos lehden ideologia muuttuu. (Emt., 113–116.)



Valtiolla on läpi historian ollut merkittävä asema Välimeren maissa eikä media ole poikkeus. Valtiovallalta kuitenkin usein puuttuu resursseja todelliseen median kontrollointiin; tai poliittisen yksimielisyyden mahdottomuus vähentää mediavallan tehoa. Vaikka diktatuurin sensuuria ei enää ole, sen jäänteitä näkyy nykyisissä demokratioissa. Ranskassa ja Italiassa valtion tarjoama lehdistötuki on huomattava, mutta Espanjassa virallisia tukia ei ole, vaan valtio rahoittaa etenkin pikkulehtiä mainostamalla. Tällainen mainostaminen on huomattava poliittisen painostuksen muoto. Valtion vahva rooli välimerellisessä mediamallissa on siis vähentänyt median tehtävää vallan vahtikoirona ja kriittistä, tutkivaa journalismia. 1980- ja 1990-luvulla poliittiset skandaalit muuttivat median suhdetta vallanpitäjiin. Kunnioitus ja tottelevaisuus vaihtuivat vastustukseen. Tosin Espanjassa, koska medially on poliittisia painotuksia, lehdet tonkivat vain vastapuolen edesottamuksia. Välimeren maissa yleisesti medially on taipumus kehystää tapahtumat moraaliseksi skandaaleiksi ja edustaa kiukkuista kansaa korruptoitunutta poliittista eliittiä vastaan. (Emt., 119–124.) Tällä hetkellä, kun kirjoitan tätä Espanjassa maaliskuussa 2009, aamutelevisiossa keskustellaan poliittisesta skandaalista, jossa lehdet ovat vahvasti mukana. Hallitsevaa PSOE:ta tukeva sanomalehti *El País* on julkaissut uutisia oppositiopuolue PP:n korruptio- ja vakoiluepäilyistä, ja PP:tä tukeva *El Mundo* on syyttänyt *El Paísin* julkaisemia asiakirjoja väärennyiksi. Juttu vaikuttaa tyypilliseltä loputtomalta pääpuolueiden ja -lehtien juupas-eipäs-väittelyltä, jollaisia olen nähnyt Espanjassa usein.

Polarisoitunut pluralismi tarkoittaa, että puolueita on paljon ja niiden ideologiat eroavat toisistaan selkeästi. Välimeren maille tällainen poliittinen kirjo on tavallista. Espanjassa suuria puolueita on tosin vain kaksi, jo mainitut PSOE ja PP, jotka ovat hallinneet vuorotellen Francon diktatuurin päättymisen jälkeen. Ne ovat jatkuvasti napit vastakkain, vaikka todellisuudessa puolueiden linjat ovat joissakin asioissa sangen samankaltaisia. Tällainen jatkuvien taisteluiden sävyttämä poliittinen ilmapiiri vahvistaa median poliittisia siteitä entisestään. Toimittajat näin ollen ajattelevat, että neutraali raportointi on opportunistia, naiivia ja epäjohtonmukaista. Faktat eivät puhu puolestaan, joten journalistin täytyy kommentoida. Polarisoituneen pluralismin maissa politiikka on sotkuista neuvottelua ja kaupankäyntiä, joka käydään mieluiten epävirallisesti median ulkopuolella. Etenkin lehdistöllä on tässä järjestelmässä merkitystä areenana, jota poliitikot seuraavat ja jota he käyttävät viestiessään keskenään. Aivan kuin media olisi tarkoitettu heille itselleen eikä suurelle yleisölle. (Emt., 129–133.) Mielenkiintoinen piirre Välimeren medially on klientilismien vaikutus, vaikka se yhteiskuntajärjestelmänä onkin päättynyt. Tieto ei siis Välimeren maissa ole julkisesti jaettavaa vaan yksityisomaisuutta, josta voi käydä kauppaa. Näin ollen henkilökohtaisilla suhteilla on tiedonsaannissa paljon merkitystä. (Emt., 136–137.)

Hallin ja Mancini eivät aseta eri mediamalleja arvojärjestykseen, mutta heidän mielestään Välimeren malli voi tuntua sekä toimittajien, mediatutkijoiden että kansalaisten mielestä ongelmalliselta. Haittoja ovat muun muassa pienet levikit, lukijoiden miesvaltaisuus, tiedonsaannin rajoitukset, paineet olla kritisoimatta sekä poliittisten ja taloudellisten tahojen harjoittama median käyttö välineenä. Kansalaisten kannalta ikävintä on se, että media keskittyy kertomaan vain poliittisista peleistä, strategioista, poliitikkojen peliliikkeistä ja epäonnistumisista. Tavallista kansaa koskevat poliittiset uutiset jäävät varjoon. Silti ei voida sanoa, että Välimeren maat olisivat takapajula tai että julkinen keskustelu ei olisi vapaata. (Emt., 139–142.)

Hallinin ja Mancinin mukaan kolme mediamallia muuttuvat jatkuvasti ja etenkin markkinavetoisen liberaalin mallin piirteet leviävät Eurooppaan. Puolueiden ideologiset rajat hämärtyvät ja poliittinen uutisointi on yhä henkilökeskeisempää. Myös median poliittiset siteet näyttävät vähenevän. Hallin ja Mancini esittävät viisi ilmiötä, jotka muokkaavat mediamalleja samankaltaisiksi: amerikanisaatio, teknologinen kehitys, modernisaatio, individualismi ja kaupallistuminen. (Emt., 251–254.) Kuten johdantoluvussa ilmaisin, yksi tutkimusongelmistani on, miten Hallinin ja Mancinin esittelemä välimerellinen mediamalli näkyy tai ei näy aineistossani. Kiinnostavaa on myös pohtia, mistä mahdolliset poikkeamat johtuvat. Palaan siis Hallinin ja Mancinin ajatuksiin myöhemmin.

### **3.2 Sensuurista televisiovaltaan**

Niin kuin edellä on käynyt ilmi, Espanja eli vielä selvästi maataloudesta, kun muualla Euroopassa markkinatalous, teollistuminen ja kaupungistuminen jo muuttivat yhteiskuntaa. Vuonna 1900 lähes puolet silloisesta yli 18 miljoonan asukkaan kansasta oli lukutaidottomia, ja vielä vuonna 1930 kolmasosa (Fundación Foessa 1976, 212). Nykyinen Espanja on 17 autonomiseen alueeseen jaettu maa, jossa asuu arviolta 46 miljoonaa ihmistä, ja noin 11 prosenttia kansasta on siis ulkomaalaisia. Maan virallinen kieli on espanja, mutta myös katalaanilla, baskilla ja gallegolla on virallinen asema autonomisilla alueilla. Euroopan Unioniin Espanja liittyi vuonna 1986. Käyn seuraavaksi läpi Espanjan median historiaa 1900-luvulla, sillä se on varsin erilainen verrattuna esimerkiksi Suomeen. Lopuksi kuvailen Espanjan median nykytilaa.

1930-luvulla Espanjan lehdistö oli kirjava viuhka aina radikaaleista vasemmistolehdistä, kuten *Solidaridad Obrera*, tiukimpaan oikeistolinjaan saakka. Tärkeimmät oikeistolehdet olivat *ABC* ja *El Debate*. Poliittinen elämä oli sekasortoa, joten lehdistökin oli – monipuolisuudestaan huolimatta –

melko sekavassa tilassa ennen sisällissotaa, joka käytiin 1936–39. (Barrera 1995, 17–20.) Sisällissodan vuodet merkitsivät pluralismin tappiota ja median kriisiä: se oli vain yksi ase lisää taistelussa. Vasemmiston ja oikeiston välinen kuilu syveni entisestään. (Emt., 30–31.) Falangistien voitto, Francisco Francon diktatuuri ja sen myötä vuoden 1938 lehdistölaki merkitsivät journalismin totaalista kontrollia Espanjassa.

Vaikka sisällissota päättyi huhtikuussa 1939, espanjalaiset kokivat yhä, että sota voisi palata. Toinen maailmansota ja sen jälkeen Espanjan eristäytyminen muusta maailmasta loivat kireän tunnelman. Tiukan lehdistölain taustalla vaikutti ajatus, että juuri pluraali lehdistö oli ajanut maan kaaokseen ja anarkiaan, joten mediaa haluttiin hallita kuten sodan aikana. Ennakkosensuurin punakynä oli täten ankara ja se ulottui kaikkiin julkaisuihin. (Emt., 42–45.) Voidakseen ylipäättään työskennellä, toimittajan tuli vannon uskollisuutta Francon hallinnolle (emt., 52). Tiedonsaantia kontrolloimaan perustettiin uutistoimisto Efe, jonka tehtävä oli puuttua ulkomailta saapuvaan informaatioon, jotta lehdet eivät saisi käsiinsä hallituksen mielestä epämiellyttäviä uutisia. Efe, joka on yhä Espanjan suurin uutistoimisto, oli myös tärkeä väline Francon hallituksen propagandan levittämiseen. (Emt., 37–38.) Vallanpitäjillä, eli El Movimientolla, oli myös omat lehtensä, joista tärkein oli *Arriba* (emt., 62).

Paineet sensuurin lieventämiseksi kasvoivat vuosi vuodelta, esimerkiksi paavi Pius XII vaati vapaata mielipiteenilmaisua vuonna 1950. Vasta tiedotusministeri Gabriel Arias-Salgadon vaihtuminen Manuel Fragaan vuonna 1962 aloitti uuden kauden. Fraga suunnitteli uutta lehdistölakia neljä vuotta, totuttaen sekä mediaa että poliittista eliittiä tulevaan avautumiseen. Ennakkosensuuri väheni, tiedotustoiminta parani ja uusia lehtiä syntyi. Jopa poliittinen satiiri oli mahdollista. (Emt., 88–91.) Moni toimittaja kuitenkin pettyi vuoden 1966 lehdistölakiin, sillä ennakkosensuuri oli ainakin ollut helppo. Nyt piti jatkuvasti miettiä, mitä sai kirjoittaa ja mitä ei. Epävarmuus ja sanktioiden pelko olivat jatkuvasti läsnä ja johtivat itsesensuuriin. Painostus viranomaisten ja poliitikkojen taholta oli jatkuvaa. (Emt., 96–100.)

Televisiolähetykset alkoivat Espanjassa vuonna 1956, mutta Fragan aloittaessa vuonna 1962, Espanjassa oli televisiovastaanottimia vain noin 300 000. Television sijaan hallitus keskittyi propagandaan elokuvateattereissa, missä ennen elokuvaa kansa sai pakollisen annoksen ”onnellista ja ongelmatonta Espanjaa” eli Francon puheita tai vierailuja, kuvia härkätaisteluista, uuden tekoaltan vihkimisestä tai jalkapalloseura Real Madridin voitoista. Fraga kuitenkin tuki televisiota, ja 1960-luvun taloudellisen kasvun siivittämänä siitä tuli todellinen massojen viestintäväline. (Emt.,

84–88.) Televisio myös loi osaltaan idoleita. Viihteelliset viikkolehdet, jotka sisälsivät paljon kuvia kuuluisuuksista ja vain vähän tekstiä, saavuttivatkin valtavan suosion diktatuurin viimeisinä vuosina. (Emt., 165.) Miljoonayleisönsä vuoksi televisiosta tuli vallanpitäjille tärkeä. Television todellisuutta oli helppo hallita, esimerkiksi lakoista tai mielenosoituksista vaiettiin. Oli olemassa kaksi Espanjaa: aito ja ”televisio-Espanja”. (Emt., 172–173.)

Fragan laki mahdollisti median avautumisen alun. Diktaattori Francon kuoleman 1975 jälkeen, kun Espanja siirtyi demokratiaan, kaikki kontrolli poistui. Vallanpitäjillä ei ollut enää oikeutta lopettaa lehtiä. Oli vihdoinkin mahdollista ilmaista ajatuksia vapaasti, eikä vapautta ole haluttu rajoittaa edes itsesääteilyllä. Demokratisoitumisen jälkeen lehtien määrä on kasvanut, mutta levikit ovat yhä pieniä. Ilmaisjakelulehdet ovat sen sijaan saaneet suuren suosion viime vuosina. Myös median keskittyminen on huomattava kehitystrendi. (Barrera 2008.) Koska tiedotusvälineillä oli tärkeä rooli Espanjan demokratisoitumisessa, toimittajasta tuli yhä poliittisempi hahmo (Ortega & Humanes 2000, 123–124). Kuitenkin ammattiliittoihin kuuluminen nähdään suoraan puolueeseen sitoutumisena, eikä se ole toimittajalle sopivaa (Canel & Piqué 1998, 306). Toimittajan ammatin kontrollointi oli monen mielestä vastoin sananvapautta: jokaisella tuli olla oikeus käyttää tiedotusvälineitä (Ortega & Humanes 2000, 144).

Espanjan lehdistön tilaan vaikuttaa nykyään paitsi jatkuvat teknologiset muutokset, myös paperin hinta. Koska paperi saadaan Skandinaviasta tai Kanadasta eikä kotimaasta, se on kallista. Vuonna 1987 Espanjassa myytiin noin 3 miljoonaa sanomalehteä päivässä ja vuonna 1995 luku oli jo 4,2 miljoonaa. Kasvu johtuu lähinnä urheilulehti *Marcan* ilmiömaisesta suosiosta. (Reig 1998, 149–150.) Päivittäin julkaistavista sanomalehdistä *Marca* on suosituin. Sillä on noin 2,6 miljoonaa lukijaa päivässä, *El Paísilla* lukijoita on 2,2 miljoonaa ja luetuimpien listalla kolmanneksi tulee *El Mundo* reilulla 1,3 miljoonalla lukijallaan. Ilmaisjakelulehdistä, jotka ilmestyvät vain maanantaista perjantaihin, *20 minutos* kerää noin 2,9 miljoonaa ja *Que* vajaan 2,3 miljoonaa lukijaa. Viihteelliset viikkolehdet ovat erittäin suosittuja: *Prontolla* on lukijoita 3,5 ja *Holalla* 2,4 miljoonaa. (AIMC 2008.)

Vuoden 2008 tilaston mukaan espanjalaisista noin 42 prosenttia lukee sanomalehtiä, noin 53 prosenttia kuuntelee radiota ja lähes 89 prosenttia katsoo televisiota päivittäin. Televisio siis on todellinen massamedia. Sanomalehtien lukijoiden kohdalla tilasto ei tosin erottele, kuinka moni lukee urheiluun keskittyviä sanomalehtiä, kuten suosittua *Marcaa*, ja kuinka moni yleissanomalehtiä. Keskimäärin espanjalainen katsoo televisiota 225 minuuttia päivässä, eli melkein

4 tuntia. Internetiä käyttää vuoden 2008 tilaston mukaan noin 30 prosenttia kansasta, vaikka vielä vuonna 2005 osuus oli alle 20 prosenttia. Sekä netinkäyttäjistä että sanomalehtien lukijoista suurin osa on miehiä, mutta television kohdalla sukupuolijakauma noudattaa väestön tavallista sukupuolijakaumaa. Ylin yhteiskuntaluokka käyttää eniten kaikkia muita tiedotusvälineitä paitsi televisiota: sanomalehtiä lukee jopa 60 prosenttia yläluokasta, mutta alimmasta yhteiskuntaluokasta vain 17 prosenttia. (AIMC 2008.)

Espanjassa sekä sanoma- että aikakauslehti ostetaan kioskista. Koska itse olen tottunut sanomalehteen tilattuna – lehden seuraan aamukahvipöydässä – en voi olla miettimättä, mitä irtonumeromyynti tekee lehtien lukemiselle. Ostopäätös täytyy tehdä joka kerta erikseen. Vaikka osto olisi tapa, sen kenties helpommin kyseenalaistaa rahapulan sattuessa. Toisaalta tilatun lehden lasku on suurempi summa ja siksi köyhälle ehkä kynnyskysymys. Jos heittää euron päivässä kioskille, ei välttämättä koskaan laske, millainen summa lehdenluvusta kertyy vuodessa. Lehden ostohetkellä pitää myös tietää, että lukemiselle on aikaa ja rauhaa. Tilatun lehden voi sen sijaan joku päivä kiireen vuoksi jättää lukematta. Ihmisellä on luontainen taipumus arvostaa asioita enemmän, jos niiden eteen näkee vaivaa. Jos siis nähdään vaiva, eli kioskille meno ja rahan käyttö lehteen, tuleeko lehti myös helpommin luettua?

### **3.3 Espanjalainen toimittaja nyt**

Espanjalainen toimittaja Raquel Fernández (1997) tutki, millaisessa tilassa espanjalaiset toimittajat ovat kaksikymmentä vuotta demokratisoitumisen jälkeen. Lähtökohtana Fernándezilla oli media-alan todistettava huono tila: työttömyys, matalapalkkaisuus ja arvostuksen puute. Tutkimus on tehty 1990-luvun laman jälkeen. Fernández muistuttaa, että lama sai monet mediayhtiöt vähentämään työvoimaa. Lisäksi Espanjan työlakien muutokset, kuten osa-aikatyön mahdollisuus, ovat vaikuttaneet mediatyöhön. Fernándezin mukaan media-alalla on yhä tavallisempaa palkata työntekijät työnvälitystoimiston kautta tai epävarmalla harjoittelusopimuksella, mikä mahdollistaa palkkojen puolittamisen. Journalismia kuitenkin opetetaan yliopistossa, joten koulutuksen ja työn todellisuuden epäsuhta on suuri. Fernándezin tutkimusta siivittää hänen oma kokemuksensa toimittajana. Häntä kiinnostaa ristiriita, miten journalisteihin Espanjassa suhtaudutaan: Toimittajien oletetaan ansaitsevan rutkasti rahaa, saavan matkustaa paljon ja tavata mielenkiintoisia julkisuuden henkilöitä. Kuitenkin jopa monet hyvät toimittajat joutuvat jättämään alan, koska palkka ei yksinkertaisesti riitä.

Fernándezin haastattelemat toimittajat valittavat kaikki palkkaansa, joka on epäsuhdassa työn vastuun ja vaativuuden kanssa. Joillakin ei ole edes kirjallista työsopimusta. He kokevat vähäistä arvostusta sekä yhtiöiden että jopa kollegoiden taholta. Olo on kuin hyväksi käytetyllä hölmöllä. Kuitenkin toimittajat rakastavat työtään eivätkä haluaisi vaihtaa alaa. Fernández nostaa esiin myös joidenkin toimittajien toiveet siitä, että journalistiselle alalle saataisiin Espanjassa parempi sääntely, kuten minimi- ja maksimipalkkajärjestelmä, oma etujärjestö ja säännöt siitä, kuka alalle voi päästä. Toimittajien toivomasta professionalismista ollaan Fernándezin tutkimuksen mukaan kaukana. Fernández epäilee, että tulevaisuudessa tilanne ei tule paranemaan lainkaan. Minä osaltani tässä tutkimuksessa seuraan, onko tilanne muuttunut kymmenessä vuodessa: Valittavatko espanjalaiset toimittajat yhä huonoa palkkaa ja työn epävarmuutta sekä arvostuksen puutetta? Onko näkökulma tulevaan yhtä pessimistinen kuin Fernández povaa?

Canel ja Piqué (1998) lähtevät Fernándezin tavoin tutkimaan Espanjan demokratisoitumisen jälkeen tapahtunutta median muutosta. Heidän vuonna 1991 tehdyn tutkimuksensa hypoteesi on, että nuorten ja vanhojen, eli alle ja yli 45-vuotiaiden, toimittajien välillä on selvä ero, koska toiset ovat kokeneet Francon ajan median ja toiset eivät (emt., 300–301). Oletus on, että vanhemmilla toimittajilla ilmenee tulkitsijan ja asianajajan rooleja, kun taas nuoremmat vannovat vapauden ja puolueettomuuden nimiin. Aineisto tuki tätä oletusta. (Emt., 311.) Toimittajat eivät kokeneet omistajien painostusta suureksi eikä esimiesten ja alaisten välillä nähty juurikaan konfliktia. Nuoremmat toimittajat tosin kokivat paineet suuremmiksi, mikä on ymmärrettävää, koska heillä ei ole vielä kokemuksen tuomaa varmuutta. (Emt., 313–314.)

Objektiivisuus nousi Canelin ja Piqué'n kyselyssä tärkeäksi, mutta sen määrittelyssä oli hajontaa. Eniten vastattiin, että objektiivisuus on ”enemmän kuin kerätä kommentteja eri osapuolilta” ja toiseksi eniten, että se on ”molempien osapuolien tasapuolinen tutkiminen poliittisessa konfliktissa”. Vain noin 15 prosenttia vastasi Canelin ja Piqué'n mielestä ”oikein”, eli että objektiivisuus merkitsee ”yhtäläisen mahdollisuuden antamista osapuolille poliittisessa konfliktissa”.

Canelin ja Piqué'n aineiston perusteella näyttää myös siltä, että vanhemmat toimittajat ovat vahvemmin omaksuneet oikeaoppisen, klassisen objektiivisuuden. Demokratisoitumisessa mukana olleet toimittajat olivat poliitikkojen puolella diktatuuria vastaan ja näkevät siksi poliitikkojen kritisoinnin demokratian vastaiseksi. Canel ja Piqué päättelevät, että espanjalainen journalismi on muuttumassa nuorten toimittajien myötä puolueettommaksi, fakta- eikä ideologia- lähtöiseksi ja

etäisemmäksi vallasta. (Emt., 316–318.) Canelin ja Piquén näkökulma on mielenkiintoinen, sillä minunkin aineistooni kuuluu sekä nuoria, demokratian piirissä kasvaneita, että jo Francon ajalla media-alalla toimineita toimittajia. Pienellä aineistolla on vaikea tehdä kunnon vertailua, mutta kenties jonkinlaisia painotuseroja kahden ikäpolven välillä on nähtävissä omassakin aineistossani. Toisaalta voidaan olettaa, että vuonna 1991 eri sukupolvien välinen kuilu tuntui suuremmalta kuin nyt. Minua kiinnostaa myös se, miten vanhemman ikäluokan toimittajat suhtautuvat vastavalmistuneisiin.

Borrat (1989) katsoo, että espanjalainen toimittaja on poliittinen toimija, jolla on rooli etenkin konflikteissa. Borratin teorian mukaan politiikka koostuu konflikteista, ja jokaisen sanomalehden täytyy kehittää strategia voidakseen toimia tehokkaasti näissä konflikteissa; voidakseen ylipäättään tuottaa tulosta ja omata vaikutusvaltaa. Poliitiikka on lehden ydin, se löytyy joka osastolta ja jopa mainoksista. Lähdesuhteet ovat erityisen tärkeitä, kun konflikteista kerrotaan tai niitä kommentoidaan. Lehti voi tosin olla myös yksi konfliktin osallisista, mikä tarkoittaa median todellista poliittisuutta. Borratin näkökulma median poliittisuudesta 1980-luvun lopun Espanjassa sopii Välimeren mediamalliin. Minä epäilen, että nykyään vahva poliittinen tehtävä on vähintäänkin murroksessa, ellei jo selvästi muuttunut. Kuinka tärkeänä nykytoimittajat pitävät politiikanosastoa ja lehden poliittisuutta?

Asociación de la Prensa de Madrid -järjestön (2008) raportin mukaan espanjalainen media elää juuri nyt vaikeita aikoja, niin kuin moni muukin ala. Espanjalaisille toimittajille tehdyn kyselyn mukaan ammatin ongelmat vuonna 2008 olivat tärkeysjärjestyksessä: ammattiin pääsyn sääntelemättömyys, eli toimittajaksi palkataan muita kuin siihen koulutuksen saaneita, huono palkka, työttömyys, opiskelijoiden käyttö ammattilaisten tilalla, epävarmuus, eettisten koodistojen puute, vaikeus yhdistää työ ja perhe-elämä sekä itsenäisyyden puute. Skandaalinhakuisuus ja epäeettiset toimintatavat esimerkiksi Madridin lentoturman uutisoinnissa, politiikan polarisoituminen, informaation ja mielipiteen sekoittuminen sekä lähteiden hyväksikäyttö huolestuttavat toimittajia.

Raportin mukaan espanjalaisista toimittajista noin 78 prosentilla on yliopistotutkinto journalismista. Toimittajista on naisia 48 prosenttia, mutta alan opiskelijoista naisia on 70 prosenttia, eli suunta on samanlainen kuin Suomessa. Noin 32 prosenttia toimittajista työskentelee päivälehdissä, 19 prosenttia televisiossa, 14 prosenttia radiossa, 10 prosenttia aikakauslehdissä, 4 prosenttia netissä ja vajaan 4 prosenttia uutistoimistoissa. Työmarkkinoiden epävarmuus on tämän hetken suurin ongelma Espanjan media-alalla, mikä tarkoittaa pätkätöiden yleisyyttä, työttömyyden uhkaa ja

taloudellista haavoittuvuutta. Näyttää siltä, että muutos on väistämätön. Mielenkiintoinen yksityiskohta on, että raportin mukaan kansalaiset antavat kyselyssä median poliittisuudelle arvon 7,3, kun asteikko on 1–10 ja 10 tarkoittaa suurta politisoitumista. Median uskottavuus saa puolestaan kansalta arvon 6,1. Yleisön osoittama luottamuksen puute on raportin mukaan osasyynä siihen, että ala kärsii taloudellisen kriisin aikana. Hyvä maine kantaisi laman yli. (Asociación de la Prensa de Madrid 2008, 17–19.)



## 4. Tutkimuksen toteutus

### 4.1 Barcelonan kilpakaksikko

Tutkin espanjalaisia toimittajia, mutta tutkimushaastattelut teen Espanjan itsehallintoalueella Kataloniassa, Espanjan toiseksi suurimmassa kaupungissa Barcelonassa. Tutkimustani voisi kuvata jopa sanalla antropologinen, sillä menen tarkkailemaan vierasta kulttuuria. Tosin ammatti on sama. Valitsin aineistoksi barcelonalaisten *La Vanguardian* ja *El Periódico de Catalunya*n (jatkossa *El Periódico*) toimittajien haastattelut, molemmista sanomalehdistä haastattelen 5–6 toimittajaa. Olen itse asunut Kataloniassa yhteensä puolitoista vuotta ja lukenut molempia lehtiä, joten mielestäni on helpompi valita nämä, kuin jotkin esimerkiksi pääkaupungissa Madridissa ilmestyvät lehdet. Kahden lehden piiristä varmasti löytyy monenlaisia toimittajia.

*La Vanguardia* ja *El Periódico* kuuluvat Espanjan luetuimpiin yleissanomalehtiin, heti Madridissa ilmestyvien *El País*n ja *El Mundon* jälkeen. Lehdet kuitenkin poikkeavat etenkin taustaltaan melkoisesti. *La Vanguardia* on perustettu jo vuonna 1881, sen ideologian sanotaan olevan lähellä keskustaa tai oikeistoa ja Katalonian itsenäisyyttä kannattavaa CiU-puolueliittoa, vaikka tätä ei sanotakaan missään suoraan (ks. esim. Hallin & Mancini 2004, 105). *El Periódico* on perustettu vuonna 1978, eli Espanjan demokratiaan siirtymisen mainingeissa. Pyrkimys oli tehdä vakavaa, itsenäistä ja laadukasta journalismia. Haluttiin vedota lukijoihin, jotka eivät saaneet haluamaansa tietoa ja näkökulmaa *La Vanguardia*sta. Alussa lehdellä oli vaikeaa, mutta etenkin side jalkapalloseura FC Barcelonaan, värilliset sivut ja moderni taitto toivat sille menestystä. (Reig 1998, 74.) Nykyään *El Periódico* pyrkii käsittelemään ihmisläheisempiä aiheita, feature-aineistoa ja enemmän kuvia yhdessä perinteisen poliittiseen uutisointiin panostamisen kanssa (Hallin & Mancini 2004, 96). Ideologialtaan *El Periódico* mielletään yleensä poliittisesti vasemmalle. Lehden *Libro de Estilo* -tyylikirjaan (2007, 331) sisältyvän toimituksen säännösten mukaan *El Periódico* on moniarvoinen, edistyksellinen ja maallinen ihmisoikeuksien ja tasa-arvon puolustaja. *La Vanguardian* omistaa perheyhtiö Grupo Godó, kun taas *El Periódicon* omistaja on suuryhtiö Grupo Zeta. Toimituspäällikkö Busquet paljastaa lehden olevan myynnissä, mikä ei hänen mukaansa silti tule muuttamaan lehteä.<sup>4</sup> Vielä tämän tutkimuksen valmistuessa keväällä 2009 lehti ei ole käynyt kaupaksi. Molemmat yhtiöt omistavat myös muuta mediaa, kuten sanomalehtiä, aikakauslehtiä tai radiokanavia.

---

4 Keskustelu toimituksen esittelyn yhteydessä 19. joulukuuta 2007.

Toimituspäällikkö Molinan mukaan *La Vanguardia*ssa on noin 200 toimittajaa, joista 120–130 työskentelee toimituksessa Barcelonassa ja loput kirjeenvaihtajina eri puolilla Espanjaa sekä useissa pääkaupungeissa ympäri maailmaa.<sup>5</sup> Molina kertoo, että tulevaisuudessa *La Vanguardia* aikoo tehostaa työtä ja rekrytoi vähän uutta henkilökuntaa, koska sisään päässeet eivät halua lähteä. Toimituspäällikkö Busquet puolestaan sanoo, että *El Periódicon* toimitukseen pitäisi saada lisää sekä nuoria että naisia, mutta monien naisten on vaikea yhdistää työtä ja perhe-elämää. Hänen mukaansa lehden koko toimituksen henkilömäärä ylittää 300:an. *El Periódicon* erityispiirre on se, että se julkaisee joka päivä version sekä espanjaksi että katalaaniksi, mikä selittää myös suuremman henkilöstömäärän. Molinan mukaan *La Vanguardia*ssakin mietitään katalaaninkielisen version aloittamista, esimerkiksi vain verkossa.

Levikeiltään *La Vanguardia* ja *El Periódico* ovat todellisia kilpailijoita Kataloniassa. *El Periódicon* menestyksen vuoksi *La Vanguardia*ssa on tehty muutoksia sekä sisällön että ulkonäön suhteen (Reig 1998, 92). AIMC:n vuonna 2008 tekemän tutkimuksen mukaan *El Periódicolla* on päivittäin 808 000 lukijaa ja *La Vanguardialla* 695 000. Ero on kasvanut viimeisten vuosien aikana, mutta kumpikaan lehti ei varsinaisesti ole viime aikoina menettänyt lukijoita, joten *El Periódicon* kasvava levikki johtunee täysin uusista lukijoista. Lehtien internet-sivujen kävijämääriä johtaa *La Vanguardia*, jonka sivulla on tilastojen mukaan 462 000 eri vierailijaa kuussa, kun *El Periódicon* vastaava luku on 391 000 (AIMC 2008). Samoin *La Vanguardialla* on Espanjassa eniten tilaajia, joille lehti tulee suoraan kotiin. Toimituspäällikkö Molinan mukaan tilauksia oli vuonna 2007 noin 64 000.

Sekä *La Vanguardia* että *El Periódico* ovat avokonttoreita, eikä työpisteiden välillä välttämättä ole edes sermiä. Toimitukset sijaitsevat kaupungin keskustan ulkopuolella, tosin eri puolilla, molemmat massiivisessa rakennuksessa ja vieläpä yläkerroksissa. Turvajärjestelyt ovat mittavat; suljettuja ovia ja turvamiehiä näkyy paljon. Tämä saa miettimään, miten etäiseksi tavallinen kaduntallaaja lehden toimituksen kokee. Havaintojeni mukaan Suomessa toimitukset nimenomaan pyrkivät ihmisten lähelle, keskelle elämää, mieluiten lähes katutasoon kaupungin keskustaan.

Odottaessani haastateltavaa *La Vanguardian* toimituksen eteisessä sattui mielenkiintoinen tapaus. Portille tuli keski-ikäinen tärkeän näköinen mies, joka puhui katalaania. Hän oli siis jo käynyt turvatarkastuksen ja päässyt yläkertaan toimituksen ovelle saakka. Mies sanoi

---

5 Keskustelu toimituksen esittelyn yhteydessä 17. joulukuuta 2007.

vastaanottovirkailijalle, että hänellä on hyvin tärkeä juttuaihe, etusivun materiaalia. Hän pyysi saada puhua "hyvän toimittajan" kanssa. Virkailija tiskin takana pyöritteli päätään: ”ei ole ketään, voin antaa vain toimittajien puhelinnumeroita.” Mies toisti, ettei halua uskoa niin tärkeää uutista kenelle tahansa saati puhelimitse, kun kerran oli tullut toimitukseen saakka. Huomasin, miten toimituspäällikkökin käveli ohi vilkaisematta miestä. Lopulta uutisentuoja ajettiin pois, ja tämä oli ihmeissään ”luulisi että lehteä kiinnostaisi”. En usko, että Suomessa yksikään lehti jättäisi kuulematta tällaisen miehen asiaa. Hän ei vaikuttanut hullulta, ja tuskin toimitukseen saakka moni vaivautuu pelkästään kiusatakseen. En ymmärrä, miksei toimituspäällikkö olisi voinut suoda miehelle edes viittä minuuttia. Onko uutisia todella jo tarpeeksi vai eikö yleisöä vain kuunnella? Harmi kyllä, en hoksannut kysyä asiaa toimituspäälliköltä tai muilta.

## 4.2 Työkaluna teemahaastattelu

Teemahaastattelu on Suomessa suosituin tapa kerätä laadullista tutkimusaineistoa (Eskola & Vastamäki 2007, 25). Tutkimusmenetelmäksi teemahaastattelu, eli puolistrukturoitu haastattelu, sopii muun muassa silloin, kun halutaan sijoittaa haastateltavan puhe laajempaan kontekstiin, syventää saatavia tietoja tai korostaa ihmisen subjektiivista tutkimuksessa (Hirsjärvi & Hurme 2001, 35). Tutkimukseni aihe, espanjalaisten toimittajien ammatti-identiteetti, on juuri sellainen, jossa on hyvä antaa kohteelle itselleen ääni. Tämä syventää kirjallisuudesta ja aiemmasta tutkimuksesta saatavaa tietoa espanjalaisesta journalismista, eli tuo teoriaan käytännönläheisemmän näkökulman. Saadun aineiston voi näin ollen oivasti liittää suurempaan kontekstiin: Espanjan mediajärjestelmään, poliittiseen järjestelmään ja jopa historiaan sekä universaaleihin toimittajan ammatti-identiteettiä käsitteleviin teorioihin. Mielestäni teemahaastattelulla saan kätevästi haravoitua espanjalaisen toimittajan todellisia arvoja, työtapoja ja muita ammatillisen identiteetin elementtejä, joita kyselylomakkeeseen voisi olla vaikea tiivistää.

Koska teemahaastattelu on joustava menetelmä, siinä saa paremmin selville vastausten taustalla olevia motiiveja sekä kuvaavia esimerkkejä. Teemahaastattelun käytön negatiivinen puoli puolestaan on, että se on tutkijalle usein työläs ja vaativa tutkimusmenetelmä. Lisäksi haastattelussa on monia sekä haastattelijasta että haastateltavasta johtuvia virhelähteitä, jotka aiheuttaa sosiaalinen tilanne, ja haastattelussa saadaan paljon epärelevanttia aineistoa. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 34–36). Varmasti haastatteluni tuottaakin paljon epäolennaista aineistoa. Oman lisähankaluutensa tuo kieli, sillä minun on hallittava espanja riittävän hyvin voidakseni kääntää haastattelurungon pätevästi,

asettaa sanani oikein haastattelutilanteessa, ymmärtää haastateltavaa ja lopulta analyysivaiheessa suomentaa oikein. Katson kuitenkin teemahaastattelun maksavan vaivan työläydestään huolimatta, koska turhankin tiedon keskellä saan jonkinlaisen tarttumapinnan todelliseen espanjalaiseen journalismin tekemiseen. Kielihaaste myös motivoi.

Teemahaastattelussa oleellisinta on se, että haastattelu kulkee yksittäisten kysymysten sijaan tiettyjen keskeisten teemojen avulla (Hirsjärvi & Hurme 2001, 48). Edellä esittelemäni Hanitzschin (2007) journalistisen kulttuurin analyysin malli ja sen osa-alue institutionaalisista rooleista on pitkälti teemahaastattelurunkoni teemojen taustalla.<sup>6</sup> Mihin kohtaan espanjalaiset toimittajat akseleilla asettuvat? Pyrkimykseni on tuottaa puhetta kaikista aiemmissa luvuissa erittelemistäni journalistisen työn ulottuvuuksista, eli luoda jonkinlainen kokonaiskuva. Kysymyksiä löytyy paljon, kuten esimerkiksi: Onko tietyn asian ajaminen journalistisin keinoin väärin vai oikein? Onko kansalaisuuteen aktivoiminen oleellista? Entä vallanpitäjien haastaminen? Minulla on tietyt käsitykseni siitä, mihin laitoihin toimittajan tulisi asettua, idea hyvästä journalismista ja hyvästä toimittajasta. Tavoitteeni onkin mennä sisälle toisenlaiseen malliin, unohtaa oma näkökulmani. Pyrkimykseni oli laatia teemahaastattelurunko niin, että mahdolliset omat arvoni ja oletukseni eivät ohjaisi vastaamista. Uskon sen olevan melko mahdotonta toteutua täydellisesti, jos kuitenkin haluan säilyttää keskustelevan otteen. Kuitenkin asia on hyvä pitää mielessä, ettei lähtisi automaattisesti arvottamaan.

Jaoin teemahaastattelun neljään osaan lähinnä Hanitzschin (2007) avulla. Ensimmäinen haastattelun teema on “työnkuva” ja toinen “suhde yleisöön”, jonka miellän Hanitzschin kohtaan “markkinaorientoituminen”. Kolmanneksi teemaksi muotoilin “suhde yhteiskuntaan”, joka vastaa kutakuinkin Hanitzschin patteristossa kohtaa “etäisyys valtaan”. Neljäs teemahaastattelurunkoni osa on reflektio-osa, jossa pyritään pääsemään jo sanotun yläpuolelle arvioimaan espanjalaista mediaa ja toimittajan työtä. Tähän osioon liittyy myös hyvää journalismia ja arvoja koskevaa keskustelua, sekä mietteet tulevaisuudesta. Koska olen koonnut mukaan kysymyksiä monista lähteistä, tai kirjannut vain satunnaisia päähän juolahtaneita mielenkiintoisia kysymyksiä, teemat menevät osittain lomittain. Etenkin suhde yhteiskuntaan ja suhde yleisöön menevät hiukan päällekkäin. Toisaalta työnkuvasta puhuminen helposti viittaa moniin eri kysymyspatterin kysymyksiin. Tutkimukseni teoriaosuudessa käsittelemäni viisi journalistisen työn ulottuvuutta eivät mene yksin haastattelurungon kanssa, sillä tutkimuksen edetessä olen hahmottanut aihetta eri tavalla, ja varsinkin teoriaosa on muuttunut. Esimerkiksi objektiivisuus-teema on haastattelurungossa sijoitettu

---

6 Ks. liite.

yleisösuhteen alle, vaikka se liittyy lähdesuhteisiin. Kuitenkin myöhemmin analyysi-osuudessa lajittelen haastattelurungon kysymykset viiden ulottuvuuden mukaan helpottaakseni aineiston koodaustyötä.

Lähden haastattelussa liikkeelle yksittäisestä ja pyrin lopulta pääsemään yleiseen. Ongelmaksi voi tulla se, että toimittajan ammattipuheeseen liittyy niin paljon asioita, että sekä haastattelijan että haastateltavan voi olla vaikea pysyä aiheessa poikkeamatta sivujuonteisiin. Kaikesta ei voi puhua. Kuitenkin minusta on kiinnostavaa, mikäli haastateltava itse tuo esiin jonkin hänen työssään merkittävän tai hankalan kohdan, vaikkei kysymykseni juuri siihen osuisikaan. Teemahaastattelu on siitä hyödyllinen tutkimusmenetelmä, että se sallii muokkauksen matkan varrella.

## **4.3 Matka haastatteluhuoneisiin**

### **4.3.1 Haastateltavien hankkiminen**

Kontaktin saaminen lehtiin vaikutti aluksi vaikealta, sillä kummallakaan ei ole nettisivuillaan toimituksen sähköpostiosoitteita, ei edes tyypillistä mainintaa “osoitteet ovat muotoa: etunimi.sukunimi@xxx.es”. Vain johtoportaan nimet kerrotaan. Koska en tunne espanjalaisen toimituksen hierarkiaa, en myöskään tiennyt, kenelle haastattelupyynnö tehdä. Soittaminen Suomesta tuntui turhalta, vaikka toki sitä vaihtoehtoa pidin hyvin mahdollisena. Lopulta laadin yleispätevän lähestymiskirjeen espanjaksi ja lähetin sen *El Periódicon* ja *La Vanguardian* päätoimittajille – pääteltyäni ensin sähköpostiosoitteet. Ilmeisesti tieto lähti *La Vanguardiassa* tätä kautta alemmille esimiehille, ja sain vastauksen jo samana päivänä. *El Periódicoon* sain lähettää koko joukon sähköpostiviestejä ylemmille ja alemmille esimiehille, kunnes vihdoinkin sain myöntävän vastauksen.

Toisessa maassa olevia haastateltavia on ainakin tässä tutkimuksessa vaikea valita teemahaastattelun oppien mukaisesti. Haastateltavan motivoiminen on tärkeää, sillä väkisin puristettu lupaus ei välttämättä ole hyväksi (Eskola & Vastamäki 2007, 38). Aiheeni ei onneksi ole arka, joten voin ainakin osin välttää paitsi suostutteluun myös tilanteen vaikeuteen liittyvät dilemmat. Altistun ulkomaalaisena haastattelijana tietenkin tietyille ongelmille, mutta pyrin käyttämään kaikkien kanssa samoja termejä ja luomaan tilanteen mahdollisimman rennoksi ja keskustelunomaiseksi, jotta mahdollisia kulttuurista ja kielestä johtuvia vastakkainasetteluja ei syntyisi. Ehkä ulkomaalaiselle haastattelijalle annetaan helpommin anteeksi mahdollinen tökerö

ulosanti ja hänelle mielellään selitetään oman kulttuurin – tässä tapauksessa työkulttuurin – asioita perusteellisesti. Tämä on toki tutkimukselle eduksi. Olisiko espanjalainen tutkija kehdannut kysyä samoja asioita tai varsinkaan pyytää selittämään käsitteitä?

En siis voinut itse valita tietyn osaston toimittajia ja lähestyä heitä suoraan, vaan jouduin turvautumaan päälliköihin, joita pyysin hankkimaan minulle toimituksesta kuusi tietynlaista haastateltavaa. Halusin tavallisia rivitoimittajia, en esimerkiksi osastojen päälliköitä, jotka ehkä patistettaisiin haastateltaviksi asemansa takia ja jotka ehkä myös siksi olisivat taipuvaisia vastaamaan tietyllä tavalla. Pyysin eri-ikäisiä toimittajia ja molempien sukupuolten edustajia. Kaikilla olisi hyvä olla ainakin muutaman vuoden kokemus, jotta omaa toimittajuutta ja journalismia on helpompi pohtia. Näine toivomuksineni minun ei auttanut muuta kuin luottaa, että kaikki on hoidossa ja että paikan päällä kaikki kyllä selviää. Tosin kaiken vaikeuden takia mieleeni jäi pelko, onnistuuko homma sittenkään.

#### 4.3.2 Lopullinen tusina

Teemahaastattelut tein joulukuussa 2007. Minulla oli aikaa haastatteluille viikko eli käytännössä viisi työpäivää. Tämä tarkoitti vähintään kahta haastattelua päivässä. Menin ensimmäisenä *La Vanguardian* toimitukseen ja minut yllätti turvatoimien laajuus. Laukku läpivalaistiin ja minulle annettiin kulkulupa, jonka avulla pääsin portista sisään. Itse toimituksessa oli rennompaa. Minuun yhteydessä ollut henkilö, eli toimituspäällikkö Molina esitteli talon ja lehden kärsivällisesti, samoin toimituspäällikkö Busquet *El Periódicossa*. Olin saanut haastateltavien nimet ja sähköpostiosoitteet muutamaa päivää ennen matkaa, joten ehdin sopia toimittajien kanssa haastatteluajat itse. Lähetin jokaiselle myös espanjaksi tietoa tutkimuksestani sekä haastattelun teemoista ja kysymyksistä, jotta he pystyivät valmistautumaan. Aikataulu piti yllättävän hyvin. Ainoastaan yksi *La Vanguardian* toimittaja joutui perumaan. En saanut hänen tilalleen niin nopeasti ketään samasta toimituksesta, koska oli jo haastatteluiden viimeinen päivä, mutta sen sijaan *El Periódicosta* löytyi vapaaehtoinen haastateltava lyhyellä varoitusajalla. Näin ollen *La Vanguardian* toimittajia on aineistossa viisi ja *El Periódicon* toimittajia seitsemän.

Pyynnöstäni huolimatta haastateltavat eivät olleet tavallisia rivitoimittajia, vaan joukossa oli eri osastojen toimittajia, editoiva toimittaja, yksi esimies ja jopa yksi kuvaaja. Jouduin siis hiukan muuttamaan kysymyksiä haastateltavan mukaan tai hyppäämään joidenkin kysymysten yli. En silti hermostunut tästä, sillä jokainen haastateltava pystyi kertomaan omasta työstään sekä pohtimaan

espanjalaista mediaa yleisellä tasolla. Haastattelurungon teemajako ei tuntunut tärkeältä, vaan jokainen haastattelu kulki omalla painollaan. Yritin lähinnä pitää huolta siitä, että vähintäänkin kaikki tärkeimmät kysymykset tulisi kysytyä.

Huomasin, että monet haastateltavat olivat kiinnostuneita aiheesta ja puhuivat mielellään ammatistaan – etenkin työhuolistaan. Korostin alusta lähtien, että haastateltavien nimiä ei paljasteta ulkopuolisille. Luottamuksellisista asioista puhuttiin enimmäkseen suoraan, mikä tuo tälle tutkimukselle uskottavuutta. Minulle osoitettiin molemmissa toimituksissa rauhallinen haastatteluhuone, mikä edesauttoi sekä haastattelun sujuvuutta että luottamusta. En huomannut erityistä vastausten kaunistelua tai haluttomuutta vastata, mutta yksi haastateltava oli selvästi ärtynyt ja vastasi kysymyksiin lyhyesti. Tulkitsin tämän kuitenkin niin, että hänellä oli kiireinen päivä eikä haastattelussa istuminen siksi huvittanut. Näin ajattelin siksi, että vastaukset olivat lyhydestään huolimatta vilpittömiä eivätkä esimerkiksi hyökkääviä tai vältteleviä. Kieliongelmiä ei tullut yhtään, sillä ilokseni ymmärsin haastateltavia erinomaisesti ja moni heistä ihmetteli ääneen hyvää espanjantaitoani. Haastattelu kesti yleensä noin tunnin. Lyhytsanaisin haastateltava kahlasi kysymykset läpi 23 minuutissa ja pisin haastattelu vei 1 tunnin 25 minuuttia.

#### **4.4 Tekstimassasta kohti tulkintaa**

Haastattelunauhut ovat tallessa vain minulla, enkä ole missään vaiheessa yhdistänyt haastateltavien nimiä vastauksiin. Litteroin haastattelut itse syksyllä 2008. Litteroidessa pidin tärkeimpänä asian ymmärtämistä, en absoluuttista tarkkuutta. Toisinaan pienillä välisanoillakin on merkitystä, joten kirjasin niitä tilanteen mukaan. Huokaisuja ja naurahduksia kirjasin, jos se tuntui oleelliselta. Vieraan kielen litterointi on joka tapauksessa haastavampaa kuin oman äidinkielen käyttö, joten en halunnut lisätä työmäärääni turhaan. Litteroidessa myös jätin selvästi epäoleellisia kohtia pois kuitaten ne vain lauseella, esimerkiksi ”haastateltava ihmettelee suomalaisten pärjäämistä Pisa-tutkimuksessa”. Litteroitua tekstimuotoista aineistoa kertyi lopulta 70 sivua.

Käänsin aineistosta suomeksi vain analyysi-osion suorat lainaukset, joihin lisäsin hakasulkeisiin ymmärtämistä helpottavat sanat. Lisäksi käytin kolmea pistettä sulkeissa silloin, kun osa tekstistä on poistettu ja ilman sulkeita osoittamaan taukoa haastateltavan puheessa. Kääntäminen perustui omaan kielitaitooni ja tarvittaessa sanakirjaan. Vaikeista tai monitulkintaisista sanoista keskustelin espanjalaisten ystäväni kanssa. Suomentaminen ei ollut vaikeaa, koska jo haastattelutilanteessa

pyysin haastateltavia selittämään asioita tarkemmin tai kysyin sanojen merkityksiä. Ehkä he myös ottivat automaattisesti ulkomaalaisuuteni huomioon ja välttivät oudoimpia ilmaisuja. Vieraalla kielellä tehdyistä haastatteluista olisi sangen vaikeaa etsiä vivahteita, painotuksia ja diskursseja. Minulla ei ole espanjalaista kulttuuritaustaa, jonka avulla todella voisin ymmärtää eri käsitteiden historiaa, piilomerkityksiä tai ristiriitoja. Näin ollen paras metodi aineistoni analysointiin on sisällönanalyysi.

Sisällönanalyysi on analyysimenetelmä, jota voidaan käyttää kaikessa laadullisessa tutkimuksessa. Se ei ole välttämättä tiukka metodi vaan väljä kehys, jonka avulla tutkimusaineistosta, kuten tässä tapauksessa litteroiduista teemahaastatteluista, saadaan puristettua tuloksia. Aineistoa teemoitellaan, tyypitellään ja luokitellaan, kulloinkin parhaiten sopivalla tavalla. Sisällönanalyysissä voidaan käyttää sekä induktiota että deduktiota ja tällöin analyysi jaetaan kolmeen eri tyyppiin: aineistolähtöiseen, teoriasidonnaiseen, jota kutsutaan myös teoriaohjaavaksi, ja teorialähtöiseen analyysiin. Sisällönanalyysillä pyritään luomaan selkeä sanallinen kuvaus tutkittavasta ilmiöstä ja tarkoitus on lisätä informaatioarvoa, eli tuoda ilmi jotain mielekäästä. Oleellista on tutkijan oma kyky keksiä, oivaltaa ja päätellä. Diskurssianalyysi ja sisällönanalyysi eroavat siten, että jälkimmäisessä etsitään tekstin merkityksiä ja ensin mainitussa puolestaan sitä, miten näitä merkityksiä tuotetaan. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 91–104.) Laadullisessa tutkimuksessa tutkimusprosessi ja käsitteet elävät tutkimuksen mukana ja kyse on koodaamisesta, luokittelusta, johon jatkuvasti liittyy tulkinta. Koodaus tarjoaa hyvän yhteenvedon käsillä olevasta aineistosta. Tämän jälkeen voidaan tehdä tarkempi analyysi: vertailla, tulkita, rinnastaa ja tunnistaa. (Jensen 2002, 245–252.)

Tämä tutkimus perustuu teoriasidonnaisen analyysin malliin, ja käytän aineiston järjestämisessä apuna toimittajan työn eri ulottuvuuksien jaottelua sekä johtopäätöksissä Hallinin ja Mancinin (2004) muotoilemaa Välimeren mediamallin teoriaa. Tuomen ja Sarajärven (2009, 97) mukaan teoriasidonnaisessa sisällönanalyysissä ”aikaisemman tiedon merkitys ei ole teoriaa testaavaa vaan paremminkin uusia ajatusuria aukova”. Toisin sanoen analyysini tulos ei ”nouse” aineistosta enkä varsinaisesti testaa aiempaa tietoa käytännössä, vaan kuljen näiden ääripäiden välillä. Teoriasidonnaisessa sisällönanalyysissä teoreettisia käsitteitä ei siis luoda aineistosta vaan ne ovat valmiita, aineistosta tavallaan jo tiedettyjä asioita (emt., 117). Näin pienestä aineistosta ei voi tehdä koko espanjalaista toimittajakuntaa koskevia päteviä yleistyksiä. Jotta analyysi ei ole pelkästään aineiston esittelyä, täytyy pystyä tekemään johtopäätöksiä. Koen käyttäväni analyysissä sekä induktiivista että deduktiivista päättelyä. Tuomen ja Sarajärven (2009, 99–100) mukaan



teoriasidonnaisesta analyysiä ei voi sijoittaa suoraan kumpaankaan päättelylajiin, ja ”abduktiivinen päättely tulee laadullisen tutkimuksen analyysiprosessissa avuksi useammin kuin myönnetään”.

Tutkimukseni aineisto sisältää siis puhetta nimenomaan espanjalaisen toimittajan työstä suhteessa eri asioihin: yleisöön, lähteisiin, yhteiskuntaan, arvoihin, mediaorganisaatioon, tulevaisuuteen ja niin edelleen. Haastattelut on tehty ennen teorian lopullista muotoilua, mikä oli mielestäni tutkimukseni ja etenkin oman aikatauluni sekä innostukseni kannalta hyvä asia. Alun perin halusin saada tietoa espanjalaisesta toimittajasta, kuulla hänen puhuvan työstään. Olin utelias kuulemaan vähän kaikkea. Siksi tein haastattelurungosta kattavan ja moneen suuntaan kurottavan. Kun materiaali oli kerätty, huomasin, mistä todella puhuttiin, eli mihin kannattaa keskittyä. Näin myös hahmottui teoriaosuuden viisi ulottuvuutta. Jos olisin ensin lukenut paljon teoriaa, olisin ehkä helpommin ohjannut haastattelua ennakkotietojeni mukaisesti. Koen, että aito uteliaisuus olisi jäänyt vähemmälle. Tosin myös paljastui, että haastattelurungossa oli sellaisia kysymyksiä, jotka eivät olleetkaan oleellisia tai joihin tuli vastauksia ilman, että asiaa täytyi erikseen kysyä. En ota analyysissä esiin sellaisia kysymyksiä, joihin on vastannut vain pari haastateltavaa. Tällainen kysymys oli esimerkiksi se, missä tilanteessa lukija lukee lehden. Kokonaisuuden kannalta kysymys ei ole oleellinen, siksi se luultavasti jäi suurimmalta osalta kysymättä. Toisaalta otan esiin yksittäistapauksia silloin, kun katson niiden olevan erityisen merkityksellisiä tai toimivan esimerkkitapauksina yleisemmästä ilmiöstä. Esimerkiksi aineiston nuorin toimittaja on paras puhumaan alan työllisyysnäkömistä tällä hetkellä, koska hän tuntee vastavalmistuneita ja tietää, onko työtä tarjolla.

Sijoitin aluksi haastattelurungon kysymyksiä viiteen eri ulottuvuuteen helpottaakseni itse koodausta. Huomasin, että esimerkiksi lähdesuhteisiin liittyen löytyi vähemmän kysymyksiä kuin yleisösuhteeseen, vaikka määrällisesti lähdesuhteista on enemmän puhetta. Seuraavassa vaiheessa kävin aineiston läpi koodaten haastateltavien puheen viiteen ulottuvuuteen: yleisö, todellisuus, yhteiskunta, organisaatio ja kilpailu sekä muutos ja tulevaisuus. Viidenteen ulottuvuuteen tuli eniten aineistoa, mikä selittyy sillä, että se menee osin päällekkäin muiden osuuksien kanssa. Laitoin tarvittaessa saman asian moneen kategoriaan, jos se sisälsi sellaisia aineksia. Usein on merkitystä silläkin, mitä juuri ennen tiettyä kommenttia on sanottu, joten tässä vaiheessa annoin tällaisten rönsyjen jäädä. Puhetta, joka ei sovi mihinkään kategoriaan, jäi lopulta hyvin vähän. Tällaista on kaikki aiheen ulkopuolelle menevä jutustelu, kuten haastateltavan kommentit Suomesta. Kysymykset haastateltavan synnyinpaikasta, iästä urasta, työpäivän kulusta ja ammatinvalinnan syistä olen kirjannut ylös taustatekijöinä, mutta en analysoi niitä erityisesti. Työpäivä- ja uravalinta-

kysymysten ajattelen toimivan haastattelussa myös eräänlaisina lämmittelykysymyksinä, joiden avulla haastateltavat orientoituvat miettimään omaa alaansa.

Analyysissä käyn kategoriat läpi samassa järjestyksessä kuin teoriaosuudessa. Toki palaan alkuperäiseen litteroituun materiaaliin useasti analyysinteon lomassa tarkistaakseni, ettei mitään ole jäänyt huomaamatta. Koska olen suomalainen ”antropologi” espanjalaisessa toimituksessa, kiinnitän totta kai huomiota sellaisiin seikkoihin, jotka minusta tuntuvat erilaisilta tai oudoilta. Tätä en voi analyysissä välttää.

## 5. Analyysi

Ennen kuin pureudun aineiston analyysiin, kuvaan haastateltavien taustoja lyhyesti. Käsittelen aineistosta muodostettavien eri ryhmien eroja silloin kun sillä on merkitystä. Etenkin eri lehtien toimittajien väliset erot tulevat esiin. Nais- ja miestoimittajien vastausten vertailua en tässä tutkimuksessa ota huomioon. En myöskään katso tarpeelliseksi eritellä, kuinka moni vastasi kuhunkin kysymykseen, sillä en ylipäättään analysoi sellaisia kysymyksiä, joihin ei löydy vastausta vähintään puolelta haastateltavista.

Haastateltavat ovat iältään 23–53-vuotiaita, suurin osa 40–50-vuotiaita. Keski-ikä on 42 vuotta. Nuorimmalla on alan kokemusta pari vuotta, vanhimmalla luonnollisesti uraa takana yli 30 vuotta. Pisimmän uran samassa lehdessä on tehnyt urheilutoimittaja, joka on viihtynyt toimessaan 26 vuotta. Miehiä haastateltavista on kuusi ja naisia näin ollen myös kuusi. Lähes kaikilla on yliopisto-opintoja, yleensä journalismin tutkinto Autonomia de Barcelona -yliopistosta. Monilla on muitakin yliopisto-opintoja, kuten historiaa ja biologiaa. Aineistoon joutuneella valokuvaajalla ei ole yliopisto-opintoja lainkaan.

Syyt haastateltavien uravalintaan ovat moninaiset, niin kuin varmasti missä tahansa maassa. Mitään yhteistä ”espanjalaisen toimittajan uravalinnan taustaa” ei voi aineiston perusteella muodostaa. Pari on ajautunut toimittajaksi sattuman kautta: esimerkiksi urheilutoimittaja ”intohimosta urheiluun”. Jotkut valitsivat journalismin, koska tykkäävät kirjoittaa. Myös toimittajan työn aktiivisuus ja sosiaalisuus vetivät puoleensa. Muutamit haastateltavat kertovat, että heitä on aina kiinnostanut se, mitä ympärillä tapahtuu, ja haluavat kertoa asioista muillekin.

### 5.1 Yhteisön asioista fiksulle eliittiyleisölle

Yleisöä on oltava, muuten lehti ei elä. Niinhän se on. Haastattelurungossa on useita yleisösuhdetta koskevia kysymyksiä. Lukijan kuvaileminen, hänen toiveidensa tietäminen ja lukijapalautteen merkitys nousivat selkeimmin esiin. Liitän tähän lukuun myös kysymyksen median vallasta, sillä tarkastelen sitä ennen kaikkea valtana yleisöön nähden esimerkiksi yleisen mielipiteen muotoilussa. Kiinnostava on myös kysymys siitä, missä määrin lukijoita täytyy hankkia lisää ja jos hankitaan, miten se tapahtuu. Tässä luvussa lehtien väliset erot tulevat esiin ja osittain selittävät vastausten kahtiajakautumista.

## ***Herra, joka näkee vaivan***

Haastateltavat osaavat yllättävän hyvin kuvata lukijaansa, ja erot eri lehtien lukijoiden välillä tunnetaan. Tosin yksi toimittaja sanoo, että yleisö on loppujen lopuksi mysteeri, vaikka arvailuja voi tehdä ja prototyyppejä hahmotella. Hän epäilee, että ihmisten lehdenvalinnan taustalla ei välttämättä ole juuri tietyn lehden ideologiaan samastuminen, vaan kyse on karsinnasta. Lehti valitaan, koska muihin lehtiin samastutaan vielä vähemmän. Kukaan haastateltavista ei vastaa, että yleisö olisi ”kaikki ihmiset”, ja esiin piirtyy kuva lukijasta ainakin jonkinlaisen eliitin edustajana. *El Periódicon* toimittajat sanovat, että lukija on nuorehko, keski- tai työväenluokkaa, poliittisesti usein vasemmalla ja edistyksellinen. Yksi haastateltava sanoo, että *El Periódicon* lukija on kiireinen, joten hän kaipaa simppeleitä tekstiä. *La Vanguardian* toimittajat kuvailevat lukijaansa ennen kaikkea vanhaksi, mutta eivät lähde erittelemään poliittisia ja taloudellisia piirteitä. Vain yksi heistä sanoo, että lukija on konservatiivinen ja poliittisilta ajatuksiltaan keskustaa tai oikealle kallellaan.

Lukija on, tuota noin, lukijalla voi olla tiettyjä piirteitä, kyllä, hän on herra, jota kiinnostaa lukeminen, hän on herra, joka odottaa, että hänelle tarjotaan vastakkainaseteltua, vakavaa ja arvokasta tietoa ja hän on herra, joka näkee sen vaivan että tuhlaa rahansa [lehteen]. (h5)

Molemmissa lehdissä pohditaan, että jos lukija maksaa lehdestä euron, hän tietenkin vaatii laatua. Samoin molemmissa leireissä tunnustetaan, että tietyn lehden valinta on hyvin usein totuttu tapa, ja *La Vanguardian* kohdalla tämä on vielä tyypillisempää, koska sillä on enemmän kotiintilaajia. Tilaus voi lisäksi siirtyä isältä pojalle. Mielenkiintoista on, että *El Periódicon* toimittajat lähtevät herkemmin vertaamaan Barcelonan kahden suurimman lehden lukijoiden eroja. Vain yksi *La Vanguardian* leiristä lohkaisee, että heidän lukijansa ovat fiksumpia kuin kilpailijan lukijat. Aiemmin *El Periódicossa* työskennellyt *La Vanguardian* toimittaja sanoo huomanneensa, että *La Vanguardian* lukija on perusteellisempi ja aktiivisempi; hänellä on myös omat lempitoimittajansa. *El Periódicossa* halutaan ajatella, että heidän lehtensä on lähempänä lukijaa, visuaalisempi ja helppolukuisempi.

Moni haastateltava mainitsee, että lehdet nykyään muistuttavat yhä enemmän toisiaan; *La Vanguardia* ei esimerkiksi ole enää niin ylimystökeskeinen ja Katalonia-mielinen. Näin ollen lukijaprofiilienkin erottelu on hankalampaa. Kaksi *El Periódicon* toimittajaa miettii, että katalaaniversio on tuonut lehdelle lukijoita, jotka perinteisesti ehkä sopisivat paremmin *La Vanguardian* profiiliin. *El Periódicon* yleisöosastolla – siis molemmilla kielillä – työskentelevä haastateltava puolestaan kertoo, että katalaaniksi kirjoittavat lukijat ovat aktiivisempia ja

koulutetumpia kuin espanjankieliset, ikään kuin heille olisi luontevampaa osallistua yleiseen keskusteluun. Yksi haastateltava ryhtyy toisaalta pohtimaan, että lehdillä on eroja, ja koska sananvapaus ja lehdistönvapaus ovat tuoreita asioita, lukijalla on nykyään vaikea valinnan moninaisuus:

Lukijan täytyy tunnistaa, täytyy tietää mitä jokainen viestintäväline voi hänelle antaa. En tiedä onko se hyvä vai huono asia, mutta hänen pitää tietää, että tietyllä sanomalehdellä on tietty ideologia takanaan ja toisella lehdellä on toinen. (h6)

Toisaalta lukijoiden lisääntynyt kriittisyys mainitaan. Lukijan nähdään muuttuneen etenkin internetin myötä. Nykylukija vaatii enemmän, hän haluaa parempaa sisältöä – erityisesti analyysiä ja tulkintaa:

Aiemmin sinun piti odottaa radiouutisia, lukea se lehdestä tai katsoa televisiosta, jotta tiesit, mitä tapahtuu. Nyt vain klikkaat yhtä tietokoneen näppäintä ja tiedät, mitä tapahtuu juuri tällä hetkellä, joten lukija odottaa enemmän, ei hän enää halua tietää vain mitä tapahtuu, vaan haluaa, että hänelle annetaan aineksia analyysiin, jotta hän ymmärtää. Ei pelkkä uutinen ja siinä se. (h7)

### ***Oman elinpiirin asioista***

Mikä on toimittajien käsitys siitä, mitä yleisö haluaa ja mitä osastoa se mieluiten lukee? Tämän kysymyksen yhteydessä tulee usein myös esiin lukijatutkimus, sen merkitys työssä ja ylipäättään ristiriita, suhtautuuko lukijaan kansalaisena vai kuluttajana. Haastateltavat ovat hämmästyttävän yksimielisiä siitä, että lukijaa kiinnostavat hänen oman elinpiirinsä asiat: metrolipun hinnannousu, sairaalan ensiapupäivystyksen ruuhkat, ilmastonmuutoksen vaikutus omaan elämään tai lähijunien ongelmat. Tosin moni haastateltava huomauttaa, että nykyään kaukaisemminkin asioilla on merkitystä, ”koska elämme Euroopan Unionissa, mitä tapahtuu eläkkeille Saksassa tai Ranskassa tai mitä tapahtuu eurolle Italiassa, on tärkeää myös meidän lukijallemme” (h7). *La Vanguardian* ja *El Periódicon* toimittajat merkitsevät myös omia linjojaan. Ensiksi mainitun lehden toimittajat toteavat, että lukijaa kiinnostaa ulkomaan-osasto, koska lehdellä on laaja ja taitava kirjeenvaihtajaverkosto ja se oli maailmansotien uutisoinnin ykkönen Espanjassa. *El Periódicon* toimittajat puolestaan sanovat, että heidän lukijaansa kiinnostaa etenkin urheiluosasto, koska lehti on profiloitunut jalkapalloklubi FC Barcelonan kannattajaksi ja tarjoaa siitä tietoa. Molemmissa lehdissä kuitenkin sanotaan, että sociedad-osasto, eli yhteisön asioita käsittelevät sivut ovat tärkeimpiä, sillä siellä lukija samastuu toimittajaan eniten, siellä koetaan empatiaa. Yksi haastateltava kuvaakin tätä osastoa ”lehden keuhkoiksi”, koska se pitää lehden elossa.

Miksi jutut tuomioistuinten päätöksistä ovat niin luettuja? Koska kuka tahansa lukija ajattelee, että hänelle voisi tapahtua se mistä jutussa kerrotaan, hän voisi olla jutun

päähenkilö, mutta kongressia koskevissa jutuissa ei. (h5)

Koska lukijoiden oletetaan olevan koulutettuja ja maailmanmenoa seuraavia ihmisiä, heitä kiinnostaa tulkinta, ”saada avaimia maailman ymmärtämiseen”. Lukijoita ei voi käsitellä niin kuin he eivät tietäisi mitään. Moni sanoo, että poliitikot ovat tärkeitä lukijoita, joten heitä täytyy miettiä. Toisaalta yleisö on ”kuka tahansa kiinnostunut kansalainen” toisaalta ”tärkeässä asemassa olevaa porukkaa”.

Jos kerran on tärkeää kirjoittaa lukijan oman elinpiirin asioista, luulisi, että silloin myös lukijan reaktiot ja vinkit kiinnostavat. Haastateltavat suhtautuvat lukijapalautteeseen hyvin eri tavoin; ristiriitainen puhe on tuttua suomalaisellekin toimittajalle. Yhden mielestä lukijoiden kommentit, joita annetaan online-versiossa, ovat silkkaa ajanhukkaa. Toinen valittaa, että usein omasta mielestä erinomaiseen juttuun ei reagoi kukaan, ei edes viereisessä pöydässä istuva kollega, mutta "ei se tarkoita, etteikö dialogia olisi, sillä lehdistössä on totuttava siihen, että vaikka palautetta ei tule, tuolla se juttu on olemassa" (h12). Yksi haastateltava mainitsee, että palautetta on vaikea saada, koska lukijan on hankala saada selville toimittajien sähköpostiosoitetta. Toinen pohtii, että palautteen vähäisyys johtuu siitä, että lukijat ovat tottumattomia kommunikoimaan viestintävälineiden kanssa. Hän pitääkin e-maileja ja kirjeitä tärkeämpänä sen, kun vaikkapa baarissa kuulee, että ihmiset puhuvat hänen tekemästään jutustaan. Lehden lukijana pysyminen on palautetta: "en minäkään mene lihakauppiaille sanomaan, että olipas hyvää, vaikka voisinkin, mutta uskollisuus sille paikalle osoittaa jotakin" (h8).

Palautetta pidetään pääosin kuitenkin tärkeänä, kuten yksi haastateltava ilmaisee: "täytyy kuunnella, kun soitetaan, vaikka saisi satikutia" (h2). *El Periódicon* toimittajat kertovat, että lukijaa kuunnellaan yhä enemmän. Lehti tehdään kansalaisia varten, joten ihmisille halutaan antaa ääni. Haastateltavien mukaan nettiversiossa yhä useammin pyydetään lukijoiden mielipiteitä ja avataan keskustelupalstoja tärkeistä aiheista. Kahden haastateltavan mielestä toimittajat lukevat yleisönosaston kirjoituksia liian vähän eivätkä huomaa, miten niistä saisi hyviä juttuaiheita. Sama toimittaja, joka sanoi, että lukijoiden kommentit eivät kiinnosta, ottaa yllättäen esiin lukijatutkimuksen tarpeellisuuden. Hänen mielestään yrityksen keräämän lukijatiedon pitäisi kulkeutua paremmin toimittajille, jotta he tietäisivät lukijoiden mielipiteitä ja reaktioita.

## ***Erikoistuminen on valtti***

Kansalaisuus vs. kuluttajuus -keskusteluun liittyy myös kysymys siitä, täytyykö ja voidaanko uusia lukijoita hankkia sekä etenkin se, miten niitä hankitaan. Kaikki haastateltavat eivät ole yhtä mieltä siitä, että olisi tärkeää saada uusia lukijoita. Moni nostaa esiin sen, että jo nykyistenkin pitäminen on vaikeaa, koska sekä Espanjassa että koko Euroopassa sanomalehtien levikit ovat laskussa. Toiset sanovat, että uusien lukijoiden hankkiminen on välttämätöntä. Esiin nousee toisaalta ajatus, että lehden ei tarvitsekaan välttämättä saada paljon lukijoita. Lehti olisi siis erikoistuneempi ja yleisö kapeampi. Silloin lehti voisi olla kalliimpikin, koska lukija maksaisi laadusta:

Se on vähän niin kuin elintarvikkeissa: on herkkuja, luomutuotteita ja sitten massatuotteita, niin siis, aina löytyy ostaja joka jutulle, joten meidän täytyy siirtyä luomu- tai herkkutuotteen puolelle enemmän kuin toiseen laitaan. Luulen, että lehdistön täytyy tehdä niin, etsiä tietty lohko. (h3)

Minun mielestäni olisi hyvä jos tekisimme erikoistuneemman tuotteen, ettei olisi niin paljon lukijoita mutta lukija saisi tiettyä laatua, voisi löytää asioita, joita ei pysty löytämään muualta. Se on mahdollista, mutta luulenpa että tulisi hankalia aikoja, ehkä lukijoiden menetystä ja suunnankadottamisen hetkiä. (h1)

Asetelma on hyvin ristiriitainen, kun toiset haluavat mahdollisimman paljon lukijoita ja toiset sanovat suoraan, että ei kaikkien tarvitsekaan lukea lehteä. Moni näkee, että markkinointiväki huolehtii uusien lukijoiden houkuttelemisesta eikä heidän ole pakko ymmärtää sitä prosessia. Promootiot, eli esimerkiksi dvd-elokuvan, kirjan tai astiaston lahjoittaminen kaupanpäälle nähdään merkittäviksi lukijahoukuttimiksi. Koska lehdenostopäätös pitää tehdä joka päivä, kampanjat usein perustuvat systeemiin, jossa tuotteen saa vasta ostettuaan useamman lehden. Tällöin syntyy myös helpommin tapa:

Sitten ovat nämä ihmiset, jotka ostavat sinut, koska saavat mahtavan keittiösetin, eivätkä he ole ostamassa sinua, vaan niitä kattiloita. Ehkä siinä sivussa he lukevat sinua ja tykäävät ja jäävät lukijoiksi tai huomaavat, miten kätevää on, kun on sanomalehti ulottuvilla, vaikka sitten vain televisio- ja elokuvateatteriohjelmiston takia. (h12)

Promootio-ajatusten vastapainoksi aineistosta nousee esiin useita mielipiteitä siitä, että lukijoita saadaan lisää yksinkertaisesti tekemällä lehdestä hyvä tuote, joka sisältää kiinnostavia juttuja. Edelleen tullaan myös siihen ajatukseen, että koska internetistä, radiosta ja televisiosta saa uutiset, niin lehden täytyy tarjota jotain enemmän – tulkintaa ja mielipiteitä. *La Vanguardian* oman mainoskampanjan motto on “gente con opinión”, eli suomeksi “ihmisiä, joilla on mielipiteitä”. Eräs haastateltava pitää mottoa hyvänä esimerkkinä siitä, että lehdestä löytyy monia erilaisia mielipiteitä

ja näkökulmia erotuksena sellaisiin sanomalehtiin, jotka ovat ideologialtaan selvästi vain jollakin poliittisella laidalla. Lukija tarvitsee monipuolista pureskeltavaa, samalla jotain erityistä juuri hänelle, sillä erikoistuminen on päivän sana. Toisaalta haastatteluaineistosta löytyy myös lukijoiden houkuttelemisen osalta hyvin passiivisia mielipiteitä: ”luulen, että parasta on vain tehdä hieno tuote ja lukijat tulevat sitten itsestään, minä en ponnistele sen vuoksi” (h5).

Lukijaa halutaan siis useimmiten käsitellä lukijana, ”ajattelevana subjektina”, eikä vain lehden ostajana. Kuitenkin lukija haluaa myös viihtyä.

Täytyy ajatella sitä, mikä myy, mutta kun teemme etusivun, yritämme sanoa lukijalle, että se mitä laitamme ylös isolla, on erittäin tärkeää, sitä hänen lehtensä pitää tärkeänä. Ehkä enemmän huomiota vie ties kenen kuva, ja se laitetaan myös, koska pitää yhdistää se hauska ja helppolukuinen sen tärkeän kanssa, eikä kaikki tärkeä ole helppolukuista. (h3)

Vaikka lukijaa pidetään fiksuna, vain muutama haastateltava ottaa esiin lukijan käsittelemisen osallistuvana kansalaisena, kuten jo edellä ilmeni. Yksi peräänkuuluttaa enemmän keskustelunavauksia ja polemiikkia, mutta ei vain politiikasta vaan vaikkapa kulttuuri- ja urheiluaiheistakin. Toisen mielestä lukijaa pitäisi palvella paremmin, jotta tämä voisi olla kriittisempi. Hän kertoo kirjoittaneensa koululaisille oppaan journalismista:

Kustantajat odottivat, että kerron pikku tarinoita toimittamisesta ja minä keskityin selittämään heille [lapsille], että ei ole olemassa yhtä totuutta, että yhdellä uutisella on monta kasvoa, että he olisivat kriittisiä, että he yrittäisivät nähdä monta näkökulmaa, että eivät tyytyisi siihen mitä sanotaan. Opettaja antoi heille tehtäviä, joissa oli sama uutinen eri medioissa, jotta he näkisivät, että asia on sama mutta useita erilaisia kirjoituksia. Opettaja sanoi, että tehtävä oli liian vaikea. (...) Ajattelin, että herranjestas, jos me aikuiset, opettajat, emme suostu olemaan kriittisiä, miten voimme luoda sellaisen sukupolven, jolla olisi kriittisempi mieli? (h12)

Yleisön uskollisuus tietylle lehdelle nähdään sekä merkittävänä trendinä että tavoitteena, ja siksi täytyy tehdä laatua joka päivä eikä vain hyviä otsikoita silloin tällöin. Haaste onkin erityisesti nuorten aktivoiminen lehdenlukijoiksi. Tätä ongelmaa haastateltavat pohtivat paljon eivätkä tunnu olevan varmoja siitä onnistuuko espanjalainen lehdistö tehtävässä. Nuoret lukijat käyttävät nettiä, joten heidät koukutetaan sitä kautta. Aineiston ainoa alle 30-vuotias toimittaja sanoo, että nuoret kyllä haluavat olla kärryillä maailman tapahtumista, mutta koulussa ei tarpeeksi opeteta lukemisen ja yleistiedon merkitystä ylipäättään elämässä. Lehtiä ei lueta, koska ei olla muutenkaan kiinnostuneita lukemisesta. Haastateltavat sanovat että nuoria houkutellaan visuaalisuudella, puhumalla heitä koskettavista teemoista ja ennen kaikkea tekemällä hyvä nettiversio:



Meidän täytyy luoda houkuttelevat, dynaamiset, interaktiiviset ja osallistuvat sivut... heitä [nuoria] kiinnostavat teemat, chatit, kyselyt, blogit, foorumit. (h6)

Luulen, että uuden lukijan uskollisuus, eli siis sen, joka on aloittanut audiovisuaalisten viestinten parissa, pelannut playstationia ja jolla on älyttömästi tv-kanavia, hänelle paperiversio on vain yksi muiden joukossa. Uskon, että uudet lukijat voitetaan online-versioilla. Näin ollen painetulle lehdelle sen tiettyine piirteineen, on enemmän tilaa ja sitä täydennetään digitaalisilla versioilla, joissa voidaan pelata uutisten välittömyydellä, kuvalla, interaktiivisuudella, videoilla ja millä ikinä halutaankaan. (h10)

### ***Medialla on valtavasti valtaa***

Median vallasta haastateltavat ovat yhtä mieltä: sitä on, ja paljon. Yhdellä sanomalehdellä ei niinkään ole valtaa, mutta ”kaikki viestimet ovat kokonaisuus, ne luovat yhdessä mielentilan, ne luovat lumipallon, joka voi vetää mukanaan monia asioita” (h3). Median valta tulee puheessa esiin etenkin yleisen mielipiteen ja kansan keskustelunaiheiden luojana – siksi otan sen esiin tässä luvussa – mutta myös suhteessa politiikkaan ja vallanpitäjiin. Vaikka median ei nähdä pystyvän vaikuttamaan ainakaan dramaattisesti vaalituloksiin, sillä on osansa poliittisen agendan rakentajana. Eräs toimittaja sanoo painokkaasti, että ”yleisen mielipiteen voi luoda ja voi edistää ja saada aikaan poliittisia päätöksiä, itse asiassa niin on tapahtunut, siitä on paljon esimerkkejä” (h1). Haastattelemani toimittajat eivät tosin usko, että yksittäisellä toimittajalla olisi juurikaan valtaa, vaan sitä on lähinnä toimituksen johdolla, ja toimittaja työskentelee heille. Vain harvat merkittävät toimittajat voivat muuttaa suuntia, tavallinen toimittaja voi korkeintaan auttaa asioiden luonnollista kulkua: ”joen suuntaa ei voi muuttaa, mutta toimittaja voi poistaa esteen, jotta joki pääsee virtaamaan” (h4). Aineistosta voi kuitenkin aistia, että työskennellessään isossa lehdessä toimittaja voi jollakin tavalla käyttää valtaansa, vaikka haastateltavat eivät ehkä halua suoraan myöntää tai välttämättä edes huomaa omaa henkilökohtaista valtaansa:

Jos minä teen jutun, jossa sanotaan että teini-ikäisillä on seksuaalisia suhteita tai että heillä on ollut ainakin yksi seksuaalinen suhde 13-vuotiaana, sen sanoo *La Vanguardia*, ja jos sen sanoo *La Vanguardia*, täytyy huolestua, täytyy tehdä jotain, täytyy olla valppaana ja täytyy huolehtia murkuista. (h4)

Haastateltavat sanovat, että mediavallan huomaa siitä, että poliitikkoja huolestuttaa niin paljon se, mitä lehdet kirjoittavat. Poliitikot ovat mediasta riippuvaisia, he soittavat toimitukseen ja koettavat saada asiansa läpi. Näyttää siltä, että espanjalainen lehtitoimittaja vielä kuitenkin haluaa nähdä yleisön kansalaisina – kaikesta markkinakeskeisyyden paineesta huolimatta. Yksi haastateltava on silminnähden kiukkuinen siitä, että lehdessä kirjoitetaan jostain kuuluisasta kokista, vaikka

tavallisella kansalla ei ikinä olisi varaa syödä tämän ravintolassa. Kadunmiestä kiinnostavat häntä lähellä olevat asiat ja niistä toimittaja kirjoittaa, vaikka ei sitten loppujen lopuksi olekaan niin kovin kiinnostunut lukijan reaktioista.

Ainakin Espanjassa diktatuurin kokemus on vielä niin tuore. Luulen, että yleisesti ottaen ihmisillä on suunnilleen sellainen käsitys, että jos tiedotusvälineitä ei olisi, jos ne eivät olisi niin itsenäisiä, vallanpitäjät voisivat tehdä kamalia asioita. (h3)

## **Yhteenveto**

Haastateltavien yleisöpuheen eri puolista tulee esiin tietynlainen murros. Yleisö on fiksua ja ajattelevaa eliittiä, mutta silti sitä kiinnostavat eniten omat elinpiirin asiat. Tällainen ristiriitaisuus voi toki johtua *La Vanguardian* ja *El Periódicon* erilaisista painotuksista, mutta siinä voi nähdä myös yleisen pyrkimyksen siirtyä eliittilehdistön tornista lähemmäs tavallista kansaa. Sama ristiriita tulee esiin lukijoiden hankkimisessa: yhtäältä yleisöä tarvitaan lisää, toisaalta ei. Suomessa ei kyllä tulisi kuuloonkaan, että alueellisen sanomalehden toimittajan mielestä lukijoita ei tarvita lisää vaan voidaan olla erikoistunut tuote tietynlaiselle yleisölle. Nuorten lukijoiden houkuttelemisen on sen sijaan haaste monissa maissa.

Toimittajien yksimieliset mielipiteet median suuresta vallasta kummuttavat, jos kerran lukija on koulutettu ja käyttää omia aivojaan. Kaiken lisäksi lehti voi erikoistua vain pienen yleisön julkaisuksi. Tässä kysymyksessä haastateltavat luultavasti ajattelevatkin mediaa yleensä eivätkä omaa lehteään, mikä selittää ristiriidan. Mutta näkisikö suomalainen toimittaja median vallan näin suureksi? Epäilen. Espanjalaisen toimittajan käsitys median vallasta saattaa kummuta Francon ajan sensuurin ja maan demokratisoitumis-käänteen muistoista. Sensuuriahan oli siksi, ettei medialla olisi valtaa, ja kun demokratiaan siirryttiin, media oli oleellinen tekijä tässä prosessissa. Media nousi ikeen alta ohjaamaan kansakuntaa parempaan, erottamaan jyvät akanoista ja herättämään kansalaiset uuteen aikaan, joten pakkohan sillä on olla valtaa.

Jos määrittelee kansan osallistuvaksi, ajattelevaksi ja aktiiviseksi, tuskin voi tämän jälkeen sanoa, että medialla on kansaan nähden valtaa. Näin ajattelee varmasti ainakin suomalainen toimittaja. Vaikka espanjalainen lehdenlukija on älykäs eliitin edustaja, haastateltavien ilmaisemista median valta -käsityksistä kumpuaa kuva kansasta, joka on vain tyhmää ja hallittavissa olevaa massaa. Ikään kuin kansalaiset ja lukijat olisivat tyystin eri porukkaa.

## 5.2 Lähdesuhteiden painekattila

Edellisessä luvussa kävi ilmi, että toimittajat näkevät medialla olevan valtaa yleisen mielipiteen synnyttäjänä ja muokkaajana, sekä jopa poliittisen agendan asettajana. Nyt käsittelen lähemmin median ja politiikan suhteita aineistoni pohjalta. Käsittelen tässä osuudessa politiikan osaston ongelmat kokonaisuudessaan, vaikka ne liittyvät moneen eri ulottuvuuteen. Koska poliitikot ja politiikka kuitenkin eniten piirtyvät puheessa esiin toimittajan työn raakamateriaalina, eli juttujen lähteinä ja sivujen täyteenä, päätin sijoittaa aiheen tähän lukuun.

Aluksi käyn läpi lähdesuhteita yleensä ja lopuksi vielä objektiivisuuteen liittyviä teemoja. Kun puhun lähteistä, tarkoitan ihmislähteitä – lähteitähän voivat olla myös muun muassa kirjat, internet tai tiedotteet. Haastattelurungossa on yllättävän vähän tähän todellisuus-ulottuvuuteen liittyviä kysymyksiä, mutta tähän kategoriaan kuuluvaa puhetta on hivenen enemmän kuin esimerkiksi edellisessä yleisösuhte-luvussa. Tämä kertoo aiheen tärkeydestä. Lähdesuhteiden ja objektiivisuuden yhteydessä aletaan helposti puhua median suhteista politiikkaan. Kysyin myös monilta lisäkysymyksiä lähdesuhteisiin liittyen, eli esimerkiksi, voiko toimittaja kritisoida ja miten hyvin lähteet ymmärtävät, että asian molemmat puolet täytyy käsitellä.

### ***Lähteitä täytyy helliä***

Haastateltavat kuvasivat lähes poikkeuksetta lähdesuhteita herkiksi ja hoivattaviksi. He ilmaisivat sellaisia hoitamisen verbejä, joita suomalainen toimittaja tuskin käyttäisi. Lähdesuhteisiin näyttää liittyvän hämmästyttävän paljon ongelmia, huolehtimisen tuskaa:

Ne ovat työn ravintoainetta, eikö? Lähteet ovat erittäin tärkeitä, tällä ajatuksella en paljasta mitään uutta. Niistä täytyy huolehtia, niitä täytyy vastustaa. Lähteet voivat kuivua tai sulkeutua mielettömän helposti, koska tapa jolla käsittelet tiettyä aihetta... ja sitten oli syy mikä hyvänsä, niin juttua ei julkaista tai se julkaistaan suppeammin, se kaikki tarkoittaa yhteyden katkeamista lähteen kanssa, jos suhde poltetaan niin se poltetaan. Jos ei ole jatkuvaa kommunikaatiota, palautesuhdetta, lähteen kanssa, niin juttuaiheita menetetään, asiat eivät pääse julkisuuteen. Sitä tapahtuu, on tapahtunut aina ja nyt ehkä viime vuosina yhä useammin, eli lähteitä menetetään: niistä täytyy huolehtia, niitä täytyy helliä. (h11)

Miten lähteitä löytyy? Moni haastateltava huomauttaa, että arvostettu lehti avaa ovia. Eräs toimittaja kertoo, että hän työskenteli aiemmin yliopiston lehdessä ja koki siellä valtavasti vaikeuksia lähdesuhteissa. Ihmiset eivät halunneet puhua lehdelle, jolla ei ole valtaa ja merkitystä. Sen sijaan ”esimerkiksi jos käsittelet jotain yhteiskunnallista aihetta ja sinua kiinnostaa kuulla tietyn henkilön

mielipide, työskentelysi *La Vanguardiassa* antaa paljon mahdollisuuksia, että tämä henkilö vastaa puhelimeen” (h4). Lähteiden hankkiminen näyttää olevan jokaisen toimittajan henkilökohtaisen panoksen ja jopa persoonan ansiota. Aineiston nuorin myöntää, että hänellä ei ole vielä hyviä lähdesuhteita, sillä niitä saadaan ajan kanssa. Hänen mielestään lähteiden hankkiminen vaatii pr-työtä, kärsivällisyyttä ja luottamuksen osoittamista pitkällä aikavälillä. Lähteen täytyy ensin huomata, että toimittajaan voi luottaa, ja sitten hän ehkä suostuu yhteistyöhön ja jopa antaa juttuaiheita yksinoikeudella. Aloitteleva toimittaja kysyy toisilta, kenen kanssa kannattaa puhua ja kuka mistäkin asiasta suostuu juttelemaan. Kokeneempi haastateltava puolestaan kertoo: ”minulla ei yleensä ole ongelmia, ehkä persoonani takia, olen hyvin rauhallinen, en ole aggressiivinen ihmisten kanssa ja se lopulta herättää luottamusta” (h5).

Aineistosta nousee siis selkeästi esiin ajatus, että lähdesuhteet ovat vaikea pala. Vaikka on olemassa virallisia lähteitä, joilta saa tietoa aina tarvittaessa, on ensisijaisen tärkeää hankkia oma lähdeverkosto. Tällöin ei saa esimerkiksi paljastaa tietolähteitään: ”jos puhun jonkun kanssa ja hän kysyy, mistä olen tietoni saanut ja kerron sen hänelle, ei luottamusta voi syntyä” (h5). Hellivä ja varovainen lähdesuhde ei kuitenkaan miellytä kaikkia haastateltavia, sillä silloin lähteille kumarrellaan liikaa. Aiemmin kuljettiin kadulla ja lähteet etsivät toimittajan, nyt ne pakenevat ja niitä täytyy metsästä, mikä on nöyryyttävää tai ei onnistu. Esiin tulee toisaalta ajatus, että nykyään ollaan liian riippuvaisia ulkoapäin toimitukseen saapuvista tiedoista, odotetaan arvostetun lähteen soittoa tai tiedonantoa. Aineiston perusteella tosiaan näyttää siltä, että Espanjassakin työtä tehdään lähinnä puhelimen ja netin päässä. Toki lähteet ovat organisoituneet koko maailmassa, mutta aineiston perusteella Espanjassa tämä on yksi syy siihen, että lähteillä on liikaa valtaa. Ei olla vallan vastapainona:

Espanjalaisen lehdistön ongelma on, että se on hyvin kiinnittynyt lähteisiinsä, instituutioihin, julkiseen valtaan, sen sijaan että se olisi vastuussa lukijalle. (...) Tietysti kaikki maailman lehdet ovat suurten taloudellisten voimien palveluksessa, mutta me olemme minkä tahansa minivallan palveluksessa. (h4)

Lähteet saavat valittaa, se kuuluu pelin henkeen. Lähdesuhteiden yleisen arvioinnin, luottamuksen osoituksen ja kärsivällisyyden jälkeen haastateltavat alkavat puhua pelistä, jota lähteiden kanssa pelataan: ”voi tulla ongelmia, lähteet voivat valittaa erilaisin tavoin, se kuuluu tämän pelin sääntöihin” (h1). Yksi haastateltava huomauttaa, että hän ei esimerkiksi prostituutiota käsittelevässä jutussa voinut ottaa kaikkien tahojen kantoja huomioon, koska se ei ole sopivaa. Hän sanoo, että lähteiden suuttumus on tällöin normaalia – totta kai kaikki haluavat juuri oman sanomansa julki.

## ***Julistusten journalismia***

Lähteiden ja toimittajien välinen kamppailu näkyy etenkin suhteissa politiikkaan. Poliitikanosaston ongelma lähtökohtaisesti on haastateltavien mielestä se, että poliitikot haluavat oman julistuksensa julki eivätkä hyväksy asioiden syvällistä selvittämistä. Lehtikirjoittelu perustuu puolueiden lausuntojen ja kokousten selostamiseen ja poliitikot suuttuvat, jos tästä kaavasta yritetään poiketa. Yksi poliitikkojen käyttämä keino vaikuttaa sisältöihin on tiedotustilaisuuksissa kieltää kysymykset kokonaan, mikä kuulostaa uskomattomalta. Toimittajan on vain pakko ilmestyä nielemään kiltisti poliitikkojen sanat. Vallanpitäjät käyttävät hyväkseen myös toimittajien kiirettä ja deadline läheisyyttä:

Sinulla on vähemmän aikaa työskennellä, vähemmän mahdollisuuksia kysyä, seurata, vaikka mitä, se on paljon miellyttävämpää ja poliitikoille ja muille se on täydellistä, vähemmän ongelmia heille, he vain laittavat puheensa esille ja siinä se. (h12)

Jo aikaa sitten poliittinen uutisointi on muuttunut julistusten toistoksi: lausuntoja ja vastalausuntoja, puoluekokouksia. Julistusten journalismin pitäisi kadota tai löytää itselleen oma tila, sillä politiikka on lisäksi jotain, niin kuin sanoin että todellisuus on kaduilla, poliittinen todellisuus ei ole sitä mitä sanoo herra Perez Puig ja mitä vastaa herra... Jutuista puuttuu ylipäättään todellisuus, olemme joutuneet sellaiselle suunnalle, että polut ovat hyvin puituja, hyvin pureskeltuja, kaikki annetaan valmiina, jo syötynä... helppoja polkuja. (h11)

Moni haastateltava toteaa, että yksi syy tällaiseen poliittiseen uutisointiin löytyy maan historiasta. Kun maa siirtyi Francon diktatuurista demokratiaan, politiikalla oli valtava merkitys. Yksi haastateltava tuumaakin, että “teemme lehtiä, jotka ovat liikaa... miten sen sanoisin... heijastus lehdistä, joita teimme 30 vuotta sitten” (h10). Toimittaja yrittää antaa tilaa kaikkien puolueiden julistuksille. Demokratiassa pitäisi haastateltavien mielestä tehdä juttuja päiväkohtaisesta politiikasta eikä vain suurista sanoista, koska ne eivät enää kiinnosta lukijaa. Koska lukija on fiksu, hän odottaisi politiikantoimitukseltakin enemmän. Lukijan mielestä poliitikanosasto on jopa pelkkää pilaa tai ainakaan sillä ei ole hänelle merkitystä.

Eivät ihmiset odota mitään. Poliitikot haluavat tasapainon, että kaikki puolueet ovat tyytyväisiä. Ihmiset haluavat, että kerrot heille tärkeimmän. Jos olen CiU:n äänestäjä ja näen vain PSOE:n, lopulta otan nokkiini, haluan nähdä myös CiU:n, no joo, mutta todellisuudessa tasapainoa ei tarjoilla yleisön vuoksi, se on tarkoitettu vallanpitäjille (...) Poliitikanosastolla unohda lukijat, yleisö on vallanpitäjät. (h4)

Tässä maassa politiikalla on nyt huono hetki, koska ihmiset ovat vähän, eivät väsyneitä siihen mutta tyytymättömiä, apaattisia... Poliitiikalla ei ole vaikutusta ihmisiin, tyypillinen kommentti on, että “poliitikot eivät tee mitään, he vain tuijottavat lompakoitaan”. (h8)

## **Samassa veneessä**

Koska lukijaakaan ei enää kiinnosta, jotain olisi tehtävä. Mutta paineet ovat valtavat. Tästä puhuu erityisesti aineiston erityistapaus, eli toimittaja, joka pyysi päästä pois politiikanosastolta, koska ei yksinkertaisesti kestänyt jatkuvaa painetta: ”ajattelen, että se on peli, johon menet sisälle ja johon sinun täytyy uskoa ja jos et usko, niin käy huonosti” (h12). Puolueet painostavat, että julkaistaisiin tietyt asiat, että olisi tietty näkökulma. Toimittaja kertoo arvostavansa kollegoitaan, jotka jaksavat elää paineiden alla. Häntä ärsytti politiikanosastolla, kun ei ollut aikaa paneutua juttuihin ja jatkuvasti tuntui, että jostakin suunnasta lämähää korvapuusti. Piti olla hyvää pataa poliitikkojen kanssa voittaakseen luottamuksen, sitten pystyä kritisoimaan ja kestää valitukset. Esimerkkitoimittaja olisi halunnut tehdä erilaista politiikanuutisointia eikä hän hyväksynyt kysymyksettömiä tiedotustilaisuuksia, joihin oli pakko mennä pelkästään edustamaan lehteä.

Olet niin kuin samassa veneessä poliitikkojen ja tiedotuspäälliköiden kanssa. Jos se mitä olet julkaissut, ei miellytä heitä, on epämiellyttävää olla siellä paikalla. Minä otin sen hyvin henkilökohtaisesti, minulle oli vaikeaa ottaa etäisyyttä ja ymmärtää, että jokainen vain esitimme siellä omaa rooliamme. (h12)

Vaikka muut haastateltavat eivät ole näin omakohtaisesti kokeneet paineita, he pystyvät kommentoimaan politiikanosaston toimintaa. Paineita tulee myös muilta tahoilta kuin poliitikoilta:

Politiikanosasto sai paljon palautetta jos se julkaisi kriittisen jutun jostakin puolueesta. Seuraavana päivänä voi kolme–neljä poliitikkoa soittaa painostaakseen, että seuraava juttu ei olisi niin kriittinen. Jos kirjoitat, että tietyssä sairaalassa on ollut 30 Aids-tartuntaa, riippuu minkä näkökulman otat, niin tuon sairaalan johtaja soittaa seuraavana päivänä. (h2)

Poliitikkojen ja toimittajien liian läheiset suhteet huolestuttavat haastateltavia, koska ”media on nykyään osa vallan suurta pilveä, vaikka sen pitäisi olla tuon pilven ja kansalaisten välissä” (h5). Eräs haastateltava kuvaa ilmiötä osuvasti toimittajien Tukholma-syndroomaksi. Olisi hyvä olla poliitikkoja lähellä mutta ei kiintyä liikaa, jotta he eivät käytä hyväkseen. Toimittajat kaveeraavat poliitikkojen kanssa, käyvät yhdessä kaljalla ja ystävystyvät, eivätkä näin ollen voi olla puolueettomia. Läheisyys kaventaa näkökulmaa. Kataloniassa kaiken lisäksi tila on pieni ja paineet siksi suuremmat.

Kysyin haastateltavilta usein jatkokysymyksen, miten paineita vastustetaan ja voiko poliitikkoja kritisoida. Kaiken paine- ja kaveerausvalituksen jälkeen puheet kritiikin merkityksestä, etäisyyden ottamisesta ja totuttujen tapojen kyseenalaistamisesta kuulostavat korulauseilta: ”koska poliittisessa uutisoinnissa poliitikoilla on paljon pelissä ja he yrittävät käyttää toimittajia omiin tarkoituksiinsa,

niin toimittajan velvollisuus on vastustaa” (h7). Kritiikistä puhutaan vain yleisesti tärkeänä mahdollisuutena tai velvollisuutena, johon täytyy pyrkiä. Seuraavaksi myönnetään, että tämä ei aina onnistu. Kaikkia taisteluja ei voi voittaa ja lisäksi toimittajat ovat eritasoisia kyvyssään kritisoida ja vastustaa paineita. Jos jutussa ei voi kritisoida, sen voi tosin joskus tehdä kolumnissa – jos uskaltaa. Koska kolumnin oheen laitetaan toimittajan nimi ja kuva, hänet on helppo leimata. Kolumneja usein kirjoittava haastateltava kertoo, että jotkut yrittävät niissä suututtaa poliitikkoja mutta hän ei. Hän sanoo jakavansa mieluiten kritiikin tasaisesti, vaikka joskus tulee lukijapalautetta pelkuruudesta.

Mielenkiintoista kyllä, moni haastateltava vetoaa lukijoiden älyyn, tavallaan siirtävät vastuun heille: ”en usko, että tarvitsee kritisoida ankarasti jotta lukija vetää omat johtopäätöksensä, koska niin kuin jo sanoin, hän on kykenevä” (h3). Yksi haastateltava ottaa esimerkiksi Hillary Clintonin presidenttikampanjan, eli jutussa ei tarvitse syyttää tätä valehtelijaksi vaan voi yksinkertaisesti osoittaa, mitä Clinton on sanonut Irakin sotaa koskien eri aikoina ja lukija osaa muodostaa mielipiteensä itse.

Yleisesti ottaen haastateltavat eivät tietenkään myönnä, että he itse olisivat kyvyttömiä kritisoimaan tarvittaessa. Vain lähinnä rivien välistä voi aistia lehden ideologian vaikutuksen toimittajien todellisuus-suhteessa. Yksi toimittaja toteaa, että kritisointi ei välttämättä auta, koska riippuvuus on henkistä. Lehdillä on poliittiset siteet, jotka vaikuttavat lähdesuhteisiin. Silti hän ei sano, että omassa lehdessä kävisi näin, vaan puhuu yleisellä tasolla. Lehden tehtävä on kritisoida tarvittaessa ketä ja mitä tahansa puoluekannasta riippumatta, mutta Espanjassa tuo tehtävä ei onnistu.

Aineiston nuorin sanoo suoraan, että kritisointi ei ole ollenkaan tärkeää ja lehden poliittinen ideologia vaikuttaa jutuissa. Hänen mielestään on ihan normaalia, että lehti on enemmän jonkun puolella:

Mielestäni tieto on oleellisinta, ja jos yhdet sanovat, että se on valkoinen ja toiset sanovat, että se on musta, minun näkökulmani luultavasti se on enemmän valkoinen kuin musta ja siten tämän lehdenkin näkökulma on enemmän valkoinen kuin musta. Näin ollen tuota tietoa käsitellään “nämä sanovat että se on valkoinen ja nuo puolestaan että se on musta” antaen enemmän voimaa niille, joiden mukaan se on valkoinen, koska loogisesti meidän tapamme nähdä asiat on tässä tapauksessa enemmän valkoinen. (h8)

Kritiikkiä yritetään lisätä ja yritetään saada lehteen mukaan erilaisia poliittisia juttuja. Ongelma on kuitenkin siinä, että politiikanosaston sivut vain lisääntyvät, koska koetetaan kirjoittaa yhtä aikaa sekä julistusten journalismia että toimituksen nostamia aiheita, esimerkiksi juttuja eri lakien

vaikutuksesta kansalaisten arkeen. Lopulta joudutaan noidankehään, josta ei ole ulospääsyä. Ihmisiä ei kiinnosta, paineet ja valitukset lisääntyvät eikä kritiikille ole aikaa, joten se taitaa jäädä tavoitteeksi: “kriittisyys on sitä että osaa analysoida asioiden syitä eikä jää vain raapimaan pintaa, nähdä miksi jokin asia tapahtuu ja kuka pitää lankoja käsissään missäkin asiassa” (h6). Asiaa ei auta se, jos poliitikot vain kommentoivat lehtijuttuja sen sijaan että he puhuisivat oikeista asioista, niin kuin yksi haastateltava valittaa. Poliitikotkin tarraavat lehdistöön:

He [poliitikot] ovat hyvin tietoisia siitä että televisio on tärkeä ja oleellinen, mutta he katsovat lehtiä joka aamu ja jos he eivät näe itseään, se on väärin, vaikka he olisivat olleet televisiossa ja radiossa koko päivän ja saaneet paljon yleisöä. (h3)

### ***Objektiivisuus on utopia***

Lähdesuhteiden painekattilassa puolueettomuus on hankalaa ja kritiikki jää vain yritykseksi. Miten haastateltavat suhtautuvat objektiivisuuteen todellisuudesta kertomisen lähtökohtana? Objektiivisuuden käsitteen oleellisuudesta journalistisessa työssä kertoo se, että jokainen haastateltava ottaa siihen kantaa tavalla tai toisella. Asiaa on selvästi pohdittu, ja vastaukset kuulostavat jopa siltä, niin kuin toimittajat olisivat yhdessä sopineet, miten vastata. Toki moni aluksi sanoo, että objektiivisuus on tärkeää mutta jatkaa toteamalla sen käytännössä mahdottomaksi. Objektiivisuus on utopia tai myytti – ja siihen pystyy vain jumala: ”kukaan ei oikeasti ole 100-prosenttisen objektiivinen, se on vaan toimittajien käyttämä valhe” (h5). Objektiivisuus on hylätty ja sen tilalla on rehellinen subjektiivisuus. Faktaksi toisin sanoen riittää se, mitä toimittaja itse näkee tai kokee.

Kuten kriittisyyden kohdalla, haastateltavat puhuvat kauniista ihanteista. Etenkin rehellisyyttä korostetaan objektiivisuuden sijaan. Toimittajan tulee esittää asiat niin kuin hän on ne nähnyt, kertoa oma totuutensa peittelemättä mitään. Haastateltavat tuumaavat, että yliopistoissa opetettava objektiivisuuden idea ei ole totta, sillä työssä tehtävät jatkuvat valinnat syövät sitä:

Uutisessa yritetään olla niin objektiivisia kuin voidaan, mahdollisimman informatiivisia, mutta objektiivisuus... Subjektiivisuus on kaikkialla: aiheessa jonka valitset, kuinka laajaksi sen teet, mihin kohtaan se laitetaan, ylös vai alas, parilliselle vai parittomalle sivulle. Enpä tiedä, kaikki nämä ovat tietyllä tavalla mielipiteitä, kun kaikki tämä on tehty niin uutisen tulee olla puolueeton, rehellinen, oikeudenmukainen ja sisältää kaikki osalliset. (h6)

Paitsi rehellisyyteen pyrkiminen, haastateltavat kertovat myös muita keinoja, joilla päästä lähelle objektiivisuutta, vaikka se itsessään siis onkin mahdoton arvo. Yksi mahdollisuus on tarjota lehden sisällä mahdollisimman monta eri näkökulmaa. Eli politiikan osastolla antaa ääni kaikille



puolueille. Eikös se juuri ollut hankalaa ja ikävää? Toinen mahdollisuus on vedota lukijan tarpeisiin, tehdä häntä kiinnostavia artikkeleja, mutta tietystä näkökulmasta.

Jätetään höpötykset, objektiivisuutta ei ole olemassa, on olemassa maalaisjärki. Journalismi on jatkuvaa maalaisjärjen käyttöä. Jos et pysty siihen, olet... olet saastuttaja. (h4.)

Objektiivisuuden yhteydessä vain kaksi haastateltavaa ottaa esiin lehden ideologian vaikutuksen. Nämä kaksi ovat valokuvaaja sekä joukon nuorin ja näin ollen kokemattomin toimittaja. Toinen pohtii toimittajien toimintaa läheltä mutta ei ole itse kirjoittanut juttuja. Toisella on puolestaan ura vasta alussa, hän vielä opettelee sekä talon että alan tapoja.

Absoluuttinen objektiivisuus on mahdotonta, toimittajaan vaikuttaa hänen pomonsa, omistaja ja he, jotka maksavat mainokset ja avustukset ja niin edespäin. Henkilöön varmaan vaikuttavat monet asiat, ideologia. Se on jatkuva taistelu henkilökohtaisen mielipiteen ja muiden tekijöiden välillä. (h9)

Sinulla on se tietty suuntaus, tiedät miten käsitellä aiheita, miten puhua maahanmuutosta ja miten sitä käsittelevät muut. Minusta se on hyvä asia. Paras olisi täysin objektiivinen juttu, mutta aina on pala subjektiivisuutta, näin ollen ensin yrität päästä lähelle todellisuutta ja sitten laitat mukaan sen suuntauksen, 50–50, koska 100-prosenttinen todellisuus on mahdotonta. (h8)

Objektiivisuus-vastauksia voi tulkita monella tavalla, sillä on vaikea sanoa, millaisesta objektiivisuudesta haastateltavat puhuvat. Onko kyseessä ”vastuun kierron rituaali”, jota ainakin suomalaiset toimittajat tuntuvat mallikkaasti soveltavan? Canelin ja Piquén tutkimuksessahan selvisi, että espanjalaiset toimittajat ymmärtävät objektiivisuuden monin eri tavoin.<sup>7</sup> Kun haastateltavat vetoavat subjektiiviseen rehellisyyteen, onko tuo subjektiivisuus jokaisen omaa vai lehden subjektiivisuutta? Tämä kysymys kietoutuu luvussa 5.4 käsiteltävään ideologian ja lehden linjan vaikutukseen.

### ***Yhteenveto***

Näyttää siltä, että Espanjassa tieto ei tosiaan ole kaikkien saatavilla vaan sitä pitää metsästää, sitä täytyy helliä, se annetaan vain luottamuksen osoittaneille toimittajille, jotka työskentelevät vaikutusvaltaisessa mediassa. En osaa kuvitella, että suomalaiset toimittajat puhuisivat lähteiden hoivaamisesta. He ehkä tietävät, että lähde puhuu joka tapauksessa. Ei lähteelle saa antaa valtaa päättää jutussa juuri mitään, korkeintaan tarkistaa omat kommenttinsa. Toki pidetään huolta siitä, että luottamus säilyy.

---

<sup>7</sup> Ks. tämän tutkimuksen sivu 35.

Poliitikkojen ja toimittajien suhteissa näkyy selvästi näiden kahden maailman perinteinen läheisyys. Vaikka toimittajan työ ei ehkä enää ole ponnahduslauta politiikkaan, ainakin politiikanosastolla joutuu osaksi ”vallan pilveä”. Jos vallanpitäjät voivat kieltää kysymykset tai epämiellyttävän jutun jälkeen lopettaa yhteistyön, on toimittajan aika vaikeaa kritisoida ja olla etäällä. Kritiikkiä kuitenkin pidetään tärkeänä, mikä kertoo pyrkimyksestä muuttaa kuviota. Aika hankalalta muutos silti vaikuttaa, vaikka kuinka yritetään tehdä erilaisia poliittisia juttuja.

Aineiston nuorimman haastateltavan vastaukset poikkesivat huomattavasti muista. Kaikilla muilla on yli kymmenen vuoden kokemus. Ehkä heidän on kokemuksensa vuoksi helpompi puhua yleisellä tasolla. Eivätkö he halua myöntää omaa puolueellisuuttaan, että tuo ”oma totuus” ja ”subjektiivinen rehellisyys” itse asiassa riippuu lehden linjasta tai ideologiasta? Objektiiivisuuden he osaavat tuomita mahdottomaksi, onhan se toisaalta normaalia realismia, mutta he eivät tahdo miettiä juttujen rehellisyyden olemusta tarkemmin. Sen sijaan keltanokka on kiitollinen, että lehden ideologia antaa hänelle suuntia. Hän vielä tunnistaa, mistä ”oma totuus” oikeasti tulee. Ehkä vuosien kuluttua hänkin on oppinut korulauseet?

### **5.3 Isot ihanteet mutta alhainen arvostus**

Tässä luvussa käsittelen median rooleja ja tehtävää yhteiskunnassa, hyvän jutun ja hyvän toimittajan piirteitä sekä toimittajan yleistä arvostusta. Haastattelurungossa on kysymyksiä, jotka vastaavat näihin asioihin suoraan: Millaista on hyvä journalismi? Millainen ihminen on hyvä toimittaja? Millainen rooli medialla on yhteiskunnassa? Arvostetaanko toimittajia?

Edellisessä luvussa huomattiin, että haastateltavat eivät pidä objektiiivisuutta tärkeänä vaan vetoavat mieluummin rehellisyyteen. Nouseeko rehellisyys esiin myös pohdittaessa hyvän jutun ja toimittajan piirteitä? Median rooli yhteiskunnassa liittyy sekä yleisöön että lähteisiin: ketä edustetaan, ketä palvellaan. Jo edellisessä luvussa tuli esiin, että espanjalainen journalismi ehkä palvelee liikaa lähteitään. Kysymykset siitä, ovatko lukijat kansalaisia vai kuluttajia ja miten lähteisiin suhtaudutaan, kertovat medialle asetetusta tehtävästä yhteisössään.

Toimittajien nauttima luottamus ja maine voisi kuulua myös yleisösuhdetta käsittelevään lukuun, mutta olen liittänyt sen tähän, koska kyse on yhteisön yleisistä asenteista media-alaa kohtaan. Henkilön ei tarvitse lukea lehtiä voidakseen silti arvioida toimittajien toimintaa. Tällaiseen

arviointiin liittyy luonnollisesti myös eettistä pohdintaa. Huono maine vaikuttaa myös lähteiden saantiin, eli kuten edellisessä luvussa kävi ilmi, lähteet eivät puhu, jos ei synny luottamusta. Tämä luku ylipäättään jatkaa edellisten lukujen teemoja, mutta enemmän koko yhteiskunnan kannalta.

## ***Rehellistä analyysiä***

Huomaan nyt, että olen haastatteluissa pääasiassa käyttänyt kysymystä "mitä hyvä juttu sisältää". En siis puhu journalismista yleensä vaan lehtijutuista. Tämän kysymyksen kohdalla tulee esiin se, mistä jo yleisösuhte-luvussa puhuttiin. Lukijaa ei saa kohdella tyhmänä. Eli hyvä juttu sisältää analyysiä, lukijalle hyödyllisiä elementtejä; se auttaa häntä ymmärtämään. Hyvissä jutuissa pysähdytään siis miettimään asioiden merkityksiä.

Yllättävän moni haastateltava määrittelee hyvän jutun sellaiseksi, jossa on edes joku idea, joka on hyvin kirjoitettu, tasapainoinen ja sisältää uutisen. Muutamat mainitsevat, että hyvä juttu on sellainen, jota ei ole kenelläkään muulla. Myös yhteiskunnan toimimisen ja demokratian kannalta tärkeät puolet nousevat esiin osassa vastauksista. Hyvä juttu voi nostaa puheenaiheita ja saa lukijan tavallaan putoamaan pilvistä, huomaamaan jotain olennaista omasta elinpiiristään.

Meidän yhteiskuntamme, miksi se on järjestäytynyt juuri tällä tavalla, hitto, kukaan ei kysy sitä. Naisten väliset suhteet ovat tuolla ja kukaan ei ravistele niitä, ei edes huomaa, ei tee kysymyksiä. Niin, kysytään ne kysymykset! Toki ne kysymykset ärsyttävät, eivät ne miellytä moniakaan yhteiskunnan sektoreita. (h4)

Tällainen yhteiskunnan tabujen tonkiminen olisi tärkeää, mutta sitä ei uskalleta tehdä. Ehkä tässä näkyy se aiemmin pohtimani liiallinen läheisyys vallanpitäjien kanssa, joka estää kritiikin ja etäisyydenoton.

SH: Mitä hyvä artikkeli tai uutinen sisältää?

No hei haloo, minulle, meidän plussamme, jonka olemme mielestäni menettämässä, on kyky nostaa äläkkä, kyky antaa taustatietoja ja analysoida. Se meidät pitäisi erottaa ja sitä usein kaipaan, että toimittaja olisi toimittaja eikä vain tiedonvälittäjä. Sinun pitäisi tietää, hallita aiheesi ja antaa tietty plussa, mennä vähän edemmäs, tulkintaa (...) Kaipaan sitä etenkin, kun näen haastatteluja televisiossa ja näen toimittajia jotka tuskin kysyvät vastakysymyksiä. Se sattuu, koska vaikuttaa siltä, että ammatti väljähtyy. (h12)

Muutama haastateltava haluaa, että media on kansalaisten asialla ja antaa äänen myös yhteiskunnan vähäosaisille: "miksi me olemme huolissamme marginalisoituneista ihmisistä, jos he eivät koskaan osta lehteä, no siis, olemme yhteiskunnan palveluksessa" (h5).

Aiemmin on käynyt ilmi, että kriittisyys ja puolueettomuus vallanpitäjiin nähden ovat haastateltavien mielestä tärkeitä ihanteita. Objektiivisuus vaihdettiin rehellisyyteen. Millä tavoin haastateltavat kuvaavat hyvää toimittajaa? Rehellisyys nousee tässäkin selvästi esiin. Lisäksi hyvää toimittajaa kuvataan muun muassa uteliaaksi, aktiiviseksi, kriittiseksi, analyttiseksi ja levottomaksi. Moni mainitsee, että toimittajan täytyy olla hyvin koulutettu ja tietää kaikesta jotakin. Koska lähdesuhteiden hoitaminen on vaikeaa, hyvä toimittaja tietenkin osaa sen homman.

Kuten hyvän jutun kohdalla, hyvän toimittajankin määritelmät menevät laidasta laitaan. Noin puolet tyytyy kuvaamaan teknisiä taitoja tai asioita, jotka eivät mielestäni ole erityisiä arvoja, kuten uteliaisuus tai aktiivisuus. Toinen puoli haastateltavista lisää kuvailuun jotain syvempää. Toimittajan olisi hyvä myös jaksaa taistella uskomiansa asioiden puolesta. Tämä on kuitenkin vaikeaa, koska "Espanja on pieni maa ja täällä saa helposti leiman, onko oikeistoa vai vasemmistoa, nationalisti, Katalonian itsenäisyyden kannattaja" (h3). Espanjalaisen median yhä kasvavampi taipumus sekoittaa tieto ja mielipide huolestuttaa monia haastateltavia:

SH: Sekoittuvatko mielipide ja informaatio, jos ei sinun työssäsi, mutta miten näet asian yleisesti?

Sehän on ilmeistä, ei tarvitse olla kovin fiksu, vai mitä. (h5)

Onnistuvatko lehdet Espanjassa erottamaan tiedon ja mielipiteen? Se on se ongelma, on tietynlainen suuntaus, monet lehdet sekoittavat nämä kaksi aspektia. Näin ollen syntyy hybridi... etkä enää tiedä missä ollaan menossa, sitten sinun täytyy lukijana yrittää saada selville, minne sinua todellisuudessa halutaan olla johdattamassa, koska välillä on uutisia, jotka ovat hyvin ristiriitaisia, niiden näkökulma on ansa, koska sinut halutaan johdattaa tiettyyn paikkaan kertomatta että halutaan johdattaa... Luulen, että tämä on yleinen ongelma etenkin politiikan uutisten kohdalla... Se on ilmiö, joka leviää jatkuvasti, tapa sekoittaa kaikki. (h1)

### ***Muiden mahtien palveluksessa***

Medialla on haastateltavien mielestä hyvin tärkeä rooli yhteiskunnassa, koska diktatuuri on vielä hyvässä muistissa. On tärkeää voida kritisoida. Edistyksellisessä demokratiassa median rooli perinteisesti on olla julkisen vallan vastapainona. Pitää olla kansalaisten apuna, jotta heillä on välineet demokratiassa toimimiseen. Pitää kertoa kansalle, mitä yhteiskunnassa tapahtuu, mitä ihmisten pitää varoa, miten heidän pitää toimia. Koska media luo mielipiteitä, sillä on suuri vastuu. Haastateltavat erittelevät hyvin syvällisesti tehtävänsä yhteiskunnassa, miten monin tavoin he auttavat lukijaa olemaan vapaa, ymmärtämään yhteiskuntaa ja toimimaan siinä. Mutta jos lukija kerran on koulutettu eliitin edustaja eikä kaikkien edes tarvitse lukea lehteä, mikä merkitys

tällaisella median tehtävä -puheella on? Miksi aktivoidaan jo valmiiksi valveutuneita? Erään haastateltavan vastuksessa ristiriita tulee hyvin esiin:

Minun mielestäni tehtävä on oleellinen, ennen kaikkea informoida, että ihmiset tietävät, miksi asioita tapahtuu, he katsovat television uutismakasiinia ja sanovat "hei, olen nähnyt telkassa että joku on tapettu" mutta he eivät tiedä miksi, missä ja kenet on tapettu. Journalismin täytyy antaa tietoa, koska se on elämässä kiinnostavaa: tietää, mitä ympärilläsi tapahtuu. (h8)

Eli puhutaan journalismista yleensä, vaikka sitten kuitenkin tarkoitetaan lehdistöä. Koska televisiosta ei saa välineitä omaan ajatteluun, lehden täytyy se tehdä. Mutta suurin osa kansasta katsoo televisiota eikä lue lehtiä. Ihmettelen, miksi niin moni haastateltava putoaa tällaiseen itsepetokseen. Aivan kuin he yhtäkkiä unohtaisivat oman paikkansa ja lukijakuntansa. Muutamat haastateltavat tosin sanovat suoraan, että he eivät oikein luota tällaisen ihanteellisen roolin toteutumiseen Espanjassa. Tiedotusvälineet ovat liian lähellä vallanpitäjiä: "Britanniassa ollaan neljäs valtiomahti, me ollaan täällä vielä muiden mahtien palveluksessa" (h4). Yksi haastateltava mieltii, että aiemmin toimittajat olivat paremmin kansan asialla:

Ylipäättään tehtäväni on, paitsi palvella lukijoita ja yritystä, myös yhteisöä, koska jos ei, niin ei tämä ole sen arvoista, jos poistat tämän puolen työstäni, ei siinä ole mitään järkeä. Nykyään media on unohtanut tämän. (h5)

Toinen haastateltava puhuu hyvin surullisena siitä, että lehti ei tavoita niitä, joiden todella pitäisi saada välineitä yhteiskunnan ymmärtämiseen. On niin paljon ihmisiä, jotka eivät äänestä eivätkä koe voivansa vaikuttaa asioihin. Haastateltava kertoo keskustelleensa pomojenkin kanssa aiheesta, koska yliopistossa opetettu median sosiaalisen vastuun periaate ei toteudu. Yleisö kiinnostaa vain kuluttajina:

Varakkailla ihmisillä, joilla on statusta, niillä on aina areenoja saadakseen valituksensa kuuluviin, mutta kadunmiehet, ne jotka kärsivät eniten ja ovat huonoimmassa asemassa, ei niillä ole muita kuin me, ei ketään muuta. Jos me hylkäämme heidät, koska yleisönä he eivät ole kiinnostavia, ei heille jää mitään. (h12)

### ***Kahtia jakautunut maine***

Kysyin kaikilta haastateltavilta, arvostavatko ihmiset toimittajia ja lisäksi monilta tarkentavan kysymyksen, miten he kokevat ihmisten reaktiot ammattia kohtaan vapaa-ajalla ja työtehtävissä. Tämä on myös yksi niistä harvoista kysymyksistä, joihin jokaiselta haastateltavalta löytyy mielipide. Lisäksi kaikki 12 ovat samoilla linjoilla: toimittajan työn arvostus on skitsofreenista. Yhtä aikaa toimittajia sekä arvostetaan että vihataan.

Ammatin yleinen maine on huono. Erään haastateltavan mukaan toimittajan ja poliitikon ammatit ovat kaikkein vähiten arvostettuja Espanjassa. Toimittajiin suhtaudutaan torjuvasti ja heidän sanotaan manipuloivan totuutta. Arvostuksen puolestaan huomaa siitä, että ihmiset kadehtivat, ihailevat ja ikään kuin katsovat tätä ylöspäin. Luullaan, että toimittaja on vaikutusvaltainen, matkustaa paljon ja viettää hauskaa elämää. Ihailua tulee eteen kasvokkaisessa vuorovaikutuksessa, vaikka ammattia kritisoidaisiin yleisellä tasolla. Kun vaikka illallisseurueessa kertoo olevansa toimittaja, reaktiot ovat yleensä positiivisia:

Tulee sellainen lumous, ja aina sanon, että olemme mitättömämpiä kuin luulette. Se on se kaksijakoinen juttu, eli, joillekin olet manipuloija, itse piru, niinku yleisesti ottaen. Mutta kun olet siinä heidän edessään vaikuttaa siltä, niin kuin olisit joku erityinen. Se on hassua, aina sanonkin että olen ihan yhtä pihalla kuin kaikki muutkin. (h12)

Kuitenkin moni toimittaja kertoo välttelevänsä ammattinsa mainitsemista vapaa-ajalla, koska saattaa joutua kuulemaan syytöksiä manipuloinnista ja valehtelusta eikä se tunnu mukavalta. Usein ihmiset luulevat, että toimittaja työskentelee televisiossa tai vähintäänkin tuntee kaikki kuuluisuudet. Sellaisen väärän kuvan oikominen ei sekään ole haastateltavien mielestä mukavaa:

Jos esimerkiksi kampaajalla sanon, että olen toimittaja, heti kommentoidaan jotain juorulehden juttua, josko tietäisin siitä jotain (...) Välittömästi kysytään, olenko televisiossa töissä "missä esiinnyt?" ja jos en ole tv:ssä tai radiossa, jos kuvani ei ole missään aikakauslehdessä, niin olla toimittaja on niin kuin olisi kirjastonhoitaja, ihan sama. (h3)

### **Televisioroskan syytä**

Mistä ammatin alhainen arvostus johtuu? Monet sanovat, että maine on huonontunut vuosien myötä ja etenkin television takia: "toimittajan yleinen imago on se, mitä näkyy televisiossa, ja valitettavasti se on kaikki nämä idioottien ohjelmat" (h3). Vanhemmat toimittajat kertovat, että vielä 80-luvulla kysyttiin ihastellen "mitä kirjoitat", mutta nyt kaikki arvokkuus on poissa, "olemme menettäneet todellisuuden välittäjän sädekehän" (h11). Toimittajalla ei ole enää auktoriteettia niin kuin ennen. Espanjan kieleen on syntynyt käsite "telebasura", eli suomeksi "televisioroska", jota monet haastateltavat käyttävät. Televisio-ohjelmissa revitellään ihmiskohtaloita eikä mikään ole pyhää.

Viime aikoina Espanjaan on tullut televisioroska-ohjelmia, en tiedä onko Suomessa käynyt samoin, mutta täällä se on erittäin skandaalinhakuista, joten totta kai, kansa katsoo näitä ohjelmia, kaikki samanlaisia, juurutoimittaja käsittelee kaikkia karmeimpia rikoksia ja kurjuuksia sensaatiohakuisesti. Koska televisiolla on paljon yleisöä, niin ihmiset yhdistävät tämän journalismiin eikä maine ole kovin hyvä. (h2)

Espanjaan ilmestyivät yksityiset tv-kanavat 90-luvulla ja miten kävi, he etsivät vain kohua, järkytystä (...) Me jäimme ihan että "oho, miten raakaa", mutta se mikä meitä hämmästytti alkaa olla normaalia ja sitten sanot vain "ai, tää on taas näitä", kiinnität vähemmän huomiota. Mutta, se on se mitä yleisö saa, eikö, joten tiedotusvälineiden imago alkaa huonontua, ihan sama oletko lehdistössä, radiossa vai tv:ssä. (...) Ennen journalismi tarkoitti työtä yhteiskunnan hyväksi, nyt se tarkoittaa turhanpäiväisyyttä. (h4)

Televisioroskan lisäksi maineeseen ovat haastateltavien mukaan vaikuttaneet muutkin tekijät, kuten se, jos media menee selvästi mukaan poliittiseen sotaan. Yksi haastateltava mainitsee, että *El País* ja *El Mundo* ovat lähteneet juuri tällaiseen kamppailuun. Mielipiteen ja tiedon sekoittuminen ei sekään paranna imagoa. Vain yksi haastateltava huomaa sellaisen syyn imagovajeeseen, joka Suomessa tulisi varmasti enemmänkin esiin, eli toimittajien jatkuvan kiireen ja rutiinien aiheuttamat virheet. Koska lehti tehdään joka päivä, välillä ei vaan ole aikaa tutkia kunnolla, valita parasta näkökulmaa ja ottaa etäisyyttä lähteisiin. Virheet merkitsevät enemmän, koska medially on valtaa.

Huono maine saattaa haastateltavien mielestä vaikuttaa työhön, etenkin lähdesuhteisiin. Vaikka tietyn tiedotusvälineen maine tai valta auttaa, voivat esimerkiksi tiedotustilaisuudet muuttua, koska niihin tulee myös skandaalinhakuinen tv-väki, joka haluaa rakentaa kaikesta speksaakkelin. Mainella ei ainakaan vielä nähdä olevan oleellista vaikutusta lehtitoimittajan arkeen; useat haastateltavat sanovat keskittyvänsä tekemään oman osuutensa hyvin. Merkkejä on kyllä ilmassa. Mutta ehkä juuri televisioroskan ja yleisen maineen rapistumisen vuoksi haastateltavat haluavat puhua ihanteista ja siitä, mitä pitäisi tehdä. He korostavat rehellisyyttä, koska näkevät "keltaisen television" vääränlaiset taktikat. Heillä on tarve tehdä pesäeroa., jopa halu nähdä itsensä kansan asiassa. Muutenhan kuva olisi liian masentava. Käräjäuutisia kirjoittava toimittaja on nähnyt läheltä, miten oma aihealue on muuttunut "sairaaksi":

Haluaisin muuttaa osaston sellaiseksi, jota ihminen voisi lukea arvokkaasti samalla kun syö aamupalaa, joka olisi kiinnostava sekä teknisen että ammatillisen laatunsa takia. Tässä on vielä parantamisenvaraa. (h5)

## **Yhteenveto**

On mielenkiintoista, miksi jotkut haastateltavat pidättyvät puhumaan toimittajasta hyvin koulutettuna ja uteliaana kirjoittamisen taiturina, kun taas toiset ilmaisevat huolensa mielipiteen sekoittumisesta tietoon ja peräänkuuluttavat parempaa kansan sekä demokratian palvelua. Ristiriidat leimaavat ihannepuhetta. Haastateltavat pohtivat oma-aloitteisesti ihanteiden toteutumisen ongelmia Espanjassa. He näkevät selkeästi, millainen rooli medially pitäisi Espanjan yhteiskunnassa olla, eli

tavoite on ainakin tiedossa.

Kun aletaan puhua toimittajien arvotuksesta ja maineesta yhteiskunnassa, alkaa pitäisi-puheen merkitys hieman selvitä. Vastausten yksimielisyydestä voi päätellä, että toimittajiin kohdistuva epäily ja jopa halveksunta todella kuohuttaa ainakin lehtitoimittajia. On täysin ymmärrettävää, että manipulointi-syytösten alla halutaan korostaa rehellisyyttä, ja että ainakin ihanteet ovat selvät ja niihin todella pyritään. Toisaalta yhtäläillä hämmentävään tilanteeseen voi reagoida sivuuttamalla sen. Siksi ihanteiden kohdalla puhutaan helposti teknisistä arvoista, kuten hyvästä kirjoitustaidosta. Tällainen reagointi syytöksiin ja uhkiin on tavallista missä tahansa käsityöläisammattissa. Kun ei oikein mitään voi tilanteelle tehdä, ainakin omassa artikkelissa pilkut ovat paikallaan.

Jos eri tiedotusvälineiden toimintatavoissa on niin huima ero kuin haastateltavat kertovat, totta kai ulkopuolinen hämmentyy aineiston vastausten kirjosta. Ehkä toiset puhuvat mediasta yleensä ja jotkut vain lehdistöstä. Ehkä haastateltavat eivät itsekään tiedä, mihin viitata. Luulen myös, että diktatuurin varjo saa suoltamaan suuria sanoja. On pakko uskoa demokratiaan, vaikka toisaalla elää pelkkä skandaalinhakuinen speaktaakkeli eikä analyysistä ja kansalaisten palvelusta näy jälkeäkään. Miten jaksaa uskoa omaan työhönsä?

Suomessa televisio on ainakin vielä sängen siivoa verrattuna espanjalaiseen. Vaikka suomalaisetkin toimittajat saattavat kokea ammattinsa arvostuksen kahtia jakautuneena ja toisinaan epäröivät kertoa ammattinsa vapaa-ajalla, tuskin ahdistus on niin syvä kuin Espanjassa. Meillä skismaa aiheuttavat ehkä iltapäivälehdet. Espanjassa televisiolla on kuitenkin erittäin merkittävä asema, joten sen toiminta vaikuttaa kaikkiin muihin viestimiin.

## **5.4 Kilpailijan kyttäystä ja rajattua vapautta**

Oman lehden asema ja imago saattaa suojella toimittajaa ammattiin kohdistuvalta yleiseltä torjunnalta ja vihalta, kuten edellisessä luvussa kävi ilmi. Tässä luvussa käsittelen mediaorganisaation vaikutusta haastateltavien työhön, eli lehden ideologiaa, talon tapoja ja esimiesten tai omistajien valtaa. Hyväksyvätkö haastateltavat sen, että lehden linjaukset tai pomojen määräykset vaikuttavat työhön? Kuinka suureksi he kokevat itsenäisyytensä?



Organisaatio-näkökulman lisäksi toinen tämän luvun tärkeä teema on kilpailu. Kilpailun voisi käsitellä myös lukijasuhteen ohessa, sillä kilpailuhan on myös lukijoiden voittamista. Tarkastelen kilpailua kuitenkin pääasiassa toimituksen sisäisten keskustelujen kautta ja työntekoon vaikuttavana, ei niinkään sen mukaan, miten lukijoihin suhtaudutaan tai miten kilpailu heihin vaikuttaa. Luvussa 5.1. tuli ilmi, että kaikkien mielestä lehden ei välttämättä tarvitse saada lisää lukijoita. Tietyn lehden lukeminen nähtiin myös tavaksi, jota ei helposti muuteta. Mutta vaikuttaako kilpailu sittenkin jollain tavalla? Ensimmäisessä haastattelussa haastateltava mainitsi ilmaisjakelulehtien vaikutuksen, joten otin aiheen esiin myös muissa haastatteluissa ja käsitelen vastaukset tämän luvun lopussa.

### ***Ideologia ei ole ongelma***

Kuten lukijoiden määrittelyn kohdalla luvussa 5.1, myös ideologian suhteen *El Periódico*n toimittajat määrittelevät lehden ideologian tarkemmin ja poliittisemmin kuin *La Vanguardian* toimittajat. *El Periódico* haluaa haastateltavien mukaan olla moniarvoinen ja edistyksellinen, mutta he kuvaavat sitä myös sosialistiseksi tai vasemmiston lehdeksi. Vasemmisto-taustaa ei julisteta suoraan, mutta haastateltavat uskovat, että kaikki sen silti tietävät. Yksi haastateltava toteaa, että *El Periódico* syntyi yhdessä demokratian kanssa, joten se haluaa olla demokratian ja kansan asialla. *La Vanguardia*ssa työskentelevät haastateltavat sanovat, että heidän lehtensä on pitkän historiansa aikana pikku hiljaa muokkautunut konservatiiviseksi ja ehkä elitistiseksi, mutta poliittisesti se ei ole minkään tietyn puolueen takana. Se haluaa olla uskottava ja moniääninen, ehkä karistaa itsestään ideologian leiman:

Aina puhutaan, on kausia, että nyt *La Vanguardia* on sosialistien, sitten taas CiU:n, mutta kaikki on vain tulkintaa. *La Vanguardia* on ystävällinen vallanpitäjiä kohtaan, paitsi jos tarvitsee antaa jollekulle korvapuusti, niin se annetaan. Lehti ei ole tuhoamisesta kiinnostunut vaan maltillinen. (h1)

*La Vanguardia* on konservatiivinen lehti mutta samalla se yrittää ottaa huomioon hyvin laajan skaalan. Näin ollen, tuota noin, täytyy pelata vähän kaikkien joukkueissa. (h3)

Molemmissa lehdissä sanotaan, että ideologian huomaa parhaiten politiikanosastolla, mikä kertoo siitä, että ideologia nähdään poliittisena. Kysyin etenkin niiltä haastateltavilta, jotka osasivat lehtensä ideologian määrittellä, jatkokysymyksen ideologian tärkeydestä – voisiko sen jopa poistaa. On mielenkiintoista, että suuri osa pitää ideologioiden olemassaoloa täysin luonnollisena. Myös sellaista ajattelua näkyy monien haastateltavien puheessa, että ideologiaton lehti ei voisi toimia,

sillä ”se olisi kuin omaa pyrstöään pureva kala” (h12). Haastateltavat sanovat, että ylipäättään kaikilla lehdillä on ideologia ja se kuuluu pelin henkeen. Moni mainitsee esimerkiksi *El País*in suosivan nykyistä hallintoa, eli sosialistista PSOE:ta. Yksi perustelee ideologian olemassaoloa sillä, että urheiluosastollakin ollaan tietyn joukkueen puolella, eli ihmisiä ei kiinnosta lukea, että kaikki ovat yhtä hyviä. Ideologia on suunta, joka lehdellä täytyy olla mutta joka ei vähennä vapautta:

En näe sitä [ideologiaa] ongelmana, jos minulle annetaan vapaus ja voin kehittyä työssäni, pystyn olemaan rehellinen. Lehden linja voi olla oikeiston tai vasemmiston puolella mutta antaa toimittajan työskennellä, siinä mielessä tunnen oloni mukavaksi. (h10)

Ehkä ideologian vähäinen vaikutus työtä rajoittavana tekijänä johtuu siitä, että sen voima on hiipunut tai hiipumassa. *La Vanguardia*ssa ollaan moniäänisiä ja *El Periódico* tahtoo olla kansan asialla. Ideologia tuntuu olevan vain historiallinen tendenssi. Toinen syy saattaa olla se, että toimittajat jakavat saman ideologian ja ovat siksi jopa päätyneet tiettyyn lehteen. Tämän ajatuksen ilmaisi muutama haastateltava. Yksi *El Periódico*ssa työskentelevä haastateltava, joka pitää ideologiaa tärkeänä, kertoo joutuneensa taistelemaan asiasta pomon kanssa. Haastateltava sanoo, että lehden pitäisi paremmin puolustaa vasemmiston ja työläisten aatteita olematta silti puoluelehti:

On tiettyjä periaatteita, jotka minulle ovat kaiken perusta ja joita minusta tämä lehti puolustaa ja joita se on läpi historian puolustanut, joita lukijat odottavat, että se yhä puolustaa ja luulen, että välillä etäännyimme niistä ja totta kai, ideologia vähenee yhteiskunnassa, tällainen tiedostaminen häviää. Mielestäni meidän pitäisi säilyttää se, mutta tiedäthän, tässä mielessä minä kiistelen aika paljon kollegoideni ja johtajan kanssa, olen radikaalimpi kuin he. Mutta puoluekantaa ei silti saa koskaan ottaa. (h12)

### ***Itsenäisyys uhattuna***

Poliittisen ideologian sijaan espanjalaisen lehtitoimittajan työhön ja juttujen sisältöön näyttäisivät vaikuttavan muut tekijät. Näitä tekijöitä ovat ennen kaikkea ylimmän johdon tekemät päätökset. Rutiinit ja käytännöt voivat siis paljastaa piilotettuja ideologisia juonia. Yksi haastateltava ilmaisee suoraan, että kyse on ongelmasta, jota on vaikea havaita:

Kuule, mielestäni kyse ei ole siitä, onko ideologia oikealla vai vasemmalla, kyse on elämänasenteesta tai näkemyksestä. (...) Monesti se on paljon hienompia vivahteita, se on joidenkin aiheiden korostamista sellaisilla kriteereillä, jotka tavalliselta toimittajalta menevät ohi. (h11)

Omia aiheita voi toki ehdottaa, asioista voi olla eri mieltä ja määräyksiä voi vastustaa, mutta vain tiettyyn pisteeseen asti. Johtajalla on viimeinen sana. Molempien lehtien puolelta kommentoidaan, että toimituksen valtarakenne on hyvin hierarkkinen, jopa hankala pyramidi, jota täytyy kunnioittaa.

Esimiehillä ei myöskään usein ole aikaa keskustella ja ottaa alaisten mielipiteitä huomioon. Toki kiireen, rutiinien ja julkaisutilan rajallisuuden vaikutus ymmärretään journalistiseen työhön kuuluvaksi. Henkilökemioilla sanotaan olevan esimiehuhteissa paljon merkitystä. Haastateltavien joukosta löytyy sekä pomaan kehuvia että haukkuvia kommentteja.

Olen vakuuttunut, että jos tekisimme pikakyselyn *La Vanguardiassa*, ainakin puolet sanoisi, että heillä on ollut jakso, jolloin tunnelma ja ymmärrys pomon kanssa oli positiivinen ja siten vaikutti heidän luovuuteensa. (h4)

Ainakin *El Periódicossa* toimii erityinen komitea, joka vie työntekijöiden valituksia esimiestasolle. Tämän komitean tosin mainitsee vain yksi haastateltava. Hän kertoo, että komitea kokoontuu liian harvoin. Hänen mukaansa viime aikoina komitea on taistellut sen puolesta, että mainokset erottuisivat paremmin toimitetusta aineistosta. Kukaan muu ei tällaista ongelmaa maininnut, mikä tuntuu oudolta. Suomessa toimittajat valittavat välittömästi, jos mainoksia ei riittävän hyvin eroteta. Tämä on kokemukseni mukaan yksi ammatin vähiten kiisteltäjä periaatteita.

Moni haastateltava nostaa esiin itsesensuurin, joka on ehkä vain toinen tapa kuvata lehden ideologian tai linjan sisäistämistä. Toki itsesensuurin sanotaan olevan myös sitä, että varoo loukkaamasta ketään tai paljastamasta esimerkiksi rikoksen uhrien nimiä. Usein itsesensuuri kuitenkin määritellään lehden linjan kunnioittamiseksi, eli toimittaja saattaa huomaamattaan tai tietoisesti valita tietyn juttuaiheen, otsikoida tietyllä tavalla tai käyttää tiettyjä sanoja. Haastateltavat eivät sano, että juuri he niinkään sensuroisivat itseään tai että se olisi heille ongelma. Mutta moni vihjaa, että itsesensuuri saattaa olla ylipäätään Espanjan mediassa hankala juttu:

No kyllä, on toimittajia, jotka ovat totaalisesti isäntänsä talutushihnassa, ja sitten on toimittajia, jotka ovat huomanneet että voi pelata ja he pelaavat. Luulen että täältä [La Vanguardian toimituksesta] löytyy kyllä molempia tyyppisiä, mutta Espanjasta yleisesti ottaen ei. (h4)

Esimerkiksi jos sinulla on harjoittelijan sopimus, olet hyvin herkässä asemassa ja siksi voit sensuroida itseäsi. (...) Se on vaarallista, koska alalla on paljon tarjontaa ja vähän tarvetta, lehden johdon on helpompi rekrytoida ja se voi sanella ehdot. (h10)

Jos ideologian ei nähdä juuri rajoittavan työntekoa, eikä itsesensuurikaan niin paljon koske juuri omaa työtä, miten itsenäiseksi haastateltavat itsensä työssään tuntevat? Kun kysytään suoraan ”tunnetko olevasi itsenäinen”, haastateltava ei voi enää puhua toimittajista yleensä vaan kysymys kohdistuu itseän. Yleisin vastaus aineistossani on sellainen, jossa ensin sanotaan ”kyllä” ja sitten lisätään esimerkiksi ”suhteellisen itsenäinen”, ”suurin piirtein vapaa” tai ”kirjoittaessa juttua”. Toisaalta muutama haastateltava myös sanoo suoraan, että kukaan ei voi olla itsenäinen, joten ei

hänkään.

Itsenäisyyden ja vapauden sanotaan riippuvan henkilökemioista, jokaisen persoonasta, työkokemuksesta ja siitä, miten asian ottaa. Kaiken kaikkiaan aineiston perusteella voi sanoa, että espanjalainen toimittaja ei ole kovinkaan vapaa. Häntä ei kuitenkaan rajoita lehden poliittinen ideologia, niin kuin helposti luulisi. Sen sijaan lehden muunlaiset linjaukset ja esimiesten määräykset saavat valtaa. Pakokeinoksi käy se, että keskittyy hoitamaan oman nurkkansa hyvin, pyrkimään rehellisyyteen:

Aina kun aamulla nousen, olen hyvin tyytyväinen edellisen päivän työhöni, haluan siis sanoa, että en tunne että olisin muuttanut todellisuutta enkä ole antanut kenenkään muuttaa todellisuuttani. Allekirjoittamani uutiset, en häpeä niitä, luulen niiden olevan tarpeeksi objektiivisia, niiden vapauden rajojen sisällä, jotka meillä kaikilla on. (h5)

### ***Kilpailu vaikuttaa***

Luvussa 5.1. ilmeni, että haastateltavat uskovat lukijoiden lehtivalinnan perustuvan tapaan. Lukijoita ei voi siis juurikaan ryöstää. Lehdet tavoittelevat erilaisia yleisöjä, ja ennen kaikkea pitää säilyttää edes nykyinen levikki ja aktivoida nuoria lukemaan. Silti kysyttäessä, vaikuttaako kilpailu työhön ja täytyykö sitä ajatella, haastateltavat pääosin vastaavat, että kyllä vaikuttaa. Yksi mainitsee, että *La Vanguardian* ja *El Periódicon* toimittajien välillä on jonkinlaista kyräilyä. Toinen mieltii, että levikkejä kytätään, koska niistä riippuvat mainostulot ovat tärkeitä. Kolmas kertoo, että aamuisin katsotaan, onko muilla skuppeja. Pari haastateltavaa valittaa, että välillä näyttää siltä, että lehteä tehdään kilpailun eikä lukijoiden vuoksi:

Yleisesti ottaen vaikuttaa siltä, että kaikki lehdet työskentelevät kilpailulle, käyttävät sitä, mitä meistä ajatellaan, jos teemme jotain huonosti, hitto, ne pitää meitä idiootteina. Mitä väliä! Teet lehden lukijallesi. (h12)

Loppujen lopuksi, mitä lehdistö on? Kaikki tuijottavat omaa napaa ja toisen napaa... Hei, katsokaa yhteiskuntaan päin! Meitä huolestuttaa kilpailu, joten halutaan olla erilaisia eikä haluta olla erilaisia... Halutaan tarjota se, mitä hekin tarjoavat, ja se köyhdyttää ideoita. (h4)

Joidenkin mielestä kilpailua on etenkin Barcelonan kahden suurimman lehden välillä, kun taas toiset sanovat kilpailun koskevan laajemmin koko lehdistöä. Haastateltavat sanovat myös, että joihinkin toimittajiin kilpailu vaikuttaa enemmän kuin toisiin. Käräjäuutisia kirjoittava haastateltava kertoo, että hän haluaa tehdä omat juttunsa paremmin kuin muut lehdet. Hän keskittyy vain omaan työhönsä, eikä ajattele kilpailua kovin konkreettisesti. Valokuvaaja sanoo, että häntä ottaa päähän,

jos muiden lehtien valokuvaajat ovat saaneet parempia kuvakulmia samassa tilaisuudessa. Vaikka suurin osa haastateltavista sanoo, että kilpailua pohditaan toimituksessa, aineistosta löytyy myös yksi täysin muiden vastainen kommentti:

Ei meitä huolestuta, että *La Vanguardia* on valinnut eri aiheen pääuutiseksi kuin me, ei meitä huolestuta se ollenkaan. Ajattelemme, että kriteerit ovat erilaiset, me korostamme tiettyjä asioita ja he korostavat toisia, eikä sen tarvitse vaikuttaa. (h7)

Eri mieltä oleva haastateltava on aineiston ainoa pomo, jonka työnkuva on neuvotella osastonsa toimittajien kanssa ja tehdä päätöksiä – tosin yhdessä toisten esimiesten kanssa. Hän kirjoittaa itse vain harvoin. Ovatko rivitoimittajien näkemykset kilpailuasetelman liiallisesta pohtimisesta siis vääriä? Tuskin. Jokainen suhtautuu kilpailuun omalla tavallaan. Mielenpitemien kirjo ääripäästä toiseen ääripäähän kertoo lähinnä siitä, että tämänkin asian kohdalla ollaan murroksessa. Yritetään keskittyä erikoistumaan ja miettimään vain omaa yleisöä, se on ideaali, mutta ei kilpailusta pääse eroonkaan. Lehtikioskin hyllyllä vierekkäin makaavia lehtiä ei oikein voi olla vertaamatta.

Ilmaisjakelulehdet nousivat kysymykseksi, koska ensimmäinen haastateltava otti niiden positiivisen vaikutuksen esiin. Halusin kysyä muiltakin, mitä mieltä he ovat. Toki haastattelut kulkivat eri uomia, eikä aihe tullut aina esiin. Ensinnäkin haastateltavat mainitsevat, että lehdistössä pelättiin ilmaisjakelun vaikutusta. Kyseessä on suhteellisen tuore ilmiö, ja haastateltavat muistavat, kuinka kustantajat huolestuivat maksullisen lehden asemasta. Ilmassa oli paniikkia ja jopa lehtikuolemista puhuttiin. Monet ilmaisjakelulehdet ottivat mallia esimerkiksi ulkoasussaan *La Vanguardia*sta ja *El Periódico*sta, joten pelko oli todellista. Haastateltavat sanovat olevansa nyt iloisesti yllättyneitä. Suurta vahinkoa ei ole tapahtunut. Moni miettii, että ilmaisjakelulehdet voivat tehdä hyvää, koska ne saattavat totuttaa kansan lukemaan sanomalehtiä. Eli henkilö nappaa ilmaisen lehden metroasemalla, vaikkapa vain sitten sudokun takia, ja huomaa, että maailmanmeno kiinnostaa. Niinpä hän ostaa ”paremman” lehden kioskilta.

Ilmaisjakelulehdet... On olemassa sellainen hyvin levinnyt ajattelusuunta, mielipidesuunta, joka sanoo että kyllä, ne vaikuttavat myyntiin, maksullisten lehtien olemassaoloon. Minä näen sen toisin. Elinpiirissäni on ihmisiä, jotka ovat ilmaisjakelulehtien kautta astuneet maksullisten sanomalehtien maailmaan, koska ilmaisledellä on rajoituksensa ja erilainen tapa käsitellä informaatiota. (h11)

Ilmaisjakelulehtien tulo ei haastateltavien mielestä ole vaikuttanut heidän työntekoonsa, sillä sitä aprikoivat vain mainosrahoja miettivät johtajat. Haastateltavat uskovat, että heidän lehtensä laatu on paljon parempi kuin ilmaisjakelun. Todellisesta tiedonsaannista kiinnostunut ei katsokaan ilmaisjakeluun päin. *La Vanguardian* ja *El Periódico*n lukija on fiksu ja vaatii jotain enemmän kuin

*Metro* tai *Qué!* voivat tarjota. Haastateltavat luottavat ihmeen paljon siihen, että ilmaisjakelu ei heihin vaikuta. Ikään kuin heidän mediansa olisi sen yläpuolella:

Jos sinua kiinnostaa lehdet, journalismi, edes pikkuisen, *Qué!*:n täytyy pudota käsistäsi, se on kuin MediaMarkkin mainoslehtinen tai vastaava, et voi suhtautua siihen samalla tavalla kuin oikeaan sanomalehteen. Siksi en tiedä, voivatko ne todella tuoda meille uusia lukijoita, ehkä jos ihmiset tottuvat lukemaan niitä maanantaista perjantaihin ja kun niitä ei viikonloppuisin ole niin he kaipaavat niitä ja ostavat *El Periódico*. Mutta kuitenkin, luulen että ihmiset ottavat ne mukaansa, koska ne tuodaan nenän eteen, tuskin he kulkisivat edes 100:a metriä hakemaan niitä. (h12)

## **Yhteenveto**

Tietyn poliittisen ideologian omaksuminen on suomalaisen toimittajan näkökulmasta outoa, sillä suomalaisten sanomalehtien poliittiset siteet on melko tehokkaasti katkaistu. On yllättävää, että haastateltavista vain harva näkee ideologian ongelmalliseksi: kaikilla lehdillä on ideologia ja se on normaalia. Ideologian häivyttämistä toivoi suorasanaisesti vain haastattelemani valokuvaaja.

Mielestäni aineiston perusteella espanjalaisen toimittajan itsenäisyys piiryy aika kapeaksi. Vaikka haastateltavat mieltävät oman itsenäisyytensä melko hyväksi tietyissä rajoissa, he kommentoivat alaa yleensä. Liian moni on "isäntänsä talutusnuorassa". Pelkään pahoin, että rutiinien ja käytäntöjen sisältämä piiloinen toimittajan työn kontrollointi jää espanjalaisilta toimittajilta huomaamatta, jos lehden ideologiakin hyväksytään niin helposti. Kuinka hyvin toimittaja pystyy huolehtimaan, että "rehellinen subjektiivisuus" on hänen omansa eikä lehden linjan määräämä – vai onko asialla edes merkitystä? Kunhan suurin piirtein *tuntee* itsensä vapaaksi. Hankalalta kuulostaa myös toimitusten hierarkisuus, sillä Suomen pomo–alainen-suhteet ovat aika välittömiä. Tosin harva suomalainen toimitus on yhtä suuri kuin *La Vanguardia* tai *El Periódico*.

Ilmaisjakelulehtien aluksi aiheuttama paniikki ja pelko espanjalaisessa sanomalehdistössä on kenties ymmärrettävää siksikin, että maassa lehdet käydään ostamassa kioskilta eikä niitä tilata kotiin, niin kuin Suomessa on tapana. Jos siis ilmainen lehti tyrkätään käteen, voi reissu lehtikioskille jäädä tekemättä. Tässä mielessä on myös uskomatonta, miten haastateltavat silti luottavat omaan vankkumattomaan asemaansa. He ovat varmoja, että lukija haluaa maksaa laadusta, eikä ilmaisjakelu näin ollen huolestuta. Sehän voi jopa tuoda tuon "tyhmän kansan" lukijaksi eli osaksi ajattelevaa eliittiä. Sen sijaan lehtien välinen kilpailu vaikuttaa työntekoon liikaa. Suomessa harvalla lehdellä on niin selkeää kanssakilpailijaa kuin *La Vanguardialla* ja *El Periódicolla*. Varsin ristiriitaisen kuvan haastateltavien puheesta saa, kun samaan aikaan tehdään lehteä ennen kaikkea

omalle yleisölle eikä lukijoita voi ryöstää, mutta kuitenkin kytätään tarkkaan mitä kilpakumppani tekee. Halutaan tarjota samat asiat, vaikka lukijat ovat erilaisia. Tässä ihanteet ja todellisuus jälleen kohtaavat.

## **5.5 Tulevaisuus täynnä haasteita**

Haastattelurungon lopussa on osio nimeltä ”reflektio”. Käytännössä otin tavaksi kysyä haastattelun lopuksi tulevaisuutta maalaavia kysymyksiä huolimatta siitä, kuinka paljon työn muutoksista ja tulevaisuudesta oli jo puhuttu. Halusin haastateltavien kokoavan ajatuksiaan yhteen ja miettivän kaiken sanomansa jälkeen, miltä media-ala näyttää. Pyrin välttämään ohjailua erityisesti tässä, joten yleensä kysyin yksinkertaisesti ”mitä espanjalaiselle lehdistölle kuuluu”, ikään kuin tiedustelisin sen vointia. Lisäksi kysyin, suhtautuuko haastateltava tulevaisuuteen pessimistisesti vai optimistisesti. He saivat perustella vastauksiaan vapaasti. Toivoin, että lopussa tulisi esiin sellaisiakin näkökulmia, joita muut kysymykset eivät olleet tavoittaneet.

Niin kuin arvata saattaa, tämä luku sisältää lisää pitäisi-puhetta. Käytän tässä luvussa enemmän ja pidempiä suoria lainauksia, koska haluan antaa kaikille haastateltaville äänen. Jokaisella on mielipiteitä siitä, mihin espanjalainen toimittaja on menossa, ja ne saavat tulla esiin kaikessa kirjossaan.

### ***Vähemmän politiikkaa***

Haastatteluissa puhuttiin monenlaisista muutoksista. Kysyin suurimmalta osalta, miten journalismi on muuttunut heidän uransa aikana. Lisäksi kysyin, miten he haluaisivat muuttaa lehteä, tai mitä he tekisivät eri tavalla, jos he saisivat käyttää valtaa. Suurin osa haastateltavista muistaa hyvin Espanjan demokratisoitumisen 1970-luvun lopulla, muutama työskenteli silloin jo toimittajana. Heidän mielestään toimittajakunnassa näkee sukupolvien välisen eron. Yksi kertoo, että demokratisoitumisen aikoihin työ oli jännittävää, mutta nyt se on vain rutiinia. Toinen miettii, että silloin toimittaja oli poliittinen hahmo ja työ oli elämäntapa:

Se oli kutsumustyö, ei se ollut edes työ. Olit vaikuttamassa yhteiskunnan muuttumiseen, että Espanja siirtyisi diktatuurista demokratiaan, toimittajana olit siinä mukana, teit oman osasi. (h3)

Moni sanoo, että espanjan toimittajakunta on murroksessa, sillä valtaa pitävät yhä ”vanhan sukupolven” edustajat, mutta ”nuori sukupolvi” on kovaa vauhtia muuttamassa tilannetta. Näin

ollen esimerkiksi poliittiselle uutisoinnille ei enää haluta antaa yhtä paljon tilaa, vaan etsitään ihmisläheisempiä juttuaiheita. Siinä missä aiemmin uutispäällikkö miettiessään etusivun uutista piti politiikkaa varmana valintana, nyt etusivulle voisi laittaa jopa kulttuuria – vaikka ihan vielä ei uskalleta. Kun kysytään, miten haastateltava itse muuttaisi lehteä, moni vastaakin, että jättäisi politiikanosastolle vähemmän tilaa. Sen sijaan keskittyttäisiin artikkeleihin kansalaisten arjesta, kerrottaisiin heidän todellisista ongelmistaan.

Haastateltavat mainitsevat useita uransa aikana muuttuneita asioita. Tekstiä on nykyään vähemmän ja kuvilla on suurempi merkitys. Juttujen pitää olla helpompia ja taittoon sekä ylipäätään lehden visuaaliseen ilmeeseen kiinnitetään enemmän huomiota. Etenkin vanhimmat haastateltavat ottavat esiin teknologisen kehityksen. Vaikka he pitävät sitä edistyksenä, moni ilmaisee huolensa. Internet helpottaa tiedonsaantia, mutta voi haitata uutisten monipuolisuutta. Toimittajat nykyään tottuvat tuijottamaan tietokoneen ruutua neljän seinän sisällä eivätkä enää lähde kadulle hankkimaan tietoa. Vaikka tiedontulva on valtava, on yhä tärkeää kertoa siitä, mitä itse omin silmin näkee. Yksi haastateltava mainitsee myös, että keskustelua toimituksen sisällä on nykyään vähemmän, kun jokainen istuu tiukasti oman pöytänsä ääressä omalla osastollaan. Enää ei vaihdeta mielipiteitä ja ideoita eikä toimittaja välttämättä edes kuule, jos toisella osastolla on tiedossa jymyutinen. Toinen mainitsee myös, että internet tuo toimittajan tietoon paljon turhaa tietoa, eivätkä kaikki välttämättä osaa käsitellä sitä oikein. Netin pitäisi olla vain täydentävää tietoa, ja toimittajan olisi hyvä käyttää aikaa oikeiden ihmiskontaktien hankkimiseen.

Pitäisi lähteä kadulle, tehdä vähemmän journalismia teknologian varassa. Uskon, että elämä on kadulla ja todellisuus on kadulla ja kadulle astutaan liian harvoin, tai sitten astutaan vain koska viralliset lähteet vaativat: tiedotustilaisuudet, kokoukset. Mutta minä olen elänyt ajan, kun toimituksissa vietettiin mahdollisimman vähän aikaa, juuri ja juuri kirjoittamisen verran. Me elimme kadun elämää, me elimme todellisuutta. (h11)

Meidän täytyy osoittaa uudelleen, minun ja minunlaisteni, ja nuorten täytyy näyttää uudelleen ontologinen koodi, toimittajan työlle tyypilliset käytännöt. Luulen, että ne täytyy osoittaa kaikissa yhteyksissä, kaikissa välineissä ja joka hetki, sillä juuri siitä saa mielihyvää, oli formaatti mikä hyvänsä, että toimittajan kädenjälki näkyy. (h10)

### ***Nuori toimittaja kärsii***

Halusin haastatteluissa esiintyvän sukupolvi-ajattelun vuoksi kysyä, mitä haastateltavat ajattelevat nuorista toimittajista, toimittajien koulutuksesta ja sitä kautta myös nykytoimittajien uramahdollisuuksista. Aineistoni perusteella aiemmin espanjalaisen toimittajan työ oli enemmän



kutsumus, nyt se on kuin mikä tahansa muukin työ – vähemmän eksoottinen. Toisaalta yllättävän moni haastateltava epäilee, että toimittajaopintojen valtava suosio Espanjassa johtuu siitä, että nuoret luulevat pääsevänsä televisioon. Myös nuorin haastateltava, joka tuntee nykyopiskelijoita, myöntää tämän. Lehtitoimittajat halveksivat television roskaohjelmia, joten heistä ei varmasti ole mukavaa, että nuoret toimittajat tahtovat nimenomaan televisioon, eli tekemään tuota roskaa. Nuorten toimittajien ajatellaan olevan kyllä hyvin koulutettuja, kielitaitoisia ja teknisesti taitavia; heidän kykynsä audiovisuaalisella puolella ovat merkittäviä. Mutta moni haastateltava pelkää, että nuorilta puuttuu kriittistä mieltä, käsitys työn yhteiskunnallisesta puolesta ja halu tehdä tutkivaa journalismia. Myös kirjoitustaidon rapistuminen mainitaan. Ylipäätään alalle hakeutuvat eivät taida ymmärtää toimittajan työn todellisuutta:

Enpä tiedä ovatko he aina tarpeeksi tietoisia siitä, että tämä ammatti on uhrautumista, hyvin raskasta, se on aikalailla kutsumustyö. Jos sinua ei kiinnosta se mitä tapahtuu, on vaikeaa työskennellä 12 tuntia voidakseen selittää mitä tapahtuu. Työssä ei ole aikatauluja, yksityiselämä on rajallista, koska joskus pitää olla töissä neljään asti aamulla, nousta ylös aikaisin... joten sinun täytyy todella tykätä. (h7)

Millainen tilanne avautuu niille, jotka nyt hakeutuvat alalle? Jo aiemmin itsesensuurin kohdalla yksi haastateltava epäili, että nykyinen työn epävarmuus kasvattaa esimiesten valtaa. Työtä ei ole kaikille valmistuneille, joten kilpailu on kova: ”nykyään tiedekunnat oksentavat ulos suuren määrän valmistuneita, mutta työmarkkinat ovat kutistuneet” (h11). Aineiston nuorimmat haastateltavat puhuvat tästä aiheesta erityisesti, vaikka toki moni muukin nimeää alhaisen palkkauksen ja työpaikkojen vähenemisen media-alan ongelmiksi. Nuorin haastateltava, jonka opintojen päättymisestä on vajaan kaksi vuotta, sanoo tilanteen olevan masentava. Opiskelijoita käytetään ilmaisena työvoimana tai heille maksetaan erittäin huonosti:

Minun vuosikurssiltani valmistui 90, meistä 15 työskentelee toimittajana ja vain muutamalle maksetaan kunniallista palkkaa. (...) Huonoissa paikoissa, eli toimistoissa, joissakin radioissa ja lehdissä puhutaan palkasta, joka on tuskin 800:a euroa. Jotkut saavat 650 mutta työskentelemällä viikonloppuisin se nousee 800:an. (h8)

Haastateltava kertoo, että hänen kaverinsa vaikka maksaisivat saadakseen hänen paikkansa arvostetussa lehdessä. Hän kuvaa tilannetta yleisesti skandaaliksi, kurjuudeksi ja harjoittelijoiden asemaa orjuudeksi. Toiseksi nuorin haastateltava, jonka opintojen päättymisestä on kymmenkunta vuotta, kertoo monien hänen kavereidensa jättäneen toimittajan työn, koska jopa tarjoilijana ansaitsee enemmän. Hän uskoo, että tilanne vaikuttaa jo journalismin laatuun. Työ vaatii omistautumista ja pitkiä päiviä, joten siitä täytyy maksaa. Haastateltavan mielestä tilanne on räjähtämässä käsiin:

Ei ymmärretä, että jos halutaan ammattilaisia, täytyy maksaa. Maksetaan yliopiston käyneille, maksetaan ammatille, joka vaatii paljon omistautumista. Olet koko päivän täällä. Minulla itselläni ei ole lapsia mutta kerron aina, että naispuoliset kollegani soittavat illalla kahdeksalta kotiin kysyäkseen miten lapsi voi, toivottavat tälle hyvää yötä. He näkevät lapsensa vain nukkumassa, he ovat täällä joka päivä. Heiltä vaaditaan paljon, ja siitä täytyy maksaa. (h12)

### **Lukutaito rapistuu**

Useat haastateltavat sanovat, ettei lukijoita välttämättä tarvita lisää. Toisaalta ilmaisjakelulehdet saattavat luoda ihmisille lehdenlukemisen tavan, mikä on tietenkin hyvä asia. Kun haastattelun lopussa kysyn työn muuttumisesta ja tulevaisuuden näkymistä, moni ottaa esiin espanjalaisten lukemistottumukset. Moni haastateltava viittaa tilastoihin, joiden mukaan lasten lukutaito on rapistumassa Espanjassa. Yksi haastateltava sanoo suoraan, että Francon diktatuuri oli lukutaidolle ja koulujärjestelmälle tuhoisa. Toinen epäilee, että lukutaitokaan ei ole riittävä mittari, sillä lukutaito ei vielä kerro siitä, ymmärtääkö ihminen lukemansa. Toisaalta haastateltavat eivät näe sanomalehtien tulevaisuutta täysin synkkänä, koska aina löytyy ihmisiä, jotka arvostavat hyvin kirjoitettua laatua.

Se on yhteiskunta, puhun siis Espanjasta, opetuksen taso laskee joka vuosi, ihmiset lukevat aina vain vähemmän, ei ole yleistä motivaatiota, että älymystöä olisi enemmän. Se on sellainen suuntaus, että tulee hetki, kun olemme niin alhaalla, että täytyy alkaa värvätä... Täällä Espanjassa se alkaa jo alakoulussa, lukutaito on huonontunut, lapset lukevat hyvin vähän, heitä kiinnostavat vain Nintendo, internet, pelikonsolit. (h2)

Joitakin kiinnostaa vain hömppäohjelmat, toiset lukevat kirjoja, hakevat syvyyttä. Toisaalta kyse on sivistyksen tasosta, onko valveutuneempi ja totta kai, jokaisen persoonasta, luonnollisesta uteliaisuudesta tietää ja tuntee asioita. (h9)

Mielipiteet ovat siis tulevaisuudenkin suhteen jakautuneet kahteen leiriin. Tosin vain pari haastateltavaa sanoo suhtautuvansa tulevaan pessimistisesti, suurin osa on optimisteja tai siltä väliltä. On toki normaalia, että tulevaisuus halutaan nähdä positiivisena, eihän muuten olisi järkeä jatkaa työtään. Jotkut haastateltavat sanovat, että paperilehti ei kuole mutta kärsii ja supistuu. Yksi ihmettelee, miksi lähes kahden miljoonan asukkaan Barcelonassa ilmestyy niin monta lehteä, vaikka lukevaa kansaa on niin vähän. Lukijoihin liittyviä uhkia mainitaan lukutaidon rappion lisäksi muitakin:

Ihmiset ovat liikkumattomia, he ovat aktiivisen sijaan mieluummin passiivisia... ei lueta lehtiä. Töihin menee aina vain enemmän tunteja, ihmiset työskentelevät paljon ja ovat hyvin väsyneitä. En tiedä, ehkä heitä kiinnostaa enemmän tulla kotiin, istua

sohvalle ja katsoa joku tv-visailu, joku älyttömyys, Big Brother, kuin lukea lehdestä artikkeli, joka kertoo heille jotain. Siinä on haaste. (h1)

Yksi haastateltava sanoo olevansa massojen suhteen pessimisti ja muuten optimisti. Hän uskoo, että yhteiskunnasta kyllä löytyy tietty kriittisen mielen omaava ydinjoukko, joka jaksaa yrittää herättää muita, mutta massoja ei jaksakaan kiinnostaa:

On ihmisiä, joilla on ihan tarpeeksi siinä, että he hankkivat elantonsa ja saavat lapset vietyä kouluun, he tulevat aina sanomaan, että heidän eteensä ei voi tehdä mitään. Yhteiskunnan pitäisi muuttua, erojen pitäisi kadota, mutta luulenpa, että ne vain kasvavat. (...) Ehkä jos joka päivä julkaisisimme ilmiannon, millaisessa kunnossa joku paikka on, metron tila, ettei ole oikeutta, että joku tyttö joutuu työskentelemään useita tunteja kassalla saadakseen 600 euroa palkkaa, tai en tiedä mitä, ehkä nämä ihmiset kiinnostuisivat, koska ne ovat heidän ongelmiaan. Näille ihmisille on ihan sama, vaikka palestiinalaiset tappavat toisiaan, ja Hamas ja... se on heille ihan samantekevää. (h12)

### **Haasteet on kohdattava**

Espanjalainen yhteiskunta muuttuu, ja haastateltavat puhuvat haasteista, jotka tiedotusvälineet ja toimittajat joutuvat kohtaamaan. Mitä pitäisi tehdä? Haastattelun lopuksi haastateltavat ikään kuin niputtavat pitäisi-puheensa yhteen: mitä *pitäisi* tehdä, jotta tulevaisuus olisi valoisa. Ensinnäkin internetin pitäisi vakiinnuttaa asemansa, jota sitä voitaisiin käyttää paremmin hyödyksi. Blogien kanssa toimiva haastateltava uskoo, että ”avain menestykseen on siinä, miten yhdistetään nämä kaksi todellisuutta: perinteinen ja tuleva” (h10). Uusi teknologia täytyy ottaa haltuun. Toiseksi toimittajien tulee hoitaa työnsä hyvin eikä esimerkiksi paisutella aiheita, vaikka televisiossa niin tehdäänkin. Espanjalainen lehdistö voisi ottaa mallia ulkomailta:

Espanjan on pitänyt siitä asti, kun Franco kuoli, katsoa kohti Eurooppaa, näetkös, kymmenen vuoden päästä olemme kuin he. (...) Olemme olleet sellaisia sanomalehtiä, jotka sanovat kaiken, kaiken, emme ole unohtaneet mitään, laitetaan vaikka lyhyestikin. Tämä ei vie mihinkään, täytyy lyödä vetoa. Jos naapuri on lyönyt vetoa jonkun toisen jutun puolesta ja menestynyt, sinun pitää kestää, et voi olla riippuvainen siitä, mitä naapuri tekee, sinun täytyy lyödä vetoa, niin tekee englantilainen lehdistö. (h4)

Haaste löytyy myös siitä, että espanjalaiset toimittajat eivät ole vielä kunnolla tajunneet, että yksinoikeus uutiseen on menetetty. Yksi haastateltava kertoo kiinnostavan erimerkin omalta uraltaan. Hän oli tekemässä juttua vuoden 2004 maaliskuun terrori-iskusta, joka tehtiin Madridin rautatieasemalle. Haastateltava sanoo, että *La Vanguardia* muista poiketen kertoi seuraavan päivän lehdessä, että iskun takana olivat islamistit eikä terroristijärjestö ETA, niin kuin muut luulivat.

Toimittajaa onneltiin uutisesta, mutta hän kertoo tajunneensa vasta jälkeenpäin, että kyse oli tiedon vahvistamisesta eikä uutisoinnista. Kaduilla puhuttiin islamisteista, kaikki jo kohisivat siitä. Lehden piti vain vahvistaa tieto. Ennen vanhaan ihmiset eivät todella tienneet mitään, ellei media kertonut. Nyt tiedonsaannin kanavat ovat moninaiset, teknologian avulla ihmiset ovat vapaampia tiedonhankkijia. Perinteiset mediat joutuvat kärsimään liian läheisistä suhteistaan valtaan, koska tiedosta ei voi enää neuvotella. Haastateltava pitää haastetta kiinnostavana ja aikoo itse tarttua siihen, sillä monipuolisuus voi pelastaa lehdistön. Hän kuitenkin pelkää, että muut eivät osaa suhtautua haasteeseen oikein:

Luulen, että minun tehtäväni toimittajana nykyään ei ole niinkään toimittaa tietoa vaan järjestää se, selittää se ja tehdä se ymmärrettäväksi, antaa avaimet. Tämä on tulevaisuuden journalismia minun käsitykseni mukaan, emmekä nyt tee sitä, emme onnistu ja siitä tulee kriisi, ei siitä, etteivätkö ihmiset haluaisi lukea lehtiä. (h5)

Samasta haasteesta puhuvat muutkin toimittajat. Jos maailma muuttuu, toimittajankin pitäisi muuttua sen perässä. Ei saa tottua tekemään ”salonkijournalismia” vaan liikkua, mennä sinne kadunmiesten luo, olla yhteisön asialla. Pitäisi antaa ääni niille, joilla sitä on vähiten. Pitäisi tehdä lukijan arkea helpottavia juttuja. Pitäisi hankkia enemmän ja parempia lähteitä. Pitäisi olla kriittinen ja jaksaa taistella vaikutusyrityksiä vastaan.

Luulen, että täytyy käyttää uutta teknologiaa jotta voi selvitä elävänä, tietenkin, että voi sopeutua muutoksiin. Mielestäni toimittajan täytyy aina sopeutua tuleviin muutoksiin, jos jätät kiinni menneeseen, et ole hyvä toimittaja. (h7)

En usko että on olemassa mitään salaisuutta [menestykseen]. Se on tutkia, tutkia, tutkia omia aiheita, irtautua virallisesta virtauksesta, keskittyä... syvällisempää, tutkia itsenäisesti. Tämä on se, jonka olemme menettämässä. (h2)

Moni haastateltava huokaisee, että lopulta kyse on monimutkaisesta paketista. Poliitiikka on tärkeää, mutta ihmisiä ei kiinnosta se, koska se ei ole heitä lähellä. Ihmiset eivät äänestä vaaleissa. Vaivutaan apatiaan. Yhteiskunnan pitäisi muuttua paremmaksi ja lehdistön pitäisi auttaa tässä muutoksessa. Vaikka täydellisyyttä ei ole olemassa, aina voi parantaa. Mutta niin monimutkaista soppaa on vaikea hämmentää. Kukaan ei pysty siihen yksin, vaan koko ammattikunnan pitäisi muuttua yhdessä. Jotkut haastateltavat kuittaavat tulevaisuudennäkymät parilla lauseella, mutta moni innostuu paasaamaan aiheesta pitkään, mikä kertoo sen tärkeydestä. Huoli on aito.

Elämme nykyään sellaisessa yhteiskunnassa, joka valehtelee paljon, valitamme paljon ja yhteiskunnassa on paljon hetkiä... korruptio, systeemi. Mutta koskaan emme ole eläneet näin hyvin kuin nyt, Eurooppa ei koskaan ole ollut näin kauan ilman sotaa, Espanja ei ole ennen ollut näin kauan tappamatta toisiaan. Nykyisellä elintasollamme ei ole mitään tekemistä entisen kanssa, joten kyllä, tämä hetki ei ole hyvä, mutta on olemassa horisontti. Ongelma on siinä, miten me ammattilaisina

kohtaamme tuon horisontin, tämän uuden kentän, joka meille avautuu. Jos emme ota haastetta vastaan, häviämme taistelun. Jos liitymme yhteen ja lähdemme kentälle pelaamaan, voimme voittaa paljon. (h5)

Unelma on upea, millainen journalismin pitäisi olla. Mutta sopiiko se tähän yhteiskuntaan? Nämä ihanteet, sopivatko ne tänne? Se on monimutkaista. (h12)

### ***Yhteenveto***

Niin kuin toivoin, tämä luku selventää haastateltavien ristiriitaisia ajatuksia, ihanteiden ja arjen kohtaamattomuutta. Ala ei tunnu olevan kovin yhtenäinen, siitä kertoo jo luvussa 5.3 paljastunut huoli toimittajan ammatin maineesta. Espanjan yhteiskunta on murroksessa paitsi teknologian takia, myös jatkuvassa pyristelyssään eroon diktatuurin aiheuttamista ongelmista. Perusopetus on yhä huonoa, lapset eivät tykkää lukea. Vaikka lukijoita olisikin, toimittajat ovat itse vaarassa pudota muutoksen kelkasta.

Nuorten huonot työnäkymät, palkan riittämättömyys ja joidenkin työnantajien riistopolitiikka syövät ammatin arvoa. Haastateltavat eivät voi ymmärtää, miksi heidän kutsumustyönsä on muuttunut sellaiseksi kuin se nyt on. Televisio jyrää. Toimittajakunnan pitäisi ottaa haasteet vastaan yhdessä, yrittää saada ihanteet sopimaan yhteiskuntaansa, sillä unelmat eivät kuole. Aina pitää jaksaa olla optimisti.

## 6. Johtopäätökset

### 6.1 Espanjalaisen toimittajan identiteetikriisi

Toimittajan ammatti-identiteetin koostumus riippuu yhteiskunnallisista tekijöistä. Millainen ammatti-identiteetti näin ollen näkyy espanjalaisen toimittajan puheessa? Ei voida arvostella tai sanoa, että jossakin maassa journalismi olisi parempaa kuin toisessa. Journalismista on monta eri versiota, ja jos tuo versio omalla logiikallaan toimii omassa ympäristössään, ammatti-identiteetti voi olla vahva. Aineistoni perusteella espanjalaisen toimittajan ammatti-identiteetti ei kuitenkaan ole selkeä ja yhtenäinen ”näin meillä toimitaan”, vaan siinä näkyy monia kiinnostavia jännitteitä.

Toki tiedän, että missä tahansa haastatteluaineistossa ilmenee ristiriitoja. Ihmiset eivät koskaan puhuessaan ääneen jäsennä asioita loogisesti ja yhtenäisesti. Monesti juuri ihanteiden miettiminen saa huomaaman, miten asiat oikeasti ovat, ja pohtimaan tuota ristiriitaa. Aineistoni sisältää mielestäni kuitenkin paljon ja liian suuria ristiriitoja, jotta ne selittyisivät tällä normaalilla itsereflektion piirteellä. Katson, että ristiriidat ovat tässä tapauksessa merkittävämpiä kuin haastatteluaineistoissa yleensä. Väitän siis, että espanjalaisella toimittajalla on identiteetikriisi. Aineistossani ilmenee monensuuntaista murrospuhetta ja haastateltavat itsekin pohtivat, miten ihanteet sopivat. Ihanteiden ja todellisuuden välinen kuilu on syvä, ja monet tekijät vain syventävät sitä entisestään.

Hanitzschin (2007) institutionaalisten roolien ulottuvuuden osalta näen, että espanjalainen toimittaja haluaa olla aktiivinen ja osallistuva mutta etäällä vallasta, ei toimia poliitikkojen äänitorvena ja palvella yleisöä kansalaisina eikä kuluttajina. Haastateltavat haluavat olla akselin yhdessä päässä, mutta käytännössä he joutuvat vastakkaiseen päähän. Tämä on mielestäni selkeä osoitus ristiriitojen ilmenemisestä. Deuzen (2007) mukaan journalismin ideaaliset arvot ovat julkinen palvelu, objektiivisuus, itsenäisyys, välittömyys ja eettisyys. Näihin vetoamalla journalistit vastustavat esimerkiksi kaupallistumista, teknologian tuomia muutoksia tai mediaomistuksen keskittymisen ongelmia. (Emt., 163–164.) Tutkimukseni perusteella arvioin, että espanjalainen toimittaja hapuilee pahasti kaikkien näiden arvojen saavuttamisessa – joissakin enemmän, joissakin vähemmän. On siis perusteltua kysyä, miten kykeneviä espanjalaiset toimittajat ovat vastustamaan ammatti-identiteettiin kohdistuvia paineita. Kuitenkin edellä mainitut arvot ovat haastateltavilla aika hyvin tiedossa. Herää kysymys, onko tällainen professionalismismi heikkoa vai vahvaa. Onko ihanteet tiedostava ja niihin pyrkivä journalisti vähemmän ammattilainen kuin objektiivinen, itsenäinen ja

julkista palvelua toteuttava mutta kyyninen ja ihanteet kadottanut toimittaja? Idealin tavoittelu voi olla vahvuus, mutta kriisin ainekset ovat silti koossa. Seuraavaksi erittelen miksi.

Demokratia on Espanjassa vielä nuori, ja sensuurin muistot monella mielessä. Näin ollen toimittajat kovasti haluavat, että media olisi yhteiskunnan ja kansalaisten asialla, tekisi maailmasta paremman paikan, auttaisi ihmisiä toimimaan demokratiassa ja vastustaisi vallanpitäjiä. Haastateltavien puheiden perusteella espanjalainen kansa on kuitenkin passiivista massaa, jota media hallitsee miten tahtoo. Kansa on siis eri asia kuin lukijat, jotka ovat ajatteleva eliitti. Moni kokee, että sanomalehtien ei edes tarvitse hankkia lisää lukijoita vaan olla erikoistuneita pienelle yleisölle. Haastateltavilla on täten melko huonot mahdollisuudet olla koko yhteisön asialla ja luoda julkinen tila. Silti sitä halutaan, niin *pitäisi* olla, koska Espanjan *pitäisi* olla edustuksellinen demokratia. Miten voidaan olla kansan asialla, jos kansa ei ole yhtä kuin yleisö eikä sen ehkä tarvitsekaan olla?

Haastateltavat katsovat maansa mediamaisemaa harvinaisella aitiopaikalla, heitä suojelevat oman arvostetun lehden valta ja maine. Mutta he näkevät ongelmia monella suunnalla: Etenkin julistusten journalismi on haastateltavien mielestä rasittavaa. Poliitikot painostavat ja heitä *pitäisi* voida kritisoida. Toimittajat kiehuvat läheisten lähdesuhteiden painekattilassa. Poliittinen uutisointi on yliarvostettua, eikä ihmisiä kiinnosta lukea politiikkaa, joten he vieraantuvat siitä yhä enemmän. He eivät äänestä vaaleissa eivätkä koe voivansa vaikuttaa asioihin. Media ei palvele heitä, ei kuuntele vähäosaisia. Lisäksi lukijan täytyy tietää, kenen puolella mikäkin media on. Haastateltavat ahdistuvat, koska journalismi kokonaisuudessaan epäonnistuu tehtävässään olla vallan vastapaino. Silti haastateltavat yhteistuumiin hylkäävät objektiivisuuden ja jopa pitävät lehden poliittista ideologiaa positiivisena asiana. Koetaan, että journalismi edustaa liikaa lähteitään ja on osa vallan pilveä, mutta lähteiden hoivaamista ei pystytä kyseenalaistamaan. Poliitikot voivat pitää kysymyksettömiä tiedotustilaisuuksia, käyttää hyväkseen toimittajien kiirettä ja painostaa monin tavoin, sillä toimittajat ovat samassa veneessä. Jos hyppää veneestä pois, hukkuu heti.

Kriisi kulminoituu politiikanosastolle, koska siellä ovat paineet ja vallantavoittelijat mutta siellä ”sijaitsee” myös demokratia. Lehti haluaa olla kansan asialla, mutta ”kansan asia” ei ole enää sama kuin ennen. Aiemmin piti ylläpitää rauhaa sisällissodan jälkeen, sitten vastustaa diktatuuria. Demokratisoitumisessa ”kansan asia” oli demokratian rakentaminen lähes tyhjästä. Poliitiikka oli instituutioiden, demokraattisen yhteiskunnan rakenteiden luomista. Toimittajat olivat poliitikkojen mukana muuttamassa Espanjaa. Nykyään demokratian peruspilarit ovat valmiita ja tarkoitus on lähinnä ylläpitää niiden toimintaa. Poliitiikan pitäisi olla arkipäivän politiikkaa. ”Kansan asia” on se,

onko ensiavussa jonoa ja jumittaako lähijuna. Lehdistö ei ole pysynyt perässä, vaan se ikään kuin edelleen rakentaa demokratiaa yhdessä vallanpitäjien kanssa, julkaisee julistuksia. Vaikka on huomattu, että lukijaa kiinnostavat hänen lähipiirinsä asiat, järjestelmää ei ole pystytty samalla tavalla muuttamaan. Pelataan uutta peliä vanhoilla pelikorteilla. Kun tähän vielä lisätään se, että massalehdistöä ei maassa koskaan ole syntynyt ja diktatuurin aikana kansa turtui katsomaan vain onnellista ”televisio-Espanjaa”, kriisi vain syvenee.

Televisio, joka siis Espanjassa on massojen viestin, nakertaa toimittajan ammatti-identiteetin perustaa. Haastateltavat kokevat, että monien tv-ohjelmien skandaalinhakuisuus, paisuttelu ja kaikin puolin epärehellinen toiminta vaikuttavat toimittajan ammatin yleiseen arvostukseen. Tilanne on todella huono, jos moni ei edes kehtaa paljastaa ammattiaan vapaa-ajalla. Manipulointi-syytökset saavat haastateltavat korostamaan rehellisyyttä. Lisäksi television valta vaikuttaa nuorten toimittajien kuvaan alasta, eivätkä he välttämättä ymmärrä ammatin yhteisöllistä tehtävää. Tulevaisuus näyttää synkältä, kun ei työtäkään ole valmistuneille ja he joutuvat nielemään paljon. Kustantajien valta kasvaa kasvamistaan.

Lehtien välistä kilpailua mietitään paljon, vaikka ei ehkä haluttaisi. Samoin haastateltavien mielestä itsesensuuria esiintyy toimittajakunnassa liikaa, vaikka ei *pitäisi*. Esimiesten saama valta vaikuttaa aineistoni perusteella sangen suurelta. Voiko toimituksessa esiintyä konflikteja kaupallisten arvojen korostuessa, jos journalistiset yhteiskunnalliset arvot ovat jo valmiiksi hataralla pohjalla? Ei kannata ärtyä kustantajien määräysvallasta ja markkinavetoisuudesta, kun on paljon mustempia pilviä taivaalla. Kuten Heinonen (1996, 236) huomauttaa, journalisti voi määritellä vapautensa suureksi, koska saa tehdä työtään niin kuin haluaa, vaikka rajoja ei ole oikeasti koeteltu. Tällaisesta itsenäisyydestä haastateltavat puhuvat. He saattavat mukautua lehden linjaan ja sensuroida itseään, mutta kokevat silti olevansa suhteellisen itsenäisiä, sillä oman työnsä saa tehdä itsenäisesti tiettyjen rajojen sisällä. Väitän, että Espanjassa lehden oman toimitusorganisaation kulttuuri merkitsee enemmän kuin koko ammattikunnan ammatillinen kulttuuri. Haastateltavat sanovat, että medialla on paljon valtaa mutta heillä itsellään ei juurikaan. Heidän itsenäisyytensäkin on mahdollista vain tietyissä rajoissa. Kuka sitä valtaa sitten käyttää? Ikään kuin toimittajat olisivat vain kustantajien vallan välittäjiä ja hyväksyisivät sen roolin.

Tarkastelen vielä aineistoni pohjalta luvussa 2.2.5 esittelemiäni Zelizerin (2004, 30–32) toimittajan viittä metaforaa: uutisvainu, journalismi kokonaisuutena, uutisia ”hoitava” vanhempi, journalismi kansalaisten palveluna ja linssi maailmaan. Uutisvainusta haastateltavat ovat huolissaan, sillä



kadulle ei mennä ja työtä tehdään neljän seinän sisällä. Ilmiö on tuttu muuallakin. Haastateltavat haluaisivat nähdä journalismin vielä kokonaisuutena, mutta jotkut ovat jo huomanneet, että nykyinen tietotulva kyseenalaistaa tämän näkemyksen. Mielestäni espanjalainen toimittaja ei aineistossani piirry esiin uutisia yleisölle hoitavana vanhempana, mutta ei myöskään sellaisena, joka vain päästää lapsensa maailmalle. Hän toki haluaisi olla vahva isä tai äiti, mutta käytännössä hän joutuu tyytymään palkatun lastenhoitajan asemaan. Lähteillä on liikaa valtaa, kuten myös esimiehillä. Toimittajan tehtäväksi jää katsoa, että hoidokilla olisi edes säädylliset vaatteet päällään, eli jonkinlainen rehellisyys ja puolueettomuus – rajojen sisällä.

Espanjalainen journalismi on aineistoni perusteella toki myös ”uudenaikaisempaa” yleisön palvelua, ei vain poliittisia julistuksia. Lehdissä kerrotaan lukijan elinpiirin asioista, vaikkapa Barcelonan metron ongelmista. Silti mielestäni palvelu-metafora ei demokratian kannalta toimi, sillä palveltava yleisö on vain kansalaisten vähemmistö. Jää kysymys, voivatko eliitin ongelmat olla koko kansan ongelmia. Pääsevätkö tavallisten kansalaisten huolet lopulta lehteen? Haastateltavat puhuvat paljon siitä, että toimittajan tulisi olla todellisuuden peili, tehdä maailma ymmärrettäväksi, antaa lukijalle aineksia analyysiin ja ajatteluun. Tuo linssi maailmaan ei kuitenkaan ole samanlainen kuin vaikkapa suomalaisen toimittajan linssi-metafora. Espanjalaisen toimittajan linssi saa olla tietyn värinen. Lukijakin odottaa toiselta sanomalehdeltä punaista ja toiselta sinistä linssiä. Yhtä suurta linssiä ei ole heille olemassa. Tässä mielessä linssi-metafora ei ole aineistoni perusteella muuttumassa, mutta ehkä juuri sen muuttumattomuus on yksi identiteettikriisin monista juurista.

Haastateltavien näkökulmasta, heidän puheessaan, uhkakuvat eivät siis niinkään tule ulkoapäin. Ne eivät ole globalisaation paineita eivätkä näyttäyty suoraan markkinaehtoistumisen kurimuksina. Sen sijaan espanjalainen toimittaja kärsii, koska järjestelmä ei toimi ja yhteiskunta on mätä. Kuten Fernández luvussa 3.3 povaa, toimittajien työtilanne ei ole muuttunut. Palkka ei vastaa työmäärää ja työpaikkoja on tarjolla vähän. Haastateltavat eivät mainitse maahanmuuttajia, koska lehdet eivät alun perinkään ole tarkoitettu kuin eliitille. Jos sanomalehdistö olisi massalehdistö, niin maahanmuuttajien määrän kasvu voisi olla haaste. Myöskään globalisaatiota ei mainita muuta kuin siinä mielessä, että ihmisiin vaikuttavat nykyään kaukaisemmatkin asiat. Sen sijaan teknologian tuomat muutokset ovat maailmanlaajuisia. Espanjalaisenkin toimittajan on ymmärrettävä internetin hyvät ja huonot puolet, ryhdyttävä sen hallitsijaksi eikä orjaksi. Kaiken muun huolen keskellä internet näyttää kuitenkin pikkujutulta.

Oman yhteisön sisällä kytevät ongelmat saavat toimittajat puhumaan ristiriitaisesti, kieltämään ongelmia, syyttämään toisiaan ja haaveilemaan saavuttamattomasta. Olisi helpompi liittoutua ja taistella yhteen hiileen puhaltaen vihollista vastaan, jos sen voisi osoittaa vaanivan jossakin ulkopuolella. Nyt vihollinen on mediassa ja yhteiskunnassa itsessään. Massat vain etääntyvät eikä heitä voida tavoittaa, koska lehdistö on eliitille ja televisio pelkkää roskaa. Tämä tauti syö salakavalasti terveitä soluja ja pikkuhiljaa rappeuttaa koko kehon. Ehkä joku vielä keksii vastalääkkeen ja pelastaa espanjalaisen toimittajan?

## 6.2 Välimeren malli sopii mutta ahdistaa

Käännän nyt katseen ammatti-identiteetistä laajempaan kontekstiin. Mielestäni Hallinin ja Mancinin (2004) esittelemä polarisoituneen pluralismin mediamalli, eli Välimeren malli, ja aineistoni sopivat melko hyvin yhteen, kuten Taulukko 2. osoittaa. Kiinnostavaa on, että haastateltavat haluaisivat monista näistä journalismin piirteistä eroon. Niin kuin Hallin ja Mancini epäilevät, Välimeren malli saattaa tuntua toimittajista ongelmalliselta.<sup>8</sup> Tätä ajatusta aineistoni todistaa. Yllättävää on etenkin se, että haastateltavat eivät pidä pieniä levikkejä välttämättä huonona asiana. Tiedonsaannin rajoitukset ahdistavat siinä mielessä, että lähteillä on liikaa valtaa, vaikka toisaalta lähdesuhteita hellitään mukisematta. Paineet olla kritisoimatta harmittavat, samoin aineistosta voi aistia huolta toimittajien vähäisestä itsenäisyydestä sekä poliittisiin että taloudellisiin tahoihin nähden. Julistusten journalismi saa niin paljon tilaa, että tavallista kansaa koskevat poliittiset uutiset tosiaan jäävät varjoon, kuten Hallin ja Mancini pelkäävät.

**Taulukko 2.** Välimeren mediamallin ja aineistoni vertailu viiden ulottuvuuden mukaan.

	Yleisö	Todellisuus	Yhteiskunta	Mediaorganisaatio	Tulevaisuus
<b>Välimeren malli</b>	Yleisö on eliittiä. Levikit pieniä.	Tieto ei ole julkisesti jaettavaa. Toimittajilla poliittisia siteitä.	Media ei ole "vallan vahtikoira". Eettisillä koodistoilla ei merkitystä.	Omistajien valta on suuri. Sanomalehdellä on poliittinen linja. Itsenäisyyden puute.	Amerikanisaatio. Teknologia. Modernisaatio. Individualismi. Kaupallistuminen.
<b>Oma aineistoni</b>	Yleisö on eliittiä, nuoria aktivoitava. Levikit saavat jopa laskea.	Tiedonhankinta perustuu henkilökohtaisiin suhteisiin. Toimittajat liian lähellä poliitikkoja.	Media muiden mahtien palveluksessa, ei olla kansan asialla.	Omistajien valta on suuri. Sanomalehdellä saa olla poliittinen linja. Itsenäisyys rajattua.	Yhteiskunnan ongelmat. Työpaikkojen puute ja huono palkka. Yhtenäisyys kadoksissa.

<sup>8</sup> Ks. Välimeren mallin esittely luvussa 3.1, s. 27–30.

Pohdin seuraavaksi Välimeren mediamallin tulevaisuutta. Jotta voisin todella arvioida mallin pitävyyttä, minun olisi pitänyt toimittajien lisäksi haastatella myös yleisöä, kustantajia ja asiantuntijoita sekä analysoida median sisältöjä. Mutta jotakin voin kuitenkin sanoa pelkän oman aineistoni perusteella. Hallin ja Mancini (2004) uskovat, että mediamallit muuttuvat yhä enemmän toistensa kaltaisiksi ja että etenkin eurooppalaiset mallit siirtyvät kohti liberaalia mallia. Etenkin lehdistön ja poliittisen maailman eriytyminen kertoo tällaisesta suunnasta. Esimerkiksi Suomessa eriytyminen on jo tapahtunut. Hallinin ja Mancinin mukaan yksityiset tv-kanavat tuovat poliittiseen uutisointiin personoivan, dramatisoivan ja popularisoivan tyylin. Puolueet häivyttävät ideologisia erojaan ja henkilöityvät. Italiassa Berlusconi on tästä osuva esimerkki Forza Italia -puolueineen. (Emt., 251–254.) En osaa sanoa, onko politiikka Espanjassa henkilöitynyt, mutta haastateltavat toki haluaisivat eroon poliitikkojen painostuksesta ja läheisistä siteistä. Toisaalta lehden poliittinen ideologia ei heidän mielestään ole ainakaan kovin suuri ongelma.

Hallin ja Mancini sanovat, että Yhdysvaltojen kulttuurinen imperialismi on vaikuttanut lehdistönvapauden ihanteisiin, journalismin opetukseen ja siihen, että toimittajat seuraavat globaalia mediaa, joka on yleensä englantilaista tai yhdysvaltalaisista. Teknologisen kehityksen myötä kansainväliset uutistoimistot levittävät tietyllä tyylillä tehtyjä uutisia ympäri maailmaa. Teknologian hallinta on samanlaista kaikkialla, ja Hallin ja Mancini väittävät, että poliittisen uutisen visuaalisesta esityksestä tulee sen kommentointia tärkeämpää. (Emt., 254–261.) En pysty aineistoni perusteella kovin hyvin toteamaan, kuinka paljon amerikanisaatioksi kutsuttu prosessi Espanjan mediaan vaikuttaa. En kysynyt journalisminopetuksen sisältöjä enkä sitä, kuinka paljon haastateltavat seuraavat maailman mediaa – osaavatko he edes englantia. Teknologinen osaaminen on toki yksi espanjalaisen toimittajan lähitulevaisuuden haasteista, mutta vielä on liian aikaista sanoa, vaikuttaako se median poliittisuuteen.

Sisäisesti vaikuttaviksi ilmiöiksi Hallin ja Mancini nimeävät modernisaation, kaupallistumisen ja maallistumisen, jota voi sanoa myös individualismiksi. Viimeksi mainittu tarkoittaa, että ihmisten identiteetti ei enää kiinnity uskontoon tai yhteiskuntaluokkaan, vaan on yksilöllisempää. Yhteiskunta on pirstaloitunut. Ei enää taistella oman ryhmän puolesta toista vastaan, kuten työväenluokka ja omistava luokka, vaan kulutusyhteiskunnassa puolustetaan omaa henkilökohtaista taloudellista menestystä. Valtion, puolueiden ja median liitto särkyä. Kaupalliset intressit saavat mediataloissa enemmän sijaa. (Emt., 261–267.) Aineistossani näkyy ääniä tätä ilmiötä vastaan: lehtien pitäisi nimenomaan säilyttää poliittinen näkökulma ja kannustaa ihmisiä tietyn aatteen puolustamiseen, kriittisyyteen ja demokratian toimintaan osallistumiseen. Toisaalta voin sanoa, että

individualismi tulee myös esiin: Poliitikka ei kiinnosta massoja, ja jokainen huolehtii vain omasta toimeentulostaan. Sanomalehtien kannattaa erikoistua tietyille kohderyhmälle – eihän sanomalehtiä lukevaa väestökään enää tulevaisuudessa ole paljon. Yleisö on yhä enemmän kuluttajia, ja lehdistön yhteiskunnallinen tehtävä jää unholaan. Tämä ajatus auttaa minua ymmärtämään haastateltavien halua pitää kiinni poliittisesta ideologiasta ja kyvyttömyyttä uskoa neutraalin lehden mahdollisuuksiin. Heille poliittinen aate on kenties tapa vastustaa kaupallistumista, jonka he ovat nähneet jyräävän esimerkiksi televisiossa ja joka heitäkin uhkaa. Aate tarkoittaa kansan palvelua ja kriittisyyttä vallanpitäjiä kohtaan ja sen hävitessä markkinavoimat jylläävät. Mainostuloja janoavat pomot saavat liikaa valtaa.

Tiedän kokemuksesta, että Espanjan televisio on todellinen massamedia, jossa mainoksilla on valtava merkitys. Asuessani Espanjassa harvoin katsoin televisiota. Muistan kuitenkin, että mainostauot olivat erittäin pitkiä. Mainostauon aikana katsoja helposti unohtaa, mitä elokuvaa tai ohjelmaa seuraa. Televisio on kaupallistunut koko maailmassa 1970-luvulta lähtien (emt., 274–275). En pysty aineistoni avulla pohtimaan Espanjan televisio-ohjelmien tyyliä tai poliittisuutta. Luulen kuitenkin, että Hallin ja Mancini ovat oikeassa siinä, että television massaviihde häivyttää ryhmäidentiteettien eroja (emt., 270–271). He pohtivat, että skandaalinhakuisella medialla täytyy olla poliittisia siteitä, sillä muuten se ei saa tarvittavaa sisäpiiritietoa. Kaupallistuminen tuo medialle itsenäisyyttä esittää oma agendansa poliitikoista piittaamatta. (Emt., 278–279.) Tässä mielessä espanjalaiset toimittajat ovat kahden tulen välissä: he eivät tykkää tv-väen skandaalinhakuisuudesta koska silloin poliittiset siteet ovat tiukat, mutta kaupallistuminen tarkoittaa kansalaisten palvelun lopullista katoamista ja kustantajien ylivaltaa. Yhtä kaikki, median kaupallistuminen ja sen seuraukset vieraannuttavat ihmiset politiikasta (emt., 281), joten ehkä on tervettä, että politiikkaan tiukasti juurtunut lehdistö ei toivo suuria levikkejä vaan erikoistumista pienelle yleisölle.

Kaupallistuminen on Hallinin ja Mancinin mukaan nimenomaan Välimeren maissa johtanut vallan siirtymiseen poliitikoilta mediaomistajille eikä neutraalimpaan ja objektiiviseen tiedonvälitykseen, niin kuin edellä pohdin. Kaiken huomioon ottava ”catch all” -tyyli tosin saattaa lisääntyä, mihin mielestäni ainakin *La Vanguardia* pyrkii. Toisaalta kilpailutilanteessa – kuten Barcelonan kahdella suurimmalla sanomalehdellä – halutaan erottautua toisesta poliittisesti ja korostaa mielipiteitä pelkän tiedon sijaan. (Emt., 285–286.) Tällaisenkin ilmiön tunnistan omasta aineistostani: pitää uskaltaa antaa jotakin enemmän. Siksi aineistossani näyttää siltä, että *La Vanguardia* ja *El Periódico* sekä keskittyvät omaan yleisöönsä ja tyyliinsä että tarkkailevat kilpailijaa.

En usko Välimeren mallin peruspiirteiden muuttuvan Espanjan lehdistössä ainakaan lähiaikoina. Lehdistöstä tuskin enää tulee massamediaa. Yhteiskuntaa laajasti koskettavat muutokset vievät aina aikaa, eikä politiikan kyljessä elävä journalismikaan muutu hetkessä. Koko poliittisen kentän ja toimittajakunnan pitää ensin vaihtua sellaiseksi, jonka muistot kattavat vain demokratian ajan. Sitten voisi ponnistaa pohjalta, jossa demokratia jo on olemassa eikä rakennusvaiheessa. Ristipaineet, journalismia sekä ulkoapäin että sisäisesti muuttavat ilmiöt, ovat niin monimutkainen paketti, että sen lopullinen ratkeaminen on minulle mysteeri. Pahoin pelkään, että kaupallistuminen ja skandaalinhakuisuus ovat tulleet jäädäkseen.

## 7. Lopuksi

Pro gradu -tutkimus on oppimisprosessi. Tämän voin ehdottomasti vahvistaa. Olen löytänyt itsessäni piilleen tutkijan. Vastoinikäymisten edessä huomasin, miten tärkeää on, että aihe on itse valittu ja kiinnostava. Jos nyt lähtisin tekemään samaa tutkimusta, kiinnittäisin paremmin huomiota siihen, että haastateltavat ovat tietynlaisia. Nyt luotin liian sokeasti siihen, että toivomukseni otetaan huomioon. Aineisto olisi saattanut olla ainakin edustavampaa, ellei varsinaisesti parempaa, jos siihen ei olisi eksynyt valokuvaajaa tai päällikkötoimittajaa. Toisaalta se, että yksi haastateltava oli vasta aloittanut toimittaja, oli myös mielenkiintoista. Hän osasi kuvata nuorten journalistien työtilannetta. Sain silti mielestäni aineistosta enemmän irti kuin alun perin tutkimusprosessia hahmotellessani kuvittelin. Aineiston laajuuden, monipuolisuuden ja ristiriitaisuuden vuoksi toisinaan tuntui hankalalta pitää kokonaisuus hallinnassa ja ymmärtää, miten asiat vaikuttavat toisiinsa. Välillä koin, että kaikki liittyy kaikkeen ja rajojen vetäminen eri kategorioiden välille oli vaikeaa. Tutkimuksenteossa on ylipäättään haastavaa osata rajata ja päättää, mitä jättää pois. Omasta mielestä kaikki on kiinnostavaa.

Olen tyytyväinen, että onnistuin koko tutkimusprosessin ajan pitämään mielessä alkuperäisen haluni ymmärtää espanjalaisten kollegoideni työtä ja toimintaympäristöä. Säilytin uteliaisuuden. Nyt olen oivaltanut, miksi koin tietynlaisia ongelmia työskennellessäni toimittajana Espanjassa. Jos sinne palaan, pystyn suhtautumaan ongelmiin toisella tavalla. Voisin jopa sanoa, että tutkimus on antanut minulle työkaluja avuksi journalistiseen työhön vieraassa maassa. Esimerkiksi lähdesuhteiden kanssa täytyy olla sitkeä ja kärsivällinen. En turhaudu ihmisten negatiivisista reaktioista. Toki tämän tutkimuksen johtopäätös espanjalaisen journalismin tukalasta tilasta ja ristiriitojen suuruudesta pistää miettimään media-alan tulevaisuutta. Vaikka meillä Suomessa media toimii eri tavalla, joitakin samoja suuntia voi havaita. Muun muassa tiettyjen toimijoiden skandaalinhakuisuus ja internetin asettamat haasteet sekä uhka paperilehdelle mietityttävät media-ammattilaisia.

Journalismista on olemassa monta eri versiota. Nyt osaan selittää muillekin, mistä erot johtuvat. Olen keskustellut tämän tutkimuksen tuloksista ja johtopäätöksistäni muutamien espanjalaisten ystäväni kanssa, joista osalla on yhteyksiä journalismiin. He ovat kaikki olleet sitä mieltä, että päätelmäni kuulostavat paikkansa pitäviltä. Monet tuntuvat suhtautuvan Espanjan median tilaan paljon pessimistisemmin kuin valtaosa haastateltavistani, jotka kaikesta huolimatta halusivat uskoa tulevaisuuteen. Maailma on myös muuttunut siitä, kun tein haastattelut joulukuussa 2007.

Taloudellinen lama näkyy kaikkialla, ja Espanjaan se on iskenyt erityisen kovaa. Viimeisimpien tilastojen mukaan espanjalaisista jo 17 prosenttia, eli yli 4 miljoonaa aikuista on työttömänä.<sup>9</sup> Media-ala kärsii muiden mukana ja mediatalotkin ovat joutuneet irtisanomaan väkeä. Luulen, että tällaisessa tilanteessa myös tämän tutkimuksen haastateltavat vastaisivat pessimistisemmin. Ehkä he jopa itsekin puhuisivat nyt jo kriisistä.

Tämä tutkimus esittää yleiskuvan espanjalaisen toimittajan työstä, mutta ei missään nimessä ole kaikenkattava. Suomalaista jatkotutkimusta tuskin kannattaa tehdä samasta lähtökohdasta, sillä espanjalaiset journalismintutkijat varmasti tutkivat itse oman maansa toimittajan ammatti-identiteettiä. He voivat syventyä tarkemmin esimerkiksi professionalismiin, median tulevaisuudennäkymiin ja lehdistön haasteisiin. Suomalaisesta näkökulmasta tällainen katsaus on mielestäni riittävä. Espanjalainen media ei ole suomalaisille niin läheinen tai tärkeä, että sitä tarvitsisi syväluodata. Sen sijaan näen vertailevalle tutkimukselle montakin suuntaa tämän pro gradu -työn perusteella.

Koska nyt tunnen espanjalaisen median taustaa ja toimittajan työn todellisuutta, minua kiinnostaisi katsoa tarkemmin, miten se eroaa minulle tutusta suomalaisesta mediamaailmasta. Haluaisin vertailla suomalaisia ja espanjalaisia toimittajia jonkin tietyn piirteen, ulottuvuuden tai vaikkapa ihanteen mukaan. Ainakin lähdesuhteiden ongelmat, mielipiteet yleisöstä ja alan arvostus voisivat tuottaa hedelmällistä vertailua. Miksei jopa käsitys objektiivisuudesta. Tällöin haastattelisin suomalaisia ja espanjalaisia lehtitoimittajia ja katsoisin, miten ja miksi heidän vastauksensa ovat tai eivät ole erilaisia. Suomi ja Espanja ovat molemmat eurooppalaisia valtioita ja niillä on osittain samanlainen historia. Molemmat kuuluvat EU:hun. Mediajärjestelmät poikkeavat silti toisistaan paljon. Monet ilmiöt tekevät maailman mediasta samankaltaista. Vertailevalla tutkimuksella voisi selvittää, mikä todella on samaa, onko muutoksia luvassa ja mitkä ilmiöt käytännössä eniten tuohon muutokseen vaikuttavat. Tällaisessa analyysissä saa ehkä paremmin perspektiiviä ja pääsee syvemmälle. Voimmeko oppia jotain espanjalaisilta ja he puolestaan meiltä? Journalismi kohtaa haasteita joka kolkassa, joten toisten käyttämiä selviytymistaktiikoita voi hyödyntää vaikkapa suhtautumisessa teknologiaan.

---

9 Luvut on tarkistettu Espanjan tilastokeskuksen sivulta [www.ine.es](http://www.ine.es) 25. huhtikuuta 2009.

## Lähteet

- Altmeppen, Klaus-Dieter (2008) *The Structure of News Production*. Teoksessa Löffelholz, Martin & Weaver, David (toim.): *Global journalism research: theories, methods, findings, future*. Oxford: Blackwell Publishing. 52–64.
- Asociación de la Prensa de Madrid (2008) *Informe Anual de la Profesión Periodística 2008*. Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) (2008) *Resumen general: EMG, febrero a noviembre 2008*. Madrid: AIMC.
- Barrera, Carlos (1995) *Periodismo y franquismo: De la censura a la apertura*. Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias.
- Barrera, Carlos (2008) *Spain: Media System*. Teoksessa Donsbach, Wolfgang (toim.): *The International Encyclopedia of Communication*. London: Blackwell.
- Borrat, Héctor (1989) *El periódico, actor político*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Canel, María José & Piqué, Antoni M. (1998) *Journalists in Emerging Democracies: The Case of Spain*. Teoksessa Weaver, David H. (toim.): *The Global Journalist: News People Around the World*. New Jersey: Hampton Press.
- Canel, María José & Sábada, Teresa (1999) *La investigación académica sobre las actitudes profesionales de los periodistas. Una descripción del estado de la cuestión*. *Comunicación y Sociedad*, vol. XII, nro 2, 9–32.
- Carpentier, Nico (2005) *Identity, contingency and rigidity: The (counter-)hegemonic constructions of the identity of the media professional*. *Journalism* 2005, 6/2, London: Sage Publications. 199–219.
- Curran, James & Park, Myung-Jin (toim.) (2000) *De-westernizing Media Studies*. New York/Oxon: Routledge.
- De Bruin, Marjan (2000) *Gender, organizational and professional identities in journalism*. *Journalism*, 1/2, 217–238.
- De Burgh, Hugo (toim.) (2005) *Making Journalists: Diverse models, global issues*. New York: Routledge.
- Deuze, Mark (2005) *What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered*. *Journalism* 6/4, 442–464.
- Deuze, Mark (2007) *Media work*. Cambridge: Polity Press.
- Donsbach, Wolfgang (2008) *Journalists' Role Perception*. Teoksessa Donsbach, Wolfgang (toim.): *The International Encyclopedia of Communication*. London: Blackwell.



- Eskola, Jari & Vastamäki, Jaana (2007) Teemahaastattelu: Opit ja opetukset. Teoksessa Aaltola, Juhani & Valli, Raine (toim.): Ikkunoita tutkimusmetodeihin. Toinen painos. Jyväskylä: PS-kustannus. 24–42.
- Fernández, Raquel (1997) Communication Workers in Spain: The Reward of Appearance. *The Communication Review*, 2/3, 381–393.
- Fundación Foessa (1976) Estudios sociológicos sobre la situación social de España, 1975. Madrid: Cáritas Española.
- Hallin, Daniel C. & Mancini, Paolo (2004) *Comparing Media Systems: Three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hanitzsch, Thomas (2007) Deconstructing Journalism Culture: Towards a universal theory. *Communication Theory*, 17/4, 367–385.
- Heinonen, Ari (1996) Journalistit sananvapauden portinvartijoina. Teoksessa Nordenstreng, Kaarle: Sananvapaus. Helsinki: WSOY. 225–242.
- Heinonen, Ari (1999) *Journalism in the Age of the Net: Changing Society, Changing Profession*. Akateeminen väitöskirja. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Heinonen, Ari & Luostarinen, Heikki (2008) Reconsidering "Journalism" for Journalism Research. Teoksessa Löffelholz, Martin & Weaver, David (toim.): Global journalism research: theories, methods, findings, future. Oxford: Blackwell Publishing. 227–239.
- Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena (2001) Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Helsinki University Press.
- Hujanen, Jaana (2004) Tiedonvälitystehtävän murroksilla: journalismineuvotteluja Risc-toimituksissa. *Tiedotustutkimus* 27(4–5). 38–55.
- Hujanen, Jaana (2006) Yleisön palvelu markkinaehtoistuvan median journalistien itseymmärryksessä. *Tiedotustutkimus* 29(2). 30–43.
- Jensen, Klaus Bruhn (2002) The qualitative research process. Teoksessa Jensen, Klaus Bruhn (toim.): *A Handbook of Media and Communication Research*. London: Routledge. 235–253.
- Kunelius, Risto (1998) Modernin myyntitykit. Teoksessa Kivikuru, Ullamaija & Kunelius, Risto (toim.): *Viestinnän jäljillä*. Helsinki: WSOY. 207–230.
- Kunelius, Risto (2000a) Hyvä journalismi? Keskusteluja kiinnostuneiden ja kokeneiden kansalaisten kanssa. Suomen journalistiliiton mediakriittinen julkaisusarja 5.
- Kunelius, Risto (2000b) Journalismi nelijalkaisena otuksena. Tutkimuksen näkökulmia, ongelmia ja haasteita. *Tiedotustutkimus* 23(3). 4–27.
- Laclau, Ernesto & Mouffe, Chantal (1985) *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.
- Luostarinen, Heikki (1998) Vahvojen asialla? Teoksessa Kivikuru, Ullamaija & Kunelius, Risto (toim.): *Viestinnän jäljillä*. Helsinki: WSOY. 189–206.

- Mancini, Paolo (2005) Is there a European model of journalism? Teoksessa De Burgh, Hugo (toim.): *Making Journalists*. New York: Routledge. 77–93.
- McNair, Brian (2005) What is journalism? Teoksessa De Burgh, Hugo (toim.): *Making Journalists: Diverse models, global issues*. New York: Routledge. 25–43.
- McNair, Brian (2006) *Cultural Chaos: Journalism, news and power in a globalised world*. New York: Routledge.
- Olkinuora, Hannu (2006) *Minne menet media?* Eva raportti. Helsinki: Taloustieto Oy.
- Ortega, Felix & Humanes, Maria Luisa (2000) *Algo más que periodistas: Sociología de una profesión*. Barcelona: Editorial Ariel.
- Pietilä, Kauko (2008) Journalistiprofession teoria ja käytäntö. Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen opetusmoniste D49/2008 (www.uta.fi/jour/, 20.10.2008)
- El Periódico de Catalunya (2007) *Libro de Estilo*. Barcelona: Ediciones Primera Plana.
- Puranen, Tuula (2000) ”Mä vaan kirjotan” Laadullinen tutkimus Aamulehden uutistoimittajien yleisösuhteesta. Teoksessa Kunelius, Risto & Ridell, Seija (toim.): *Kaksi katsetta journalismiin*. Tampere: Tampereen Yliopisto. 1–81.
- Reese, Stephen D. (2008) Theorizing a Globalized Journalism. Teoksessa Löffelholz, Martin & Weaver, David (toim.): *Global journalism research: theories, methods, findings, future*. Oxford: Blackwell Publishing. 240–252.
- Reig, Ramon (1998) *Medios de comunicación y poder en España: Prensa, radio, televisión y mundo editorial*. Barcelona: Paidós.
- Rosen, Jay (1999) *What are journalists for?* New Haven/Lontoo: Yale University Press.
- Siebert, Fred S., Peterson, Theodore & Schramm, Wilbur (1956) *Four Theories of The Press*. Urbana: University of Illinois Press.
- Suhonen, Pertti (1998) Kansan tahto – siis kenen? Teoksessa Kivikuru, Ullamaija & Kunelius, Risto (toim.): *Viestinnän jäljillä*. Helsinki: WSOY. 171–188.
- Tuchman, Gaye (1978) *Making news: A Study in the Construction of Identity*. New York: The Free Press.
- Tuchman, Gaye (2002) The production of news. Teoksessa Jensen, Klaus Bruhn (toim.): *A Handbook of Media and Communication Research*. London: Routledge. 78–90.
- Tumber, Howard & Prentoulis, Marina (2005) Journalism and the making of a profession. Teoksessa De Burgh, Hugo (toim.): *Making Journalists*. New York: Routledge. 58–74.
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli (2009) *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.
- Weaver, David & Wilhoit, G. Cleveland (1996) *The American Journalist in the 1990s: U.S. Newspeople at the End of an Era*. Mahwah (NJ): Erlbaum.

Weaver, David H. (toim.) (1998) *The Global Journalist: News People Around the World*. New Jersey: Hampton Press.

Zelizer, Barbie (2004) *Taking Journalism Seriously: News and the Academy*. Thousand Oaks (CA): Sage Publications.

## **Liite. Teemahaastattelurunko**

### **Espanjalaisen lehtitoimittajan ammatti-identiteetti**

#### **Tausta**

- ikä, sukupuoli, koulutus, työura (kauanko alalla, kauanko tässä lehdessä, erikoistuminen), miksi halusi toimittajaksi? (lyhyesti)

#### **Työnkuva: lähteet, työpaikka, esimiehet**

- Millainen on tyypillinen työpäivä tässä toimituksessa?

- Kuka valitsee aiheet? Suhde esimiehiin? Saako omia ideoita läpi? Miten valitaan näkökulma?

Ohjeistus ja säännöt?

- Millainen on jutun kaava? Hyvä juttu sisältää?

- Saako/voiko juttu sisältää mielipiteen?

- Miten lähteet valitaan? Mistä ne saadaan? Liittyykö ongelmia?

- Vaikuttaako kilpailu muiden lehtien kanssa? Miten?

- Onko työhönsä tyytyväinen? Mikä on toimittajan ammatissa tärkeintä (juuri hänelle)? Mitä pitäisi muuttaa, että olisi tyytyväisempi?

- Editoidaanko juttuja? Miten?

- Saako esimiehiltä palautetta? Mistä?

- Kokeeko olevansa itsenäinen? Onko pelkkä raportoija vai aktiivinen, esim. kommentaattori?

- Onko työ muuttunut? Teknologia?

#### **Suhde yleisöön**

- Mikä merkitys lehdellä on yleisölle? Missä tilanteessa se luetaan?

- Millainen yleisö on? Tunnettaanko se ja tutkitaanko sitä? Onko muuttunut? Kenelle lehti tehdään?

- Mitä yleisö haluaa?

- Kuinka paljon yleisöä mietitään? Ketä palvellaan? Miten otetaan jutunteossa huomioon?

- Onko objektiivisuus tärkeää?

- Missä määrin on tarkoitus sivistää, patistaa toimimaan, viihdyttää? Kansalaisuus? Kuluttajuus?

- Onko medialla valtaa? Entä yksittäisellä toimittajalla?

- Pitäisikö lehden myydä enemmän (lukijoita olisi enemmän)? Miten mahdollista?

- Miten muuttaisi lehteä?

- Saako palautetta ja juttuvinkkejä? Miten siihen suhtaudutaan?

## **Suhde yhteiskuntaan**

- Millainen rooli medialla on yhteiskunnassa?
- Arvostetaanko toimittajia?
- Miten yhteiskunnallinen järjestelmä ja politiikka vaikuttavat journalismin tekemiseen?
- Onko poliittisia kytköksiä jäljellä? Entä Kataloniassa?
- Miten auktoriteetteihin suhtaudutaan? Asenne poliitikkoja kohtaan maakunta/keskushallinto – erot?
- Miten politiikasta kirjoitetaan? Media neljäs valtiomahti?
- Kenen / minkä näkökulman / puolueen etua ajetaan? Voiko ja saako lehti ylipäättään ajaa tiettyä asiaa?
- Ovatko toimittajat kriittisiä? Jos, niin miten ilmenee? Lisätä/vähentää?
- Pitääkö kirjoittaessa miettiä sanavalintoja? Onko sensuuria olemassa?
- Millainen on lehden ideologia ja miten se vaikuttaa?
- Millainen toimittaja järjestelmässä pärjää?

## **Reflektio (omien lähtökohtien arvio)**

- Mikä merkitys journalismilla on Espanjan yhteiskunnassa?
- Millaista on hyvä journalismi? Mitä ei saa tehdä?
- Millainen ihminen on hyvä toimittaja? Entä huono?
- Mistä espanjalainen toimittaja on tulossa ja mihin menossa?