

TAMPEREEN YLIOPISTO

Sari Vanninen

RIKOKSESTA KRIISIIN

Digitaalisen ajan uutisagenda julkisuustilaa määrittävänä tekijänä

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Kesäkuu 2009

TAMPEREEN YLIOPISTO

Tiedotusopin laitos

VANNINEN, SARI: Rikoksesta kriisiin. Digitaalisen ajan uutisagenda julkisuustilaa määrittävänä tekijänä.

Pro gradu -tutkielma, 148 sivua, 37 liitesivua
Tiedotusoppi

Kesäkuu 2009

TIIVISTELMÄ

Tutkielmassa on selvitetty digitaalisen ajan uutisagenda julkisuustilaa määrittävänä tekijänä analysoimalla verkkolehtien ja sanomalehtien pääuutisvalintoja sekä yleisön valintoja verkkolehtien keskustelupalstojen ja luetuimpien juttujen kautta. Tutkielman teoreettisen viitekehyksen ovat muodostaneet uuteen mediaan ja agenda-setting-tutkimustraditioon liittyvät teoriat sekä näiden synteesinä syntynyt digitaalisen ajan agenda kuvaava teoria. Uuden median ja agenda-setting-tradition yhtymäkohtana on ollut julkisen mielipiteen muodostumisen mahdollisuus median tarjoaman julkisuustilan kautta. Teoreettisessa osassa kuvataan, miten massamediavälitteinen julkisuustila on teknisen kehityksen myötä muuttumassa verkottuneeksi julkisuustilaksi.

Tutkielman empiirisessä osassa on sisällönanalyysin keinoin tutkittu suomalaisen valtamediaan kuuluvien sanomalehtien (Aamulehti, Helsingin Sanomat, Iltalehti, Kaleva, Keskisuomalainen) ja näiden verkkolehtien sekä kahden vain verkossa ilmestyvän lehden (Taloussanomat, Uusi Suomi) pääuutisvalintoja viikon ajalta tammikuussa 2008. Lukijoiden valintoja on analysoitu verkkolehtien suosituimpien keskusteluaiheiden sekä luetuimpien juttujen kautta. Pääuutisista on analysoitu aihe, jutun maantieteellinen alue, dramatisoivat elementit, päätoimijana esiintyvän sukupuoli ja viiteryhmä, uutisiin sisältyvien oheisjuttujen luonne ja määrä sekä verkkolehdistä multimedialla käyttö, lainaukset muista medioista ja kommenttien määrä. Uutisagenda on tutkittu analysoimalla eri verkko- ja sanomalehtien agenda sekä saman median verkko- ja painetun lehden agenda. Lukijoiden valinnoista on analysoitu aihe.

Tutkimuksen mukaan verkkolehdet keskittyvät tapahtumauutisointiin painottamalla rikoksia ja urheilua sanomalehtien painottaessa analyttisempia aiheita taloutta ja politiikkaa, joskin myös rikoksia. Sanomalehdet osoittautuivat pääuutisvalinnoissa verkkolehtiä paikallisemmiksi. Sekä verkko- että sanomalehdistä löytyi tasavahvasti uutista dramatisoivia elementtejä. Molemmissa välineissä miehet esiintyivät päärooleissa. Verkkolehdistä korostuivat myös henkilöimättömät päätoimijat. Sanomalehdet osoittautuivat verkkolehtiä monipuolisemmiksi uutisvälineiksi. Verkkolehdistä uutisagenda osoittautui sanomalehtiä selkeästi yhtenäisemmäksi rikosuutisten hallitessa yhteistä agenda. Yleisö sen sijaan keskusteli median vähiten suosimista aiheista agendan keskittyessä uskontoon, erilaisiin kriiseihin ja arkielämään. Luetuimmissa korostui skandaali-hakuisuus. Tutkimuksen mukaan verkkolehdet toimivat edelleen massamediavälitteisessä julkisuustilassa, jossa yleisön rooli typistyy pahimmillaan juttukohtaisten lukijamäärien seuraamiseen. Keskustelupalstat tosin editoituina voisivat täydentää ja tasapainottaa agenda.

Sisällysluettelo

1. Johdanto	1
2. Uusi media	3
2.1. Digitaalisuus	5
2.2. Personointi	6
2.3. Konvergenssi	8
2.4. Vuorovaikutteisuus	10
2.5. Kuluttajasta tuottajaksi	12
2.6. Uusi julkisuustila	16
2.6.1. Idealismi ja todellisuus	20
2.7. Internetin käyttö	23
3. Agendatutkimus	26
3.1. Tutkimustradition synty	27
3.2. Käsitteitä ja teoriaa	28
3.3. Median, yleisön ja politiikan agendat	31
3.3.1. Median agenda	32
3.3.2. Yleisön agenda	33
4. Digitaalisen ajan agenda	34
4.1. Internetin kyky agendan asettamiseen	35
4.1.1. Personointi yleisön agendan pirstaloijana	36
4.1.2. Konvergenssi median agendan samankaltaistajana	38
4.1.3. Vuorovaikutteisuus yleisön roolin vahvistajana	38
4.1.4. Verkkolehdet massamediavälitteisessä julkisuustilassa	40
4.2. Uuden median agendatutkimus	42
4.3. Uuden yleisön agendatutkimus	45
4.4. Uuden median agenda	46
5. Tutkimustapa ja -aineisto	49
5.1. Sisällönanalyysi tutkimustapana	50
5.1.1. Tutkimusaineisto	51
5.1.2. Havaintoyksikköjä vajaa 1000	53
6. Rikoksia, rahaa ja urheiluhenkä	57
6.1. Yleiskuva uutisviikosta	57
6.2. Rikokset, yritystalous ja urheilu painottuvat koko aineistossa	59
6.2.1. Rikokset ja rangaistukset korostuvat ykkösuutisina	62
6.2.2. Iltapäivälehti nostaa turvallisuus-aiheita, talouslehti talous-aiheita	63
6.3. Rikos kukoistaa verkkolehdistä, talous sanomalehdistä	65
6.3.1. Urheilu ja ulkomaat erottuvat verkossa	67

6.3.2. Rikokset juhlivat verkkolehtien ykkösuutisina.....	72
6.3.3. Painettujen lehtien verkkolehdet iltapäivälehtien jäljillä.....	73
6.3.4. Vain verkossa ilmestyvillä lehdillä erilaiset painotukset.....	77
6.4. Paikalliset ja alueelliset uutiset nousevat kärkeen.....	80
6.4.1. Sanomalehdet verkkolehtiä paikallisempia.....	81
6.4.2. Turvallisuus-aiheet verkossa paikallisia.....	85
6.5. Iltapäivälehti dramatisoi eniten painettuna.....	86
6.6. Miehet päätoimijoina sanomalehdissä ja verkkolehdissä.....	92
6.6.1. Iltapäivälehti henkilöi, talouslehti anonyymein.....	93
6.6.2. Miehet urheilusankareina, naiset rikosten teillä.....	94
6.6.3. Talouden päätoimijat eivät henkilöidy	97
6.7. Urheilun ja elinkeinoelämän edustajat päärooleissa.....	98
6.8. Sanomalehdet monipuolisempia uutisvälineitä.....	103
6.9. Neljännes pääuutisista useammin kuin kerran verkkolehdissä.....	106
6.9.1. Viidennes uutisista samaan aikaan useammassa verkkolehdessä.....	108
6.9.2. Rikokset hallitsevat verkkolehtien yhteistä agendaa.....	109
6.9.3. Sanomalehtien pääuutisagenda hyvin monipuolinen.....	112
6.9.4. Iltalehdellä yhtenäisin agenda.....	113
6.9.5. Vain verkossa ilmestyvät lainasivat eniten.....	115
6.9.6. Mediaryhmät profiloituvat.....	116
6.10. Yhteenveto median agendasta.....	117
7. Uskontoa, kriisejä ja arkea	120
7.1. Uskonto, historia ja talous puhuttivat.....	121
7.1.1. Uskonto puhutti Iltalehdessäkin.....	124
7.2. Luetuimmissa korostuu dramatiikka.....	126
7.3. Yhteenveto yleisön agendasta.....	131
Johtopäätökset	132
Lähteet	141
Liite 1: Sanomalehtien levikit ja verkkolehtien kävijämäärät	149
Liite 2: Koodausrunko	150
Liite 3: Otsikkolistaus tutkimusaineistosta	155

Kuviot

- Kuvio 1: Internetin käyttötarkoituksia 2005–2009, osuus internetin käyttäjistä s. 24
- Kuvio 2: Pääuutisten aihepiirit koko aineistossa (N=395) s. 59
- Kuvio 3: Turvallisuus (N=86) (aihepiirin luokkien jakaumat) s. 60
- Kuvio 4: Talous (N=83) (aihepiirin luokkien jakaumat) s. 60
- Kuvio 5: Vapaa-aika (N=81) (aihepiirien luokkien jakaumat) s. 60
- Kuvio 6: Pääuutisten aiheet koko aineistossa (N=395) s. 61
- Kuvio 7: Ykkösuutisten aihepiirit (N=132) suhteessa koko aineistoon (N=395) s. 62
- Kuvio 8: Pääuutisten aihepiirit mediatyypeittäin (N=395) s. 63
- Kuvio 9: Aamulehtiryhmän pääuutisaihepiirit (N=293) suhteessa koko aineistoon (N=395) s. 64
- Kuvio 10: Pääuutisten aihepiirit verkkolehdistä (N=293) ja sanomalehdissä (N=102) s. 65
- Kuvio 11: Verkko- ja sanomalehtiaineisto ilman Iltalehteä ja Taloussanomiam (N=293) s. 66
- Kuvio 12: Turvallisuus-aihepiiri (N=86) (aihepiirin luokkien jakaumat verkko- ja s.lehdissä) s. 67
- Kuvio 13: Talous-aihepiiri (N=83) (aihepiirin luokkien jakaumat verkko- ja s.lehdissä) s. 67
- Kuvio 14: Vapaa-aika -aihepiiri (N=81) (aihepiirin luokkien jakaumat verkko- ja s.lehdissä) s. 67
- Kuvio 15: Poliittika-aihepiiri (N=50) (aihepiirin luokkien jakaumat verkko- ja s.lehdissä) s. 68
- Kuvio 16: Ympäristö-aihepiiri (N=42) (aihepiirin luokkien jakaumat verkko- ja s.lehdissä) s. 68
- Kuvio 17: Informaatio-aihepiiri (N=23) (aihepiirin luokkien jakaumat verkko- ja s.lehdissä) s. 69
- Kuvio 18: Sosiaaliturva-aihepiiri (N=13) (aihepiirin luokkien jakaumat verkko- ja s.lehdissä) s. 69
- Kuvio 19: Muut-aihepiiri (N=17) (aihepiirien luokkien jakaumat verkko- ja s.lehdissä) s. 69
- Kuvio 20: Pääuutisten aiheet verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 70
- Kuvio 21: Ykkösuutisten aihepiirit verkko- ja sanomalehdissä (N=132) s. 72
- Kuvio 22: Turvallisuus-aihepiirin osuus eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 74
- Kuvio 23: Vapaa-aika-aihepiirin osuus eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 75
- Kuvio 24: Talous-aihepiirin osuus eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 76
- Kuvio 25: Poliittika-aihepiirin osuus eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 76
- Kuvio 26: Pääuutisten aihepiirit mediatyypeittäin (N=395) s. 79
- Kuvio 27: Pääuutisten maantieteellinen alue koko aineistossa (N=395) s. 80
- Kuvio 28: Pääuutisten maantieteellinen alue verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 81
- Kuvio 29: Paikallisten ja alueellisten pääuutisten osuus eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 82
- Kuvio 30: Valtakunnallisten pääuutisten osuus eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 83
- Kuvio 31: Ulkomaille sijoittuvien pääuutisten osuus eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 84
- Kuvio 32: Pääuutisten maantieteellinen jakautuminen aihepiireittäin verkkolehdistä (N=293) s. 85
- Kuvio 33: Pääuutisten maantieteellinen jakautuminen aihepiireittäin sanomalehdissä (N=102) s. 86
- Kuvio 34: Dramatisoivat elementit pääuutisissa verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 87
- Kuvio 35: Dramatisoinnin osuus pääuutisissa eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 88
- Kuvio 36: Henkilön korostamiseen liittyvät tehokeinot eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 89
- Kuvio 37: Sensaatioon tai liioitteluun liittyvät tehokeinot eri verkko- ja s.lehdissä (N=395) s. 90
- Kuvio 38: Päätoimijan sukupuoli verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 92
- Kuvio 39: Päätoimijoiden sukupuoli eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 94

- Kuvio 40: Miesten esiintyminen eri aihepiireissä verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 95
- Kuvio 41: Naisten esiintyminen eri aihepiireissä verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 96
- Kuvio 42: Ei-henkilöitävät päätoimijat eri aihepiireissä verkko- ja s.lehdissä (N=395) s. 97
- Kuvio 43: Päätoimijoiden viiteryhmät koko aineistossa (N=395) s. 98
- Kuvio 44: Päätoimijoiden viiteryhmät verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 99
- Kuvio 45: Suosituimpien viiteryhmien osuus eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395) s. 101
- Kuvio 46: Päätoimijoiden viiteryhmät mediatyypeittäin (N=395) s. 102
- Kuvio 47: Oheisjutut verkko- ja sanomalehdissä (N=352) s. 104
- Kuvio 48: Multimedian käyttö verkkolehtien pääuutisissa (N=251) s. 105
- Kuvio 49: Samaan aikaan pääuutisina olevien juttujen aihepiirit verkkolehdissä (N=100) s. 110
- Kuvio 50: Pääuutisten omintakeisuus verkkolehdissä (N=293) s. 112
- Kuvio 51: Samat pääuutiset sanoma- ja verkkolehdissä aamu-aamu- ja ilta-aamu -agendalla s. 114
- Kuvio 52: Verkkolehtien lainaukset muista medioista (N=293) s. 115
- Kuvio 53: Pääuutisten ja keskustelluimpien juttujen aihepiirit (N=673) s. 121
- Kuvio 54: Aiheluokat pääuutisissa ja suosituimmissa keskusteluissa (N=673) s. 123
- Kuvio 55: Pääuutisten ja luetuimpien juttujen aihepiirit (N=630) s. 127
- Kuvio 56: Turvallisuus-aihepiiri v.lehtien pääuutisissa (N=293) ja luetuimmissa (N=236) s. 128
- Kuvio 57: Poliitiikka-aihepiiri verkkolehtien pääuutisissa (N=293) ja luetuimmissa (N=236) s. 129
- Kuvio 58: Dramatisoivat esitystavat pääuutisissa ja luetuimmissa jutuissa (N=630) s. 130
- Kuvio 59: Verkkolehtien keskustelluimmat ja luetuimmat aihepiirit (N=514) s. 131

Taulukot

Taulukko 1: Suosituimmat uutiset pääuutisten joukossa koko aineistossa 28.1.–3.2.2008 s. 58

Taulukko 2: Pääuutisten yhdenmukaisuus verkko- ja sanomalehdissä s. 109

1. Johdanto

Pro gradu -tutkielmassani käsittelen uutisagenda digitaalisella ajalla, ns. uuden median aikakaudella: *millaisia ovat verkkomedian ja painetun median sekä yleisön agendat digitaalisella ajalla, ja miten agendat määrittävät julkisuustilaa*. Tutkielmassa teoreettisen viitekehyksen muodostavat uuteen mediaan – etenkin sen muodostamaan uudenlaiseen julkisuustilaan – ja agenda-setting -tutkimusperinteeseen liittyvät teoriat, aiemmat verkkomedian agendaan tai uutisvalintoihin liittyvät tutkimukset sekä näiden synteesinä syntyvät olettamukset uuden median agendasta julkisuustilaa määrittävänä tekijänä.

Tutkimuksen keskipisteessä ovat suomalaiseseen valtamediaan kuuluvien sanomalehtien ja näiden verkkolehtien sekä kahden vain verkossa ilmestyvän lehden toimitusten pääuutisvalinnat. Yleisön agendaan luodaan katsaus verkkolehdistä olevien keskustelupalstojen suosituimpien keskusteluaiheiden ja luetuimpien juttujen kautta.

Perinteisesti medialla on ollut agenda eli päiväjärjestystä määrittävä asema. Uutinen on yleensä noussut esille joukkoviestimissä, jolloin se on vaikuttanut yleisön agendaan eli tärkeinä pitämiinsä julkisiin asioihin (McCombs 2004, 5; Dearing & Rogers 1996, 5). Käytännössä yleisö kohtaa päivittäin rakennetun, mediavälitteisen todellisuuden, jota media painottaa haluamallaan tavalla. Painottamalla tapahtumia ja asioita eri tavalla vaikutetaan myös siihen, mitä yleisö pitää tärkeinä tapahtumina ja asioina. (McCombs 2004, 1-3; Benkler 2006, 205, 209.) Valinnoillaan media vaikuttaa myös julkisuustilaan herättämällä keskustelua, joka voi johtaa yleisen mielipiteen muotoutumiseen ja yhteiskunnalliseen toimintaan (esim. McQuail 2007 (2005), 566).

Median agendaan, siihen mitkä uutiset saavat julkisuutta, ovat vaikuttaneet uutiskäytäntöjen ja uutistapahtumien lisäksi muun muassa vaikutusvaltaisessa asemassa olevat muut mediat sekä vaikutusvaltaiset lähteet (McCombs 2004, 98-118; Dearing & Rogers 1996, 25, 31-33, 39-40).

Viimeistään 2000-luvulla perinteisen median asema on kuitenkin muuttunut internetin ja yhteisöllisen median, ns. web 2.0:n¹ myötä. Internet verkostoituneena ja hajautuneena viestintä- ja toimintaympäristönä on haastanut joukkoviestinnän keskittyneet toimintatavat (Sirkkunen 2006,

¹ Web 2.0. kuvaa teknisen ympäristön muutosta ja muutoksen synnyttämiä uudenlaisia bisnesmalleja. Web 2.0:aan yhdistettävät sovellukset sisältävät yleensä myös sosiaalisen aspektin siten, että ne perustuvat käyttäjien muodostamille sosiaalisille verkostoille tai yhdessä tuottamalle informaatiolle. (Majava 2006, 87.) Terminä web 2.0 esiteltiin vuonna 2004 (Lähde: http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0 / haettu 28.3.2009)

137; Benkler 2006). Internetin on myös nähty mahdollistavan uudenlaisen, verkottuneen julkisuustilan syntymisen (Benkler 2006).

Kotimaisina esimerkkeinä internetin asettamasta haasteesta toimivat muun muassa Tuusulassa Jokelan koulukeskuksessa sattunut ampumisvälikohtaus 7. marraskuuta 2007 ja lähes saman kaavan mukaan toistunut ampumistragedia Kauhajoen ammattioppilaitoksessa 23. syyskuuta 2008. Uutiset molemmista tapahtumista levisivät kulovalkean tavoin internetin yhteisöisivustoilla². Perinteisen uutismedian ulkopuoliset verkkoyhteisöt peittosivat ainakin tietojen välittämisen nopeudessa suomalaisittain poikkeuksellisen isoissa uutistapahtumissa perinteisen median, joskin uutisen noustua agendalle myös internetin uutissivustot keräsivät molemmilla kerroilla ennätyselliset kävijämäärät³.

Onko median – uuden tai vanhan – agendalla enää edes merkitystä maailmassa, jossa yleisö on internetissä, uudenlaisessa julkisuustilassa, nopeammin uutislähteillä kuin media tehden itse omat juttunsa ja vastaanottaen vain haluamaansa aineistoa?

Pro gradu -tutkielmassani käsittelen luvuissa 2, 3 ja 4 tutkimuksen teoreettista viitekehystä. Luku 2 koostuu uuden median luonnehdinnoista ja luku 3 agenda-setting-tutkimusperinteen esittelystä soveltuvien osin. Luvussa 4 hahmotan uuden median agenda- ja agenda-setting-teorioiden ja aiheeseen liittyvien aiempien tutkimusten perusteella. Luvussa 5 esittelen tutkielmassa käytetyn tutkimusaineiston ja tutkimustavan, määrällisen sisällönanalyysin. Luvuissa 6 ja 7 analysoin tutkielmaa varten kerätyn aineiston. Luvussa 8 on tutkielman herättämiä johtopäätöksiä.

Liitteistä oleellisin on tutkimusaineiston käsittelyssä käytetty koodausrunko (liite 2). Liitteessä 3 on otsikkolistaus tutkimusaineistosta.

2 Ensimmäinen tieto Jokelan ampumisista löytyi tietokoneharrastajien MuroBBS-keskustelupalstalta otsikolla ”Jokelan yhteiskoulussa ammuskelu” (Lähde: <http://keskustelu.plaza.fi/muropaketti/bbs/t510196> / haettu 28.3.2009) kello 11.53, kaksi minuuttia ennen poliisien saapumista tapahtumapaikalle. HS.fi julkaisi ensimmäisen uutisen ammuskelusta kello 12.16. Irc-keskustelukanavalla teolla oli jo tekijä kello 12.29, kaksi minuuttia ennen kuin STT, uutistoimisto, julkaisi ensimmäisen sähköisen koko tapahtumasta. (Saarinen 2007.) Kauhajoen ampumistapauksessa hätäkeskus sai ilmoituksen ammuskelusta kello 10.46 (HS 24.9.2008). Kello 11.13 MuroBBS-keskustelupalstalla käynnistyi tapahtumaan liittyvä keskusteluketju. 11 minuutin kuluttua keskusteluyhteisö oli jo tekijän jäljillä (Lähde: <http://keskustelu.plaza.fi/muropaketti/bbs/t549111> / haettu 28.3.2009). Ns. valtamedioista muun muassa Yle ja Iltalehti uutisoivat tapahtumasta verkkosivuillaan ensimmäisen kerran kello 11.19 (Lähde: <http://www.yle.fi/uutiset/kotimaa/oikea/id102375.html>, http://www.iltalehti.fi/uutiset/200809238313028_uu.shtml / haettu 28.3.2009). STT lähetti ensimmäisen uutistekstiviestin ammuskelusta kello 11.40. Poliisi vahvisti ampujan henkilöllisyyden tapahtumapäivänä kello 15.30 (HS 24.9.2008). Henkilö oli sama kuin keskustelupalstojen viitaukset tekijään miltei välittömästi teon jälkeen.

³ Lähde: <http://www.gallupweb.com/tnsmatrix/> viikko 2007/45 ja viikko 2008/39 / haettu 28.3.2009

2. Uusi media

The Internet has grown in a way distinctly different from any medium before it. As a result, it's difficult to predict how the Net will change mainstream media and to what magnitude. To say that media will undergo a "paradigm shift" might be an understatement.

Shayne Bowman and Chris Willis (2003, 47)

Vanhaan mediaan kuuluvat ns. perinteiset joukkoviestintävälineet: painettu sanomalehti ja muut lehdet, radio ja televisio. Myös elokuva ja äänitetty musiikki voidaan katsoa joukkoviestintävälineiksi. (McQuail 2007 (2005), 27-38.) Termiä uusi media on käytetty 1960-luvulta lähtien viittaamassa tietokonepohjaiseen viestintään. Selvimmin uutta mediaa edustavat internetin uutissivustot. (Emt. 38-40.)

Uusi media on osa kronologista jatkumoa, jonka aiempia tasoja ovat olleet puhe, kirjoitus, kirjapaino, piirustus ja maalaus, valokuvaus, lennätin, puhelin, elokuva, radio, televisio ja video (Lister ym. 2003, 46). Termi uusi media tai uusmedia yleistyi 1990-luvulla eron tekemiseksi perinteiseen painettuun ja sähköiseen mediaan⁴. Ajan myötä uudestakin mediasta tulee vanha:

(--) nimitys 'uusi' media on aina suhteellinen: vanhatkin mediat ja teknologiat olivat joskus uusia, ja esimerkiksi puhelimeen, rautateihin ja elokuvaan kohdistettiin aikanaan yhtäläisiä odotuksia ja pelkoja kuin tietokoneisiin ja verkkoihin viimeisten vuosien aikana (Järvinen & Mäyrä 2006 (1999), 9; ks. myös Fornäs 2006 (1999), 32-33).

Tutkimuskohteena uusi media on vielä varsin nuori – jos alku sijoitetaan vaikkapa Tim Berners-Leen luomaan hypertekstijärjestelmään vuonna 1990⁵ (esim. Aula, Matikainen & Villi 2006, 12-13) – mutta nopeasti kasvava ja koko ajan muuttuva ilmiö, ja siksi vaikeasti vangittava, mikä sinänsä saattaa sopia hyvin uuden median luonteeseen.

Uutta mediaa on usein luonnehdittu uuteen mediaan liittyvien ominaispiirteiden avulla. Näitä ovat esimerkiksi digitaalisuus, vuorovaikutteisuus, hypertekstuaalisuus, hajaantuneisuus ja virtuaalisuus (Lister ym. 2003, 13).

⁴ Lähde: http://fi.wikipedia.org/wiki/Uusi_media / haettu 28.3.2009

⁵ Lähde: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Www> / haettu 28.3.2009

Tässä tutkielmassa hahmotan uuden median ominaispiirteitä pääosin Nicholas Negroponten *Digitaalinen todellisuus*- (1996 (1995)), Yochai Benklerin *The Wealth of Networks*- (2006) sekä osittain myös Dan Gillmorin *We the Media* (2006 (2004)) -teosten pohjalta. Tutkielman kannalta keskeisiksi uuden median ominaispiirteiksi nostan digitaalisuuden, personoinnin osana hajaantumiskehitystä, konvergenssin, vuorovaikutteisuuden, kuluttajan ja tuottajan raja-aitojen häviämisen sekä uudenlaisen julkisuustilan syntyminen internetissä.

Nicholas Negropontea voidaan pitää digitaalitekniikan ja vuorovaikutteisen uuden median visionäärinä (Inkinen 2006 (1999), 64; Villi 2006, 104). Negroponten teos *Being Digital* (*Digitaalinen todellisuus*, suom. Petteri Bergius 1996) vuodelta 1995 on koottu hänen *Wired*-lehdessä⁶ julkaistuista kolumneista; teos ei siis ole tieteellinen julkaisu. Massachusetts Institute of Technologyn (MIT) Median Labin tuolloinen johtaja ja tietokoneiden uudenlaisen käytön johtava tutkija visioi muun muassa digitaalisuuden tuomia muutoksia medialle, joista osa on toteutunut, mutta osa odottaa vielä aikaansa. Negroponte luopui vuonna 2006 MIT Media Labin johtajuudesta organisoidakseen One Laptop per Child -järjestöä⁷.

Lähes 15 vuotta Negroponten kirjan julkaisemisen jälkeen uuden median kehityttyä ja muututtua jo uutismedianakin yhdeksi valtamediaksi ainakin Yhdysvalloissa (esim. Li 2006a), myös uuteen mediaan liittyvä teoretisointi on lisääntynyt. Yochai Benkler (2006) kuvaa uuden median kehityskulkua siirtymisenä teollisesta informaatiotaloudesta verkottuneeseen informaatiotalouteen. Oleellista on uudenlaisen julkisuustilan syntyminen. Benkler tuo Negroponten teknologiaoptimismiin yhteiskunnallisen- ja talousnäkökulman.

Dan Gillmor (2006 (2004)) puolestaan kuvaa, miten journalismi uuden tekniikan myötä on saanut (Yhdysvalloissa) uudet haastajat, ”kansanjournalistit” (*citizen reporters*), jotka myös voivat tuoda asioita julkiseen keskusteluun tai nostaa aiheita agendalle ohi joukkoviestinnän internetin mahdollistaman helpon julkaisutavan myötä. Sittemmin Gillmor on joutunut myös pettymään idealismissaan ”kansanjournalismista”, koska ei löytänyt omalle ”kansanjournalismisivustolleen” taloudellisesti kannattavaa mallia⁸.

⁶ Wired on amerikkalainen tietokonekulttuuria käsittelevä lehti, joka perustettiin vuonna 1993. Lehti muun muassa nosti internetin yleisön tietoisuuteen (<http://fi.wikipedia.org/wiki/Wired> / haettu 28.3.2009)

⁷ Lähde: http://fi.wikipedia.org/wiki/Nicholas_Negroponte / haettu 28.3.2009. One Laptop per Child - eli Kannettava tietokone jokaiselle lapselle -järjestö on omistautunut 100 dollarin hintaisen kannattavan tietokoneen kehittämiseen. Tavoitteena on tarjota kehitysmaiden lapsille halpa tietokone. (http://fi.wikipedia.org/wiki/Kannettava_tietokone_jokaiselle_lapselle / haettu 28.3.2009)

⁸ Lähde: http://www.economist.com/surveys/displaystory.cfm?story_id=6794240 /haettu 28.3.2009

2.1. Digitaalisuus

To understand the evolution of tomorrow's news, we need to understand the technologies that are making it possible.

Dan Gillmor (2006 (2004), 25)

Uuden median erottaa vanhasta lähtökohtaisesti *digitaalisuus*. Digitaalisuudessa on kysymys informaation muuntamisesta binaariseen muotoon, biteiksi, joiden arvo on joko 0 tai 1. Biteistä koostuvaan datavirtaan voidaan tallentaa sanoja, kuvia, ääntä ja tietokoneen ymmärtämää ohjelmakoodia. Informaatio on pakattu helposti siirrettävään, manipuloitavaan ja kopioitavaan sähköiseen muotoon. (Järvinen & Mäyrä 2006 (1999), 7; Negroponte 1996 (1995), 20.)

Digitaalisuuden ansiosta sanoja, kuvaa, ääntä ja dataa voidaan yhdistää *multimediaksi* (Negroponte 1996 (1995), 24), kun samaa viestiä voidaan katsoa monella eri tavalla: tekstinä, äänenä, liikkuvana kuvana, grafiikkana (emt., 80). Uutinen voidaan kertoa internetissä – mikäli se niin tuotetaan – tekstin ja valokuvan, videon ja vaikkapa podcastin⁹ avulla.

Digitaalisuuteen kuuluu syvyyden ja laajuuden lisääminen hyperlinkkien avulla. Negroponten (emt., 77-78) mukaan kerro lisää -toivomus on oleellinen osa multimediaa ja *hypermedian* perusta. Hypermedia on hypertekstin¹⁰ laajennus, joka sisältää linkitettyä tietoa. Hyperlinkki voi olla kuva, teksti tai sana, joka siirtää käyttäjän hypertekstisivulta toisella. Hyperlinkkejä käytetään hypertekstijärjestelmissä, joista tunnetuin on internetissä toimiva www (World Wide Web). Hyperlinkkien välityksellä syntyy myös helposti sosiaalisia verkostoja esimerkiksi blogien välille (Majava 2006, 89).

Tiedonvälityksessä hypermedia on poistanut aineiston syvyyden ja laajuuden rajoitukset. Toisin kuin esimerkiksi painetussa lehdessä, televisiossa tai radiossa, hypermediassa painopinnan tila tai lähetyksen aika eivät rajoita aiheen käsittelyä. (Negroponte 1996 (1995), 77.)

⁹ Podcasting on tilauspohjaista äänitiedostojen julkaisua verkossa. Podcastin pitäjä julkaisee syötettä, jossa on tiedot julkaistusta äänitiedostosta. Kuuntelijalla on oltava erityinen ohjelma, joka seuraa syötteen päivittymistä ja lataa tiedostot automaattisesti myöhemmin kuunneltaviksi. Kuuntelu voi tapahtua tietokoneen lisäksi MP3-soittimella tai muulla mobiililaitteella (<http://fi.wikipedia.org/wiki/Podcast> / haettu 28.3.2009)

¹⁰ Hyperteksti on tietokoneissa käytetty käyttöliittymäperiaate, joka mahdollistaa hyperlinkeiksi kutsutut ristiviittaukset eri dokumenttien välillä. Kun käyttäjä valitsee hyperlinkin, tietokone hakee viitatuksi dokumentin. (<http://fi.wikipedia.org/wiki/Hyperteksti> / haettu 28.3.2009)

2.2. Personointi

Negroponte (1996 (1995), 163-164) arvioi tietoa koskevan tiedon eli metatiedon arvon kasvavan suuremmaksi kuin itse tiedon arvo. Loppukäyttäjältä piilossa olevalla metatiedolla voidaan muun muassa parantaa verkon hakuohjelmien toimintaa. Internetin käyttötavoista tiedonhaku on suosituimpia¹¹ (ks. myös Nurmela 2006, 61).

Metatietoa voivat tuottaa myös yksittäiset henkilöt taggaamalla. Sisältöä kuvataan vapaa-
muotoisilla, käyttäjien itse valitsemilla termeillä, tageilla. Tagit toimivat kuin avainsanat, mutta ilman ennalta määriteltyä sanastoa. Taggaaminen on yleistynyt ns. sosiaalisissa kirjanmerkki-
palveluissa¹² ja itse verkkoon tuotetun materiaalin kuvaamisessa. (Majava 2006, 91-92.)

Metatieto mahdollistaa personoinnin, joka on osa verkon hajaantumisominaisuutta. Hajaantumisella viitataan verkon ei-keskittyneeseen tuottamis- ja kuluttamistapaan (Lister ym. 2003, 30-31).

Negroponte (1996 (1995), 26-27) visioi tietokoneista, jotka suodattavat, lajittelevat, asettavat tärkeysjärjestykseen ja hallitsevat multimediaa puolestamme. Syntyisi persoonallinen sanomalehti, *Daily Me*, jokaiselle tilaajalle joko siten, että haluttu aineisto lähetetään tilaajalle, tai tilaaja valikoi haluamansa aineiston (emt., 162-163). Digitaalinen sanomalehti toimisi uutisten käyttöliittymänä:

Nykyään [1995] luet uutisia, jotka on valittu muiden ihmisten uutisnäkemysten ja heidän niille antaman julkaisu-arvon perusteella. Digitaalinen todellisuus muuttaa uutisvalinnan talousmallia. Se antaa sinun näkemyksellesi suuremman merkityksen ja itse asiassa mahdollistaa sellaisetkin uutiset, jotka yleisen kiinnostuksen puutteen takia jäivät toimituksen roskakoriin. (Emt., 162.)

Personoinnin mahdollisuuksia ovat esimerkiksi RSS-otsikkosyötteiden käyttö, omien mieltymysten kautta personoitava sivusto¹³ tai sähköpostiin tilattava uutiskirje. RSS (*Rich Site Summary, Really Simple Syndication*) on nimitys verkkosyötemuodoille, joita käytetään usein päivittyvän digitaalisen aineiston, esimerkiksi blogien tai uutissivustojen sisällön julkaisemiseen. RSS-syötteen perusidea on, että vastaanottaja saa erityisen lukijaohjelman, aggregaattorin, avulla tilaamansa www-palvelun tuoreimmat otsikot, jotka ovat samalla linkkejä itse juttuihin. (Hintikka 2008; Majava 2006, 90.)

¹¹ Lähde: http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2008/sutivi_2008_2008-08-25_tau_001.html /haettu 28.3.2009

¹² Esimerkiksi <http://del.icio.us/>

¹³ Esimerkkejä personoitavista sivustoista ovat henkilökohtaisesti rakennettava iGoogle (<http://www.google.fi/ig?hl=fi>), New York Timesin tarjoama personoitava My Times ([http://www.nytimes.com/gst/betamail.html?URI=http://my.nytimes.com/&OQ=_rQ3D1&OP=2fd432f0Q2F5Q27XP5CtQ60XjHp5.Q60Q7DjEECQ225pZQ60PXQ60jE\)Q26Q60X.Q60XH5pZQ60tpXC2Q24Q60pw](http://www.nytimes.com/gst/betamail.html?URI=http://my.nytimes.com/&OQ=_rQ3D1&OP=2fd432f0Q2F5Q27XP5CtQ60XjHp5.Q60Q7DjEECQ225pZQ60PXQ60jE)Q26Q60X.Q60XH5pZQ60tpXC2Q24Q60pw)) tai BBC:n kotisivu (<http://www.bbc.co.uk/>)

RSS-syötteiden avulla käyttäjä voi personoidusti hakea esimerkiksi haluamaansa uutisaineistoa; kun aiemmin internetin käyttäjä meni uutisten luo, nyt uutiset tulevat lukijan luo (Hintikka 2008).

Laajemmin personoinnin mahdollisuus verkossa on liitetty yhteisöllistä verkkoa, web 2.0:aa, seuraavaan web 3.0:aan tai semanttiseen webiin, joka on yleistymässä vasta lähes 15 vuotta Negroponten kirjan julkaisemisen jälkeen. *Tietoviikko*-lehdessä haastateltu HP:n ylin teknologia- ja strategiajohtaja Shane Robinson arvioi, että internetin seuraava aalto liittyy personointiin: ”Palvelut tarvitsevat liittymäpintoja, jotka tuntevat käyttäjän; tietävät mitä tämä tekee ja missä hän on”. Käyttäjä saisi näiden tietojen mukaan räätälöityä täsmätietoa. (Ahokas 2007¹⁴; ks. myös Markoff 2006¹⁵.) Tätä esimerkiksi hakukoneyhtiö Google tekee jo nyt: ”Käytännössä kaikki, mitä teet Google-ohjelmilla, voidaan yhdistää jo sinuun” (Nieminen 2008).

Joukkoviestintävälineiden luonne voi muuttua personoinnin yleistymisen myötä. Negroponte (1996 (1995), 172-173) ennusti joukkoviestinnän kuolemaa arvioidessaan, että informaatioaikakauden jälkeisellä aikakaudella yleisön määrä on yleensä yksi, kun kaikki tuotetaan mittatilauksena ja tieto on erittäin yksilöllistettyä kohdistetun tiedottamisen tuloksena. Tapahtuisi todellisuuden yksilöllistyminen (emt., 173), ja tiedonvälitys muuttuisi digitaaliseksi erikoiskaupaksi (emt., 93).

Mikko Villin (2006, 112) mukaan “mediamaailma verkossa on (--) kuin iso tapas-pöytä, josta voi yksitellen poimia haluamansa herkut”. Havainto liittyy laajempaan ilmiöön, yhteiskunnalliseen yksilöllistymiseen (Fornäs 2006 (1999), 39). Ilmiö heijastuu myös perinteiseen mediaan kuluttamisen muutoksina. 4. maaliskuuta 2008 julkistetun Kansallisen Mediatutkimuksen mukaan lukijat ovat tulleet entistä valikoivimmiksi ja lehtiä kohdistetaan entistä tarkemmin. “Voisi sanoa, että aikakauslehdet ovat muuttumassa massamediasta entistä henkilökohtaisemmiksi”, kommentoi tutkimusta yksikön johtaja Jukka Helske TNS Gallup Oy:stä¹⁶. Tuoreemmassa 16. syyskuuta 2008 julkistetussa lukijamäärätutkimuksessa todetaan, että erityisesti rajatuille kohderyhmille tarkoitettujen lehtien määrä on kasvanut¹⁷. Samaan ilmiökenttään sijoittuvat myös televisio- ja radiokanavien määrän kasvu ja uusien kanavien suuntaaminen rajatuille vastaanottajaryhmille.

¹⁴ Lähde: http://www.tietoviikko.fi/doc.do?f_id=1248253 / haettu 11.2.2008 (ei haettavissa sivustolta enää 1.6.2009)

¹⁵ Lähde: http://www.nytimes.com/2006/11/12/business/12web.html?_r=1&scp=1&sq=markoff+web%203.0&st=cse&oref=slogin / haettu 29.3.2009

¹⁶ Lähde: http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT_Lukija_2007_tiedote.pdf / haettu 29.3.2009

¹⁷ Lähde: http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT_Lukijatiedote_Syky_2007-Kevat_2008.pdf / haettu 29.3.2009

2.3. Konvergenssi

Uusi teknologia on mahdollistanut konvergenssikehityksen. Mikko Villin (2006, 101) mukaan ”mediakonvergenssi voidaan määritellä viestintäjärjestelmien ja mediamuotojen yhdentymiseksi, lähenemiseksi, samankaltaistumiseksi tai ykseytymiseksi”. Viestintäjärjestelmien konvergenssissa eri mediamuotoja voidaan levittää samassa kanavassa, ennen kaikkea internetissä, tai samalla päätelaitteella, esimerkiksi matkapuhelimella, voidaan seurata useaa eri mediaa (emt., 101).

Graham Murdock (2000, 36-39) määrittelee konvergenssin kolmijaolla. Konvergenssi ilmenee a) ilmaisumuotojen yhdistymisenä ja sulautumisena toisiinsa multimediallisiksi tuotteiksi (*convergence of cultural forms*), b) viestintäjärjestelmien yhteenliittymisenä (*convergence of communications systems*) ja c) viestintäinstituutioiden toimimisena median eri kentillä ja yhdistymisinä toisten instituutioiden kanssa (*convergence of corporative ownership*).

Murdockin jaottelussa ilmaisumuotojen yhdistyminen ja sulautuminen toisiinsa liittyvät viestinnän eri ilmaisumuotojen – tekstin, kuvan ja äänen – nivomiseksi yhteen mediaan multimediaesityksiksi (Villi 2006, 105-106). Multimediaan liittyy vuorovaikutteisuutta, sillä käyttö edellyttää käyttäjältä yleensä aktiivisia valintoja, esimerkiksi navigointia sivulta toiselle (Herkman 2003, 153).

Viestintäjärjestelmien yhteenliittyminen on median ja mediasisältöjen teknologista yhteenliittymistä. Kun eri viestintämuodot – kirjoitettu teksti, kuva, puhe – voidaan digitalisoida, ne voidaan myös välittää samaa kanavaa pitkin aiempien erillisten kanavien – painetun lehden, television tai radion – sijaan. Konvergenssi kokonaisten viestintäjärjestelmien yhdentymisenä tapahtuu internetissä. Internet on muotoutunut eräänlaiseksi meta-mediaksi, joka imaisee sisäänsä vanhojen medioiden sisällöt. (Villi 2006, 107-108.)

Viestintäinstituutioiden yhteenliittyminen on näkynyt mediayhtiöiden fuusioitumisena monimediayhtiöiksi. Mediaomistus on keskittynyt yhä suuremmille ja harvemmille toimijoille; Suomessa esimerkiksi Sanoma-WSOY:n ja Alma Median leiriin. (Herkman 2003, 154-155.) Maailmanlaajuisesti mediayhtiöt ovat 1990-luvulta lähtien ketjuuntuneet monimediayhtiöiksi, kun aiemmin ketjuuntuminen tapahtui välineen mukaan joko sanomalehti-, radio- tai televisioyhtiöiksi. Ketjuuntuminen on usein myös ylikansallista. Merkittävin esimerkki tällaisesta ketjuuntumisesta on Rupert Murdochin *News Corporation*. (Deuze 2007, 143-145.)

Yhteenliittymistä tapahtuu myös ilman yritysfuusioita mediayritysten sisällöllisen yhteistyön kautta. Suomessa esimerkiksi Väli-Suomen Media julkaisee yhteistä sunnuntaisivustoa viidessä

sanomalehdessä, *Keskisuomalaisessa*, *Savon Sanomissa*, *Karjalaisessa*, *Ilkassa* ja *Pohjalaisessa*, ja yhtiöillä on yhteinen politiikan ja talouden toimitus Helsingissä *Turun Sanomien* kanssa.

Keskisuomalainen, Savon Sanomat ja Karjalainen vaihtavat päivittäin uutislistat, juttuja ja kokonaisia sivuja. Tiiviiseen yhteistyöhön on tulossa mukaan myös Lahdessa ilmestyvä *Etelä-Suomen Sanomat*. Myös useat muut suomalaiset sanomalehdet tekevät vastaavanlaista yhteistyötä.

Yhteistyön takia toimitusjärjestelmiä ja lehtien ulkoasuja integroidaan yhteen. Esimerkiksi Keskisuomalainen, Savon Sanomat ja Karjalainen tekivät marraskuussa 2003 yhteisen ulkoasu-uudistuksen, jota päivitettiin kolmen lehden yhteistyönä helmikuussa 2008. Kolmen maakunnallisen sanomalehden ulkoasu yhtenäistettiin, jotta kokonaisten sivujen vaihtaminen on vaivatonta.

Maailmanlaajuisesti on havaittu yhä harvempien journalistien tuottavan yhä harvemmista lähteistä uutisia yhä suuremmalle joukolle ihmisiä, koska kustannussäästöjen takia esimerkiksi ulkomaankirjeenvaihtajia on vähennetty (Deuze 2007, 158-159). Sisällöllisestä näkökulmasta konvergenssi on johtanut sisällöntuotannon keskittymisen, "äänten vähenemiseen" etenkin uutistoimitusten siirtyessä monimediatuotantoon, jolloin samaa aineistoa jaetaan eri kanaviin (Scott 2005, 104, 113, 115). Maailmanlaajuisen talouskriisin puhkeaminen syksyllä 2008 ja talouskriisin siivittäminen median ahdinko harventaa julkaisujen ja journalistien määrää edelleen (Luukka 2009). Väistämättömänä seurauksena on näkökulmien väheneminen eri uutistapahtumiin.

Konvergenssi on siis osaltaan johtanut median sisältöjen samankaltaistumiseen, institutionaalisesti sekä medioiden väliseen että sisäiseen uutiskoherenssiin, joskin kautta aikain eri mediat ovat seuranneet toisiaan ja tehneet uutisia samoista aiheista (Deuze 2007, 151-152). Kehitys on myös liitetty median kaupallistumiseen ja viihdyttämiseen, ns. tabloidisaatioon, jolla tarkoitetaan aiheiden käsittelyä mediassa kärjistäen, tapahtumien sitomista henkilöihin ja draaman rakentamista tiedonvälitykseen (Herkman 2003, 153). Ben Scott (2005, 114) on kyynisesti todennut, että mediassa tulee olemaan "enemmän rikoksia, seksiä, skandaaleja ja katastrofeja". Juha Herkman (emt., 153-154) on samansuuntaisesti pohtinut:

Pahimpien pelkojen mukaan skandaalihakuisuudesta tulee osa kaikkea journalismia, kun media tavoittelee yleisöjä ja mainostajia tekemällä sisällöistä aiempaa myyvämpää ja viihdyttävämpää. Koska myyvyyden ja viihdyttävyyden keinot, kuten dramatisointi, henkilökultti, nopeus ja pinnallisuus sekä visuaalisuus, jaetaan yleisesti, uskotaan että mediasisällöt samanlaistuvat.

2.4. Vuorovaikutteisuus

Tietoverkon suurin arvo ei ole sen sisältämässä tiedossa vaan siinä, että se antaa ihmisille yhteenkuuluvuuden tunteen.

Nicholas Negroponte (1996 (1995), 192)

Uuden median selkeimpänä vanhasta mediasta erottavana tekijänä pidetään verkon mahdollistamaa vuorovaikutteisuutta, jossa toteutuu www:n perustajan Tim Berners-Leen alkuperäinen ajatus read-write-webistä (Aula ym. 2006, 12; Gillmor 2006 (2004), 23).

Kirjoitettava web synnyttää uudenlaista informaatioympäristöä, joka on massamedian tuottamaan informaatioon verrattuna demokraattisempi, vuorovaikutteisempi, moniäänisempi, mutta myös meluisampi (Majava 2006, 90). Puhutaan jopa toisesta media-ajasta; ensimmäiselle oli tyypillistä viestinnän yksisuuntaisuus, toiselle vuorovaikutteisuus (Poster 1995, 3). Pekka Aula, Janne Matikainen ja Mikko Villi (2006, 13) tiivistävät *Verkkoviestintäkirjassa*:

Tähän asti viestintä on ollut enimmäkseen yhdeltä–monelle-viestintää tai yhdeltä–yhdelle-viestintää. Internet mahdollistaa nyt vaivattoman monelta–monelle- ja muutamalta–muutamalle -viestinnän. Olennainen ero internetin ja vanhempien joukkoviestimien välillä onkin siinä, että internetin kautta tavallinen ihminen voi viestiä, toisin kuin esimerkiksi television avulla. Internet toimii sekä joukkoviestinnän että keskinäisviestinnän välineenä. (Ks. myös Gillmor 2006 (2004), 26.)

Vuorovaikutteisuus on toki liittynyt viestintään kautta aikain – mikä voisi olla vuorovaikutteisempaa kuin kasvokkainen puhe. Vuorovaikutus on liittynyt myös mediavälitteiseen viestintään jo ennen uutta mediaa. Johan Fornäs (2006 (1999), 37-38) muistuttaa, että “jokainen media on jossakin määrin teknisesti ja kulttuurisesti “interaktiivinen”, sillä se kutsuu käyttäjänsä toimintaan, johon sisältyy vuorovaikutus paitsi median (--) ja sen käyttäjien välillä myös niiden yksilöiden kesken, jotka media yhdistää toisiinsa”.

Tästä näkökulmasta uuden median teknologia sisältää vain erilaisia vuorovaikutteisen käytön mahdollisuuksia, tosin näitä mahdollisuuksia radikaalisti parantaen. Interaktiivisuus on asettunut median vastaanottamisen ytimeen. (Emt., 38.)

Myös perinteiset tiedotusvälineet ovat pyrkineet uuden tekniikan avulla aktiivisesti luomaan vuorovaikutusta vastaanottajien suuntaan. Shayne Bowman ja Chris Willis (2005, 10) ovat erottaneet kolme tapaa, jolla tiedotusväline voi luoda siteen lukijoihin sekä lukijoiden ja

mainostajien välille – yhteisöllisyyttä pyritään hyödyntämään myös kaupallisesti. Ensimmäinen tapa perustuu perinteiseen broadcasting-malliin, jossa viestintä tapahtuu yhdeltä monelle. Laadukkaat sisällöt kohdennetaan suurelle yleisöjoukolla. Amerikkalaistutkijoiden esimerkkinä toimii *The New York Times*.

Toisessa eli interaktiivisessa tavassa yhdistyvät yhdeltä monelle -malli monelta monelle -malliin vuorovaikutuksellisen sisällön avulla. Yleisö voi osallistua broadcasting-mallia aktiivisemmin sisältöjen luomiseen osallistumalla keskusteluihin, kommentoimalla sisältöjä ja osallistumalla äänestyksiin ja kyselyihin. Esimerkkinä toimii *The New York Timesin* verkkosivusto *nytimes.com*¹⁸. (Emt., 10.)

Kolmannessa “sosiaalisen median” eli monelta monelle -mallissa luodaan aktiivisen osallistumisen mahdollistava tekninen ympäristö ja pidetään yllä tekijäyhteisöjä. Varsinaisen sisällön tuottavat yhteisöt. “Sosiaalisen median” mallissa median itsensä rooli muuttuu sisällöntuottajasta yhteisöllisyyden ja teknisen alustan ylläpitäjäksi. Bowmanin ja Willisin esimerkkeinä toimivat yhteisöllisesti tuotettava verkkotietosanakirja Wikipedia ja eteläkorealainen kansanjournalismisivusto *OhmyNews.com*¹⁹. (Emt., 10.)

Suomalaisia uutisverkkolehtiä hallitsee Bowmanin ja Willisin malleista toinen, mutta “sosiaalisen median” konseptiakin on yritetty tuoda mukaan. Yleisö voi esimerkiksi aloittaa keskusteluja omasta aiheesta ja kommentoida ja valvoa muiden aiheita, kommentoida julkaistuja juttuja, arvottaa julkaistuja juttuja, keskusteluja ja niihin liittyviä kommentteja, ehdottaa juttuaiheita, äänestää juttuaiheista, kommentoida tekeillä olevia juttuja, saada julkaisuun omia juttuja, kuvia ja videoita jne.²⁰ Internetin mahdollistaman vuorovaikutteisuuden kautta yleisö on siis saanut helpon mahdollisuuden vaikuttaa median uutisvalintoihin ja -painotuksiin.

Journalisteja ja uusmediatyöläisiä tutkineen Mark Deuzen (2007, 156) mukaan journalistit eivät enää toimikaan yksin portinvartijoina yleisön suuntaan.

¹⁸ <http://www.nytimes.com/>

¹⁹ <http://english.ohmynews.com/>

²⁰ Esimerkiksi <http://www.vartti.fi/etusivu>

2.5. Kuluttajasta tuottajaksi

Welcome to the convergence culture, where old and new media collide, where grassroots and corporate media intersect, where the power of the media producer and the power of the media consumer interact in unpredictable ways.

Henry Jenkins (2006, 2)

Verkon vuorovaikutteisuus mahdollistaa kuluttajan toimimisen tuottajana, jolloin puhutaan aiemmin kuvattuja (luku 2.3.) konvergenssin muotoja laajemmasta kulttuurisesta konvergenssista (Jenkins 2006). Jenkinsin (emt., 3) mukaan konvergenssissa on kyse ennen kaikkea tuottajan ja kuluttajan roolien sekoittumisesta: "Sen sijaan että puhumme median tuottajista ja kuluttajista erillisinä rooleina, meidän pitäisi nähdä heidät osallistujina, jotka ovat keskenään vuorovaikutuksessa säännöillä, jota emme vielä täysin ymmärrä". Jenkinsin huomio kulttuurisessa konvergenssissa kiinnittyy ennen kaikkea populaarikulttuuriin ja siihen, miten konvergenssi vaikuttaa yleisön, tuottajan ja sisällön välisiin suhteisiin (emt., 12).

Esimerkiksi Yhdysvalloissa 57 prosenttia internetiä käyttävistä nuorista teki itse sisältöjä verkkoon 2010-luvun puolivälissä. Aikuisista yhdysvaltalaisista internetin käyttäjistä kahdeksan prosenttia piti tuolloin omaa blogia ja 39 prosenttia ilmoitti seuraavansa blogeja. (Sirkkunen 2006, 140-141.) Suomessa kevään 2008 kyselyn mukaan viisi prosenttia yli 16-vuotiaista internetin käyttäjistä piti omaa blogia verkossa. 38 prosenttia puolestaan luki blogeja²¹.

Yleisön viestintä verkossa tapahtuu valtaosin ohi uutismedian. Internetin mahdollistama vertaismedia tarkoittaa sisältöjä, jotka syntyvät vapaaehtoisesti, tekijän tai yhteisön omista intresseistä käsin (Sirkkunen 2006, 139). Vertaismediaksi voidaan Sirkkusen (emt., 139) mukaan lukea riippumattomat, tavallisten ihmisten julkaisemat blogit ja niiden muodostamat verkostot, avoin tietosanakirja Wikipedia sekä muut vertaisverkossa syntyvät ja jaettavat sisällöt.

Yochai Benklerin (2006, 59-60, 63) mukaan vertaistuotannon perusta on avoimeen lähdekoodiin²² perustuva ohjelmistotuotanto, mikä ei toimiakseen ole riippuvainen markkinatilanteesta tai hierarkkisesta johtamistavasta. Muita vertaistuotannon muotoja Benklerin (emt., 69-81) mukaan

²¹ Lähde: http://www.stat.fi/til/sutivi/2008/sutivi_2008_2008-08-25_tau_001.html / haettu 30.3.2009

²² Avoimen lähdekoodin ohjelman käyttäjä saa käyttöönsä myös ohjelmakoodin ja voi sitä halutessaan muokata. Avoimen lähdekoodin ohjelmiston kehitys perustuu pääsääntöisesti vapaaehtoiseen kehitystyöhön. (http://fi.wikipedia.org/wiki/Avoim_lähdekoodi / haettu 30.3.2009)

ovat muun muassa kollektiivinen tiedon keruu (Wikipedia), yhteisöllisesti tuotetun materiaalin valikointi ja arvottaminen (Slashdot) sekä tiedon jakaminen (Project Gutenberg). Toisin kuin Jenkins, Benkler kiinnittää huomionsa viihteen sijaan ns. vakavan tiedon yhteisölliseen tuottamiseen (ks. myös Örnebring 2007, 6).

Benkler (2006, 59-60) näkee vertaistuotannossa uuden tuotantomallin, joka on hajaantunut, yhteistyöhön perustuva ja voittoa tavoittelematon. Kehitystä ennakoi jo 1990-luvulla Negroponte (1996 (1995), 213) visioidessaan, että verkko vertaismedian myötä mahdollistaa kollektiivisen viisauden, kun ”yhä useammat ihmiset tarjoavat aikaansa ja tietojaan internetissä ja tekevät siitä inhimillisen tiedon ja avun verkon”. Selvimmin kollektiivinen viisaus näkyy verkon mahdollistamissa avoimissa järjestelmissä, joissa kilpaillaan mielikuvituksen, ei toisen estämisen avulla (emt., 55). Optimistisen näkemyksen mukaan

seurauksena on useampia menestyviä yhtiöitä, kuluttajien suurempi valinnanvapaus sekä joustavammin muuttuva yritys-elämä, joka voi mukautua ja kasvaa nopeasti. Todella avoin järjestelmä on yleistä omaisuutta, jonka tarjoamalle pohjalle kuka tahansa voi rakentaa. (Emt., 55-56)

Esimerkki avoimesta järjestelmästä on itse internet. World Wide Webin luoja Tim Berners-Lee ei patentoinut keksintöään (Gillmor 2004, 12). Internetissä ”kukaan ei ole pomo ja kaikki osaset muuntuvat toistaiseksi ihailtavasti”, kirjoitti Negroponte vuonna 1995 (s.190). Internet on siis malliesimerkki hajaantuneesta järjestelmästä, jossa ei ole yhtä keskusta (palvelinta), vaan lukematon määrä hajaantuneita keskuksia, jotka toimivat verkossa solmuina (Lister 2003, 31).

Uuden median vuorovaikutteisuuden ja kuluttajan ja tuottajan roolien sekoittumisen ovat mahdollistaneet yksinkertaisten julkaisutyökalujen yleistymisen ja näiden sovellusten ympärille muotoutuneet toimintatavat internetissä (Majava 2006, 88). Useimmat julkaisutyökaluista, esimerkiksi blogialustat, perustuvat vertaistuotantoon ja ovat ilmaisia käyttäjälle.

Kirjoitettavan webin perustyökaluja ovat blogit ja wikit. Blogien perusidea on sisällön pilkkominen yksittäisiin, kronologisesti järjestettyihin merkintöihin, siten että tuorein merkintä on blogin etusivulla tai ylimmäisenä blogissa. Blogissa voidaan mahdollistaa merkintäkohtainen kommentointi, ja blogien ympärille voi syntyä sosiaalisia verkostoja hyperlinkkien välityksellä. (Emt., 88-89.)

Wikien peruseriaate on avata sivun sisältö kenen tahansa muokattavaksi siten, että aiemmat muokatut versiot tallennetaan. Wikit ovat kollektiivista sisällöntuotantoa, kun taas blogit ovat valtaosin individualistista sisällöntuotantoa (emt., 89; Benkler 2006, 218.)

Blogeja ja wikejä pidetään hyvin demokraattisena journalismin muotona. Jay Rosenin²³ mukaan blogien demokratisoivia piirteitä ovat muun muassa niiden syntyminen taloudellisen ja journalistisen vallan ulkopuolella, koska julkaisemisen kynnys on matala; julkaisemiseen riittää tietokone, internetyhteys ja blogiohjelma. Blogimaailmassa jokainen lukija voi olla myös kirjoittaja, ja kirjoittaminen tapahtuu enemmän toisille kirjoittajille kuin lukijoille. Blogit ovat myös kääntäneet uutisvirtaa: aiemmin uutiset virtasivat tiedotusvälineiltä yleisölle, nyt myös yleisöltä tiedotusvälineille. (Ks. myös Gillmor 2006 (2004), 29-30.) Yochai Benklerin (2006, 217) mukaan blogit ovat tuoneet verkon käyttäjät mukaan uutisrytmiin helpon päivitettävyytensä ansiosta. Viimeistellyn (journalistisen) lopputuotteen sijaan blogit edustavat kuitenkin keskustelua blogeihin sisältyvän vuorovaikutteisuuden eli kommentointimahdollisuuden ansiosta.

Wikit sen sijaan eivät vielä ole yleinen osa journalismia – tätä rajoittanevat ainakin tekijänoikeus- ja vastuukysymykset – joskin esimerkiksi Gillmorin (2006 (2004), 151) arvion mukaan wikeistä voisi editoituina tulla vakavasti otettava journalistinen resurssi. Tunnetuin wikeistä on verkossa yhteisöllisesti tuotettava tietosanakirja Wikipedia. Heinäkuussa 2008 avattu Allvoices.com-sivusto²⁴ on yksi ensimmäisiä wiki-pohjaisia uutissivustoja. Sivusto kerää uutisia automaattisesti valtamedialähteistä, mutta rekisteröityneet käyttäjät voivat lisätä niihin uutisia, blogikommentteja, valokuvia ja videoita. Allvoicesin perustaja ja toimitusjohtaja Amra Tareen on kertonut:

Aikana, jona perinteiset mediayhtiöt supistavat rankasti toimintaansa, tarve kansalaisten omalle raportoinnille on suurempi kuin koskaan. Uskomme, että malli, joka yhdistää käyttäjien tuottaman sisällön ammattilaisten ylläpitämiin uutislähteisiin, luo ensimmäisen todellisen ihmisten median. (Lehtniemi 2008.)

Kuluttajien osallistumisen varsinaiseen uutistuotantoon on mahdollistanut etenkin kameralla, videokuvausmahdollisuudella ja erilaisilla julkaisutyökaluilla varustettujen multimediapuhelimien yleistymisen (Koskinen 2006, 121). Esimerkiksi lintuinfluenssaepidemiasta ensimmäinen hälytys medialle tuli tekstiviestinä epidemia-alueelta hoitohenkilöstöltä (Gillmor 2006 (2004), 33, 47). Sittenkin jatkuvasti mukana kulkeva kamerakännykkä on – ainakin periaatteessa – mullistanut kansalaisten mahdollisuuden osallistua uutistoimintaan.

²³ http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2003/10/16/radical_ten.html / haettu 29.3.2009

²⁴ <http://www.allvoices.com>

Ihmiset voivat julkaista kamerakännyköillä otettuja kuvia ja videoita internetissä omilla sivuillaan tai uutisarvoiset kuvat voivat päätyä tiedotusvälineen sivulle; ensimmäinen Suomessa kännykkäkameralla julkisuuteen päätynyt kuva oli Turun pankkiryöstöstä vuonna 2002 (Koskinen 2006, 129). Maailmanlaajuisesti merkittävin rajapyykki kansanjournalismin tuomisessa osaksi uutisten valtavirtaa oli Lontoon metron pommi-iskut kesällä 2005. Britannian yleisradioyhtiö BBC sai pommi-iskuista muutaman tunnin sisällä 20 000 sähköpostia, 300 digitaalista valokuvaa, 1000 kuvaa tai videota sisältävää sähköpostia ja 3000 tekstiviestiä. Kansalaisten metrotunneleista ottamat kuvat pääsivät valtavirtajournalismin ytimeen, muun muassa *New York Timesin* ja *Washington Postin* etusivuille. (Emt., 130-131.)

Tätä nykyä jo suurimman osan yhtäkkisistä ja dramaattisista tilanteista otetuista kuvista arvioidaan olevan muiden kuin ammattilaisten ottamia, *Helsingin Sanomien* kuvatoimituksen esimies Markku Niskanen arvioi Riihimäen rakenteilla olleen matkakeskustyoimaan tulipalon (5.5.2008) jälkeen:

Riihimäeltä saamamme ensimmäiset lukijakuvat hätkähdyttivät. (...) Lähetimme kuvaajamme Riihimäelle sekä autolla että helikopterilla, mutta paikalle päästyä dramaattisimmat hetket olivat jo ohi. Siksi lukijakuvat päätyivät sekä HS.fi:n että paperilehden etusivuille. Otokset olivat teknisesti laadukkaita. (Niemi 2008.)

Lukijoilla on median piirissä yhä enemmän kysyntää myös "kansanjournalisteiksi" samalla kun "kansanjournalismisivustot" lähenevät valtamediaa:

Perinteiset toimitukset elävät epävarmoja aikoja. Kilpailu kovenee, internet luo paineita ilmaisen sisällön tuottamiselle ja nuoriso hylkää sanomalehdet. Pelastajaa toivotaan uutisyhteisöistä, joissa kansalaisjournalismi yhdistyy ammattimaiseen uutistuotantoon. (Lehtniemi 2008.)

Helsingin Sanomissa 19.7.2008 julkaistussa jutussa "Kaikki haluavat kansalaisjournalistin" siteerataan London School of Economicsin viestimiin keskittyneen ajatushautomon Polisin johtajaa Charlie Beckettia, jonka kehittämän verkostojournalismin mukaan amatöörit osallistuvat kaikkiin uutistuotannon vaiheisiin. Toimittajan tehtäväksi jää tällöin taustoittaminen ja keskustelun ohjaaminen. Beckett näkee verkostojournalismin ratkaisuksi tilanteeseen, jossa yleisö on koulutetumpaa kuin koskaan aiemmin, mutta jossa kilpailu heikentää ja pinnallistaa uutisointia. (Emt.)

2.6. Uusi julkisuustila

The networked public sphere is not made of tools, but of social production practices that these tools enable.

Yochai Benkler 2006, 219

Yochai Benkler kuvaa teoksessaan *The Wealth of Networks* (2006) uuden median kehityskulkua siirtymisenä teollisesta informaatiotaloudesta verkottuneeseen informaatiotalouteen. Oleellista muutoksessa on uudenlaisen, ennenkokemattoman julkisuustilan muotoutuminen.

Benklerin (emt., 1) mukaan informaation, tiedon ja kulttuurin tuottaminen ovat inhimillisen kehityksen peruspilareita. Yli 150 vuoden ajan modernit demokratiat ovat olleet laajasti riippuvaisia teollisesta informaatiotaloudesta informaation, tiedon ja kulttuurin tuottamiseksi. Teollista informaatiotaloutta leimaa informaation välittämiseen tarvittavien, paljon pääomia vaativien tuotantovälineiden, kuten esimerkiksi lehtipainon tai radio- ja tv-lähettimen, omistaminen (emt., 3-4, 185-196).

1900-luvun viimeisellä vuosikymmenellä tilanne alkoi kuitenkin muuttua, ja pääomia paljon sitovasta informaation tuotannosta ollaan Benklerin (emt., 1-3) mukaan siirtymässä uudenlaiseen, verkottuneeseen informaatioympäristöön, jossa yksittäisillä ihmisillä on huomattavasti aktiivisempi rooli kuin aiemmassa teollisessa informaatiotaloudessa. Muutoksen on mahdollistanut ennen kaikkea teknologisen ympäristön muutos, "internetvallankumous", joka on luonut uusia mahdollisuuksia informaation, tiedon ja kulttuurin tuottamiseen; näitä mahdollisuuksia on kuvattu aiemmissa alaluvuissa. Teknologisessa ympäristössä on Benklerin (emt., 212) mukaan tapahtunut kaksi perustavaa laatua olevaa muutosta: yksittäisellä ihmisellä on mahdollisuus osallistua informaation tuottamiseen, koska tuotantovälineet, tietokone ja internetyhteys, eivät vaadi suuria pääomia, eikä tuotanto ole keskittynyt harvoihin lähetyspisteisiin, vaan hajaantuneen arkkitehtuurin ansiosta jokainen tietokone verkossa voi toimia lähettimenä.

Uudenlaisessa teknologisessa ympäristössä ihmiset eivät siis informaation ja tiedon hankinnassa ole enää riippuvaisia massamediasta, mistä seuraa perinteisten tiedotusvälineiden vallan väheneminen (emt., 9, 186). Benklerin (emt., 10, 176, 247) mukaan massamediavälitteisestä julkisuustilasta ollaan siirtymässä verkottuneeseen julkisuustilaan, jollaisesta modernissa demokratiassa ei ole aiempaa esimerkkiä. Julkisuustilan Benkler määrittelee kansalaiskeskusteluksi yhteiskunnallisen toiminnan kanavoimiseksi (emt., 177-178).

Benklerin (emt., 176-177) hahmottelema uusi julkisuustila, internet ja verkottunut informaatiotalous, rakentuu alustalle, joka on keskittyneisyyden sijaan hajaantunut. Se on myös riippumaton sekä valtiollisesta että kaupallisesta kontrollista. Parhaimmillaan Benklerin hahmottelema uusi julkisuustila tarjoaa paikan kansalaisten yhteiskunnalliselle keskustelulle ja yhteiskunnan vahtikoirana toimimiselle. Teollistuneessa informaatiotaloudessa tällaista julkisuustilaa hallitsi massamedia “neljäntenä valtiomahtina” (emt., 185, 236).

Uudenlaisen julkisuustilan syntymiseen on vaikuttanut joukkoviestinnän kehitys 1900-luvulla paljon pääomia sitovaksi toimialaksi (emt., 186-188). Joukkoviestinnän tekninen, taloudellinen ja organisatorinen rakenne johti julkisuustilaan, jota kontrolloi pieni joukko ihmisiä, ja jonka valmiiksi hiotut tuotteet suunnattiin passiiviksi oletetuille kuluttajajoukoille. Viestintä oli leimallisesti yksisuuntaista suuntautuen keskukselta periferiaan. Yksilöiden välinen viestintä tyypistyi yhdeltä–yhdelle tai yhdeltä–muutamalle -viestintään. (Emt., 179-180.) Etenkin 1990-luvulla – internetin synnyn ja kasvun vuosikymmenellä – perinteiseen joukkoviestintään ilmestyi rappion merkkejä, kun demokraattisen journalismin julkisen palvelun missio korvautui taloudellisen voiton maksimoinnilla (Scott 2005, 90).

Internet uutena julkisuustilana sen sijaan tarjoaa Benklerin (2006, 180) mukaan kutsuja keskusteluun. Julkisuustilaa määrittäväksi tekijöiksi Benkler (emt., 182-185) listaa mielipiteiden universaalin sisäänoton, niiden suodattamisen ja arvottamisen keskustelun kautta yleiseksi mielipiteeksi sekä riippumattomuuden valtiollisesta kontrollista.

Sisäänotto

Perinteinen joukkoviestintä julkisuustilana on Benklerin (2006, 10-11, 197, 198-199, 209) mukaan epäonnistunut tarjoamalla yhteiskunnallisiin asioihin rajoitetun määrän näkökulmia. Sisäänotossa (*intake*) on hukattu suuri määrä informaatiota, kun professionaalinen journalismi on erotettu kuluttajien ei-professionaalista huomioista. Verkottuneessa julkisuustilassa sisäänottoon voi osallistua kuka tahansa tietokoneen ja internetyhteyden omistava (emt. 224).

Benklerin (emt., 233-234, 238) kirjaansa kokoaman kritiikin mukaan laaja sisäänotto voi johtaa informaation ylitarjontaan, jolloin oleellinen tieto hukkuu epäolennaiseen. Seurauksena olisi muun muassa keskustelun fragmentoituminen ja polarisoituminen jopa niin, ettei enää olisi mitään julkisuustilaa. Tällaisen vision on esittänyt Benklerin siteeraama Cass Sunstein kirjassaan

Republic.com. Toisaalta on myös osoitettu internetin olevan hyvin keskittynyt, jolloin pieni määrä sivustoja kerää suuren määrän linkkejä ja suuri osa sivustoista jää vaille huomiota.

Benklerin (emt., 242-243, 247-249) vastauksen mukaan pieni osa sivuista on hyvin suosittuja - mikä ratkaisee ylitarjonnan ongelman - mutta keskinertaisesti suosittuja sivustoja, jotka muodostavat verkostoja keskenään yleensä aiheen mukaan, on hyvin suuri määrä verrattuna perinteisten tiedotusvälineiden määrään, ja tätä kautta yhä useampi saa äänensä kuuluviin. Verkon arkkitehtuuri noudattaa ns. long tail -logiikkaa, jossa kysyntäkäyrä muodostaa pitkän hännän; kapeata ja korkeata huippua seuraa keskinertaisen kysynnän matala, mutta loppumattoman pitkä häntä (Anderson 2006; Benkler 2006, 243).

Keskenään samankaltaisten sivustojen verkostoituminen estää siis Benklerin (2006, 256) mukaan keskustelun fragmentoitumisen. Polarisoitumisen, samanmielisten keskustelemisen vain omissa lokeroissaan, estää taas tapa linkittää alkuperäislähteille, myös vastakkaisen näkemyksen (emt., 257).

Suurempi koko verkottuneeseen informaatiotalouteen julkisuustilana vaikuttava uhka on ylipäättään pääsy internetiin. Laajakaistaliittymät ja myös internetin perustyökalut, kuten esimerkiksi palvelintila, selaimet tai hakukoneet, voivat päätyä hyvin keskittyneeseen omistukseen. Benkler myöntää ongelman, mutta uskoo, että tietokoneiden alentuvat hinnat ja verkon avoin arkkitehtuuri estävät tällaisen keskittymisen. (Emt., 239-240.)

Suodattaminen ja arvottaminen

Perinteinen joukkoviestintä julkisuustilana on Benklerin (2006, 197, 199, 205) mukaan epäonnistunut sisäänoton lisäksi sisältöjen suodattamisessa. Etenkin kaupallisen median on houkuteltava mahdollisimman suuria yleisöjä, jolloin sisältöjen on nähty kehittyneen speksaakkeleiksi ennemmin kuin aidoksi poliittiseksi keskusteluksi, viihteeksi ennemmin kuin uutisiksi ja analyysiksi (emt., 197). Sisällöt määrittyvät laajan yleisön pienimmän yhteisen tekijän mukaan eli tarjotaan sitä, mikä kiinnostaa vähän jokaista, esimerkiksi uutisia julkkiksista ja rikoksista yhteiskunnallisen keskustelun sijaan. Sisällöt massamediaympäristössä ovat myös suurten kustannusten, professionaalisuuden, mainosrahoitteisuuden ja suurten uutistoimistojen syntymisen myötä samankaltaistuneet. (Emt., 188, 204-205, 208; ks. myös Scott 2005).

Lisäksi joukkoviestintävälineiden omistajien valta sisältöihin ja näkökulmiin on nähty liian suureksi (Benkler 2006, 197, 199-203). Valta on kasvanut median keskittymisen myötä; keskittymiseen taas

on vaikuttanut mediarytysten pääomia sitova luonne. Julkisuustilaa määrittävät enemmän ne, jotka ovat median sisässä, kuin ne, jotka jäävät sen ulkopuolelle (emt., 204). Parhaimmillaan ammattijournalistit tosin kykenevät toimimaan vahtikoiran roolissa ja tuomaan esille asioita, joihin kansalaiset eivät kykene, ja kaupallinen media laajalevikkisenä kykenee tehokkaasti nostamaan näitä asioita julkiselle agendalle. (Emt., 198.)

Verkossa vahtikoiran rooli on journalistien sijaan käyttäjillä. Varsinaista vahtikoiran roolia voivat hoitavat Benklerin (emt., 262-264) mukaan poliittiset blogit.

Järjestystä verkon kaaokseen luodaan puolestaan vertaisarvioinneilla, joilla sisältöjä suodatetaan ja arvotetaan. Vertaisarviointi perustuu ihmisten aitoon kiinnostukseen suodattamaansa asiaa kohtaan. Hyviksi arvioituja "solmuja" liitetään linkittämällä jo hyvin tunnettuihin verkon solmukohtiin, ytimiin. (Emt., 242-244, 249-250.) Malliesimerkki vertaisarvioinnista ja samalla myös keskittyneen uutistuotannon hajaantuneesta haasteesta on *Slashdot.org*²⁵, yhteisöllisesti tuotettu ja suodatettu teknologiapainotteinen uutissivusto (emt., 76-80). Sivustolla toteutettu uutisaineiston yhteisöllinen valikointi ja arvottaminen haastavat perinteisen uutistuotannon portinvartijuuden, jossa harvat ja valitut käyttävät valtaa ja suorittavat aineiston valikoinnin ja arvottamisen. Tosin on myös arvioitu, että näidenkin sivustojen, yhteisöllisten blogien, suodattamis- ja arvottamismalli lähenee massamediaa, jossa lopulta harvat ja valitut toimivat portinvartijoina (Haas 2005, 392-393).

Dialogi yleisen mielipiteen muodostuksessa

Perinteinen viestintä julkisuustilana ei Benklerin (2006, 199) mukaan ole houkutelut yhteiskunnalliseen keskusteluun journalististen tuotteiden loppuunhiotun luonteen ja viestinnän yksisuuntaisuuden takia. Julkisessa keskustelussa yleisöä ovat edustaneet median valitsevat keskustelijat; todellisuus mediassa on rakennettu vastakkainasetteluista (emt., 205, 209).

Näkemyksissään Benkler heijastelee amerikkalaista yhteiskuntaa, joka on voimakkaasti kahtiajakautunut demokraatteihin ja republikaaneihin (esim. Mykkänen 2008).

Massamediavälitteisessä julkisuustilassa yleisö pääsee keskustelemaan lähinnä suorissa talk show -tyyppisissä ohjelmaformaateissa (tai tosi-tv:ssä), joita Benkler (2006, 210) pitää poliittisen diskurssin irvikuvana, viihteenä, jossa lähinnä exhibitionistit pääsevät esille.

²⁵ <http://slashdot.org/>

Verkossa sen sijaan toimii valmiiksi hiottujen lopputuotteiden sijaan tutustu itse -kulttuuri. Pääsy alkuperäisiin dokumentteihin ja keskustelun mahdollisuus ovat uuden median ja uudenlaisen julkisuustilan keskeinen osa (emt., 228, 232-233).

Valtiollinen kontrolli

Benkler (2006, 197-198) myöntää, että perinteisellä kaupallisella joukkoviestinnällä julkisuustilana on myös etunsa: ne ovat irti valtiollisesta kontrollista autoritääristen maiden valtio-omisteisia tiedotusvälineitä lukuun ottamatta. Verkko hajaantuneen arkkitehtuurinsa ja kirjoitettavan webin ansiosta tekee valvonnasta vaikeaa myös autoritäärisissä maissa, joskin esimerkiksi Kiina on pystynyt tehokkaasti kontrolloimaan verkottunutta julkisuustilaa (emt., 212, 266-271).

2.6.1. Idealismi ja todellisuus

Perinteisen median ja sen vastapainoksi syntyneen vertaismedian erot voidaan tiivistää vastinpareihin (Sirkkunen 2006, 142-143):

keskittynyt rakenne — hajaantunut rakenne
professionalismi — amatööriys
sisältöjen omistaminen — sisältöjen vapaa jakaminen
faktapohjaisuus, neutraalius — avoin subjektiivisuus
asiantuntijat ja eliitit — ruohonjuuritaso

Vaikka perinteinen media ja vertaismedia näyttäytyvät ideaalimalleissa toisilleen vastakkaisina, eivät ne silti sulje toisiaan pois. Benklerin (2006, 9, 186) mukaan perinteinen media säilyy, mutta sen valta-asema pienenee verkon mahdollistaman uuden julkisuustilan myötä. Parhaimmillaan vertaismedia voi täydentää perinteistä mediaa ja korjata sen pahimpia puutteita julkisuustilana (emt., 211).

Ideaalimalleja voi tosin murentaa verkon arvaamaton kehitys. Esa Sirkkusen (2006, 154) mukaan

journalismin kohdalla negatiivinen visio on, että perinteisten medioiden tulorakenne rapautuu, laadukkaan työn resurssit pienenevät, journalistinen itsemääräämisoikeus kaventuu ja kuilu kansalaisten ja heidän arkielämän suuntaan alkaa kasvaa uudelleen. Verkkomaailman ja vertaismedian puolella negatiivinen kehitys merkitsisi sitä, että narsistinen minä-kulttuuri ja individualismi vahvistuvat yhteisöllisyyden kustannuksella, kansalaisuus fragmentoituu kuluttajuudeksi ja kaupalliset intressit sulauttavat vertaismedian ja sen ilmenemismuodot omaan toimintaansa.

Sirkkusen negatiivisen visiolla löytyy myös vahvistusta internetistä. Facebook-ilmiö voidaan yhteisöllisyyden ohella nähdä myös narsismin ilmentymänä. Myös blogit odotusten vastaisesti ovat sisällöltään valtaosin viihteellisiä – ainakin Suomessa (Mäkinen 2008). Sama havainto on tehty myös englantilaisen *The Sunin*²⁶ ja ruotsalaisen *Aftonbladetin*²⁷ verkkoversioiden yleisölähtöisestä materiaalista. Yleisön blogit käsittelevät enimmäkseen populäärikulttuuria tai henkilökohtaisia ja jokapäiväiseen elämään liittyviä aiheita. (Örnebring 2007, 19.) Suomalaisen Blogilista.fi -palvelun 50 suosituimmasta blogista valtaosan voi Esa Mäkisen (2008) mukaan luokitella viihteeksi:

Blogit eli verkkopäiväkirjat syntyivät vuosituhannen vaihteessa, ja ne löivät itsensä läpi vuoden 2004 paikkeilla. Tuolloin teknolähteyssaarnaajat povasivat blogeista haastajaa perinteiselle journalismille: sinnikkäät kansalaisjournalistit voisivat paljastaa ruohonjuuritasolla kaiken sen, mistä Yleisradion, STT:n ja Helsingin Sanomien kaltaiset valtamediat vaikenivat. Neljä vuotta myöhemmin näyttää siltä, että blogien lupaus ei täyttynytkään.

Siteeratusta *Helsingin Sanomien* jutussa Helsingin yliopiston viestinnän laitoksen yliopistonlehtori Heikki Heikkilä vahvistaa, että blogit ovat viihteellistyneet, eikä Suomessa ole syntynyt todellista tarvetta vakavan kansalaislähtöisen journalismin syntymiseen. Tarvetta eivät luo yksin välineet ja tietotaito. (Mäkinen 2008.)

Häivähdys blogien yhteiskunnallisesta potentiaalista tuli esille kuitenkin vuoden 2008 kunnallisvaalien alla. Kunnallisvaalit pääsivät median pääuutisagendalle vasta pari viikkoa ennen vaaleja, sillä suuret uutistapahtumat – Georgian sota, talouskriisi ja Kauhajoen koulusurmat – veivät median päähuomion. *Helsingin Sanomien* verkkosivulla omaa vaaliblogiaan pitänyt Unto Hämäläinen (2008) totesikin, että näissä vaaleissa vaalikeskustelu jakautui ensimmäisen kerran kahtia, kun lehdissä, radiossa ja televisiossa puhuttiin eri asioista kuin netissä. Hämäläisen (emt.) arvion mukaan

näissä kuntavaaleissa se (vaaliblogien merkitys) oli poikkeuksellisen suuri. Kun vanha media keskittyi kertomaan suurista maailmantapahtumista, vaalikeskustelua pystyttiin käymään ehdokkaiden blogeissa. Keskustelu jatkui vilkkaana elokuusta vaalipäivään saakka. Blogistanissa mikään aihe ei ole liian pieni.

Hämäläisen arvioista huolimatta sanomalehdet olivat kuitenkin suomalaisille ylivoimaisesti tärkein tietolähde äänestyspäätöksen teossa, ilmeni *Helsingin Sanomien* Suomen Gallupilla teettämästä

²⁶ <http://www.thesun.co.uk/sol/homepage/>

²⁷ <http://www.aftonbladet.se/>

tutkimuksesta. Huomioarvoista on kuitenkin, että alle 25-vuotialle internet oli tärkein tietolähde. (Astikainen 2008²⁸.)

Blogien ja yhtäläillä myös wikien demokraattista luonnetta voi ainakin periaatteessa vähentää se, että suuret mediayhtiöt ostavat näitä palveluita. Esimerkiksi Suomessa suomalaisia tai suomalaisiin aiheisiin liittyviä blogeja yhteen kokoava Blogilista.fi²⁹ siirtyi SanomaWSOY-konserniin 26.11.2007 uutisoidun kaupan myötä (Jaakola 2007³⁰). Toisaalta kunnallisvaalien 2008 alla *Uusi Suomi* -verkkolehti³¹ tarjosi kaikille ehdokkaille oman sivunsa blogialustaksi, ja tarjoukseen tartuttiin yli kunta- ja puoluerajojen (Hämäläinen 2008).

Blogien on myös nähty lähinnä myötäilevän aiheiltaan valtamediaa poimimalla aiheet mediasta ja käyttäen mediaa lähteenä. Myös linkit blogeista johtavat enemmän valtamediaan kuin vaihtoehtoisiin uutislähteisiin. (Haas 2005, 389-390.) Valtamedian tapaan valta blogimaailmassa keskittyy suosituimmille kirjoittajille, jotka toimivat mielipidejohtajina ja määrittelevät muiden blogien kirjoittajien agenda. Lisäksi useat ahkerasti linkitetyt blogikirjoittajat ovat ammattijournalisteja. (Emt., 391.) Haasin (2005, 394) mukaan blogit nykyisellään muistuttavat rakenteeltaan valtamedian rakennetta, ja valtamediasta noukituilla aiheillaan vain pönkittävät perinteisen median valtaa.

Perinteistä mediaa puutteistaan huolimatta pidetään yhä myös demokratian kulmakivenä. Etenkin sanomalehdistöä puolustavat äänenpainot ovat koventuneet syksyllä 2008 alkaneen maailmanlaajuisen talouskriisin myötä. Kriisi uhkaa etenkin sanomalehdistön olemassaoloa, koska sekä levikki- että ilmoitustulot ovat miltei romahtaneet vuoden 2008 loppupuolelta alkaen. Muun muassa *Helsingin Sanomien* nimekkäistä suomalaisista vaikuttajista kokoaman HS-raadin enemmistö (57%) arvioi sanomalehdistön ahdinon olevan uhka demokratialle. 35 prosenttia vastaajista sen sijaan ei pitänyt talouden taantumien ja verkkolehtien ilmaistarjonnan lehdille aiheuttamaa ahdinkoa vaarallisena kansanvallalle. (Räikkä 2009.)

²⁸ Lähde: <http://www.hs.fi/politiikka/artikkeli/Sanomalehti+äänestäjän+tärkein+tietolähde+kuntavaaleissa/1135240527115> / haettu 12.4.2009

²⁹ <http://www.blogilista.fi/>

³⁰ Lähde: <http://www.taloussanomat.fi/markkinointi/2007/11/26/Sanoma+osti+Blogilistan+Alex+Niemiselt+%E4/200729916/110> / haettu 16.3.2009

³¹ <http://www.uusisuomi.fi/>

2.7. Internetin käyttö

Uuden, digitaalisen median ilmaantuminen perinteisen rinnalle selittyy tietokoneiden ja internetin käytön nopealla yleistymisellä (Negroponte 1996 (1995), 11-12). Myös Benklerin kuvaaman verkottuneen julkisuustilan syntyminen edellyttää laajalle levinnyttä internetin käyttöä.

Tilastokeskuksen haastattelututkimuksen mukaan keväällä 2008 83 prosenttia 16–74-vuotiaista suomalaisista käytti internetiä. 80 prosentilla internetin käyttäjistä käyttö oli päivittäistä tai lähes päivittäistä³².

Vuoden 2008 alussa nopean internet-yhteyden mahdollistava laajakaista oli 34,6 prosentissa suomalaistalouksista; luku on toiseksi korkein Euroopassa Tanskan 35,6 prosentin jälkeen. Yhdysvalloissa laajakaistan levinneisyys oli tuolloin 22,1 prosenttia. (Sipilä 2008.)

Internet jakaa käyttäjät voimakkaasti sukupolvien mukaan. Alle 40-vuotiaista melkein kaikki käyttävät internetiä, mutta yli 60-vuotiaista vain noin neljä kymmenestä³³. Niin Suomessa kuin muissakin läntisissä teollisuusmaissa lapset selittävät kotitietokoneen ja internetyhteyden hankintaa. Lapsiperheet ovat tietotekniikan käyttöönotossa edelläkävijäryhmä. (Nurmela 2006, 50, 52-53.) Juha Herkman ja Miika Vähämaa (2007, 30) toteavatkin kartoitettuaan suomalaista mediamaisemaa ja -tutkimusta, että

erot nuorempien ja vanhempien sukupolvien mediakäytössä ovat tiettyjen viestintävälineiden kohdalla niin suuria, että voidaan puhua jopa sukupolvien välisestä kuilusta. Viestintäteollisuuden lienee syytä varautua suuriin rakenteellisiin muutoksiin tulevaisuudessa. Elleivät nuoret sosiaalistu edellisten sukupolvien tavoin painettujen lehtien lukemiseen ja perinteiset mediatilat ota huomioon nuorten suuntautumista verkkoviestintään, rakennemuutos voi olla monelle perinteisen median liiketoimijalle kivulias.

Internetin käyttötarkoituksista sähköposti (90% ilmoitti käyttävänsä), tavaroita ja palveluita koskeva tiedonhaku (88%) ja pankkiasioiden hoitaminen (87%) ovat suosituimpia (kuvio 1 sivulla 24). Myös perinteisten medioiden seuraaminen verkossa yleistyy koko ajan. Keväällä 2008 verkkolehtien lukeminen oli viidenneksi suosituin internetin käyttötarkoituksista; 69 prosenttia internetin käyttäjistä ilmoitti lukevansa verkkolehtiä internetissä³⁴. Kolme vuotta aikaisemmin

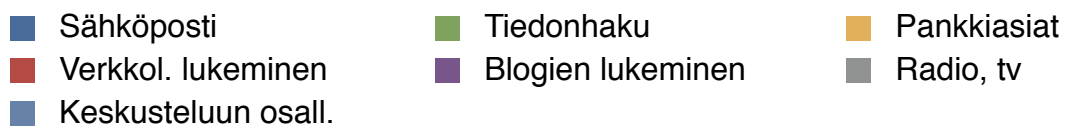
³² Lähde: http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2008/sutivi_2008_2009-04-27_tie_002_fi.html / haettu 12.5.2009

³³ Lähde: http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2008/sutivi_2008_2008-08-25_kuv_005.html / haettu 8.9.2008

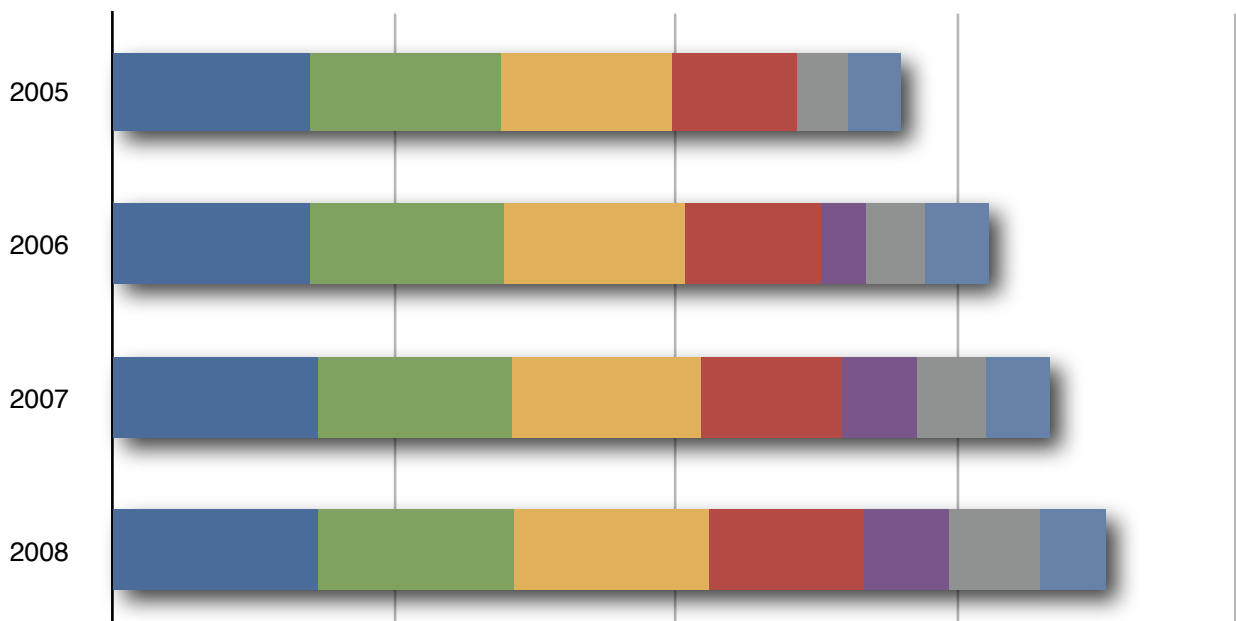
³⁴ Lähde: http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2008/sutivi_2008_2008-08-25_tau_001.html / haettu 8.9.2008

vastaava luku oli 56 prosenttia (Nurmela 2006, 62). Eniten verkkolehtiä lukevat 25-44-vuotiaat, kun taas lähes kaikki 45 vuotta täyttäneet lukevat sanomalehtiä hyvin säännöllisesti³⁵.

Blogeja ilmoitti lukevansa keväällä 2008 38 prosenttia internetin käyttäjistä, mutta luovansa tai ylläpitävänsä vain viisi prosenttia; vielä vuonna 2005 blogeja ei mainittu ollenkaan (Nurmela 2006, 62). Viestien kirjoittamiseen keskustelupalstoille tai uutisryhmiin osallistui 30 prosenttia internetin käyttäjistä, kun vuonna 2005 osuus oli 24 prosenttia (emt., 62). Internetin kautta radiota kuunteli tai televisiota katseli keväällä 2008 40 prosenttia, selainpohjaisia uutispalveluita tilasi 23 prosenttia ja jonkin verkkojulkaisun tai uutispalvelun tilasi 14 prosenttia internetin käyttäjistä³⁶.



Kuvio 1: Internetin käyttötarkoituksia 2005-2009, osuus internetin käyttäjistä



Lähde: Tilastokeskus

Tämän tutkimuksen aineistonkeruuviikolla 5/2008 Suomen 10 suosituimman verkkosivuston joukossa oli viisi perinteisen median edustajaa: Iltalehti, Ilta-Sanomat, MTV3, YLE ja Helsingin

³⁵ Lähde: http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2008/sutivi_2008_2009-04-27_tie_002_fi.html / haettu 12.5.2009

³⁶ Lähde: http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2008/sutivi_2008_2008-08-25_tau_001.html / haettu 6.4.2009

Sanomat. Tilanne oli näiltä osin muuttumaton myös vuoden kuluttua viikolla 5/2009³⁷.

Sanomalehtien Liiton selvityksen mukaan yhä useampi suomalainen sanomalehti myös on verkossa. 164 sanomalehteä julkaisi uutisia verkossa vuoden 2008 alussa, kun vuotta aikaisemmin määrä oli 152. Sanomalehdistä 60 julkaisee verkossa myös näköislehteä eli paperilehden digitaalista kopiota. Sanomalehtien liittoon kuuluu noin 200 lehteä³⁸.

Verkkolehtiä on viime vuosina myös uudistettu ahkerasti; tämän tutkimuksen otoksen seitsemästä verkkolehdestä täydellisen muodonmuutoksen ovat kokeneet vuoden 2006 syksyllä *Taloussanomat* ja vuoden 2007 syksyllä *Keskisuomalainen*. *Helsingin Sanomien* verkkojulkaisu uusittiin joulukuussa 2008. Täysin uutena julkaisuna aloitti vain verkossa ilmestyvä *uusisuomi.fi*. 10. lokakuuta 2007. Suurimman muutoksen on kokenut *Taloussanomat*, jonka siirtyi pelkästään verkossa julkaistavaksi talousmediaksi 1.1.2008 ja on jo siirtymänkin jälkeen kertaalleen uusiutunut. Toukokuussa 2009 Sanoma News päätti sulauttaa *Taloussanomien* verkkotoimituksen *Iltä-Sanomien* verkkotoimitukseen (Kalliopää 2009).

Suomalaiskansallisena erikoispiirteenä voidaan pitää edelleen – internetistä huolimatta – painoviestinnän suurta merkitystä mediamarkkinoilla. Suomalaiset lukevat paljon sanoma- ja aikakauslehtiä sekä kirjallisuutta (Herkman & Vähämaa 2007, 17). Kansallisen Mediatutkimuksen *Lukija 2008* -tutkimuksen mukaan painettujen lehtien lukeminen kasvoi puoli prosenttia³⁹.

Yochai Benklerin hahmotteleman uudenlaisen verkottuneen julkisuustilan kannalta tilanne ainakin Suomessa on tilastojen valossa ongelmallinen. Internetin käyttö jakaantuu vahvasti iän mukaan, jolloin iäkkäämpi väestönosa putoaisi verkottuneen julkisuustilan ulkopuolelle. Myöskään internetin käyttö ei vielä tue verkottunutta julkisuustilaa. Perinteisen median käyttö internetin kautta on edelleen hyvin runsasta, ja uudenlaisen julkisuustilan luominen esimerkiksi blogien kautta on vasta pienen vähemmistön harrastus. Tässä suhteessa Suomi tulee vielä vuosikausia esimerkiksi Yhdysvaltoja jäljessä. Yhdysvaltoja voidaan tosin pitää esimerkiksi verkkojournalismissa edelläkävijämaana (esim. Quandt 2007, 3; Scott 2005).

³⁷ Lähde: <http://www.gallupweb.com/tnsmatrix/> viikko 2008/5. 10 suosituinta olivat tässä järjestyksessä Iltalehti, Iltä-Sanomat, MTV3, Suomi24.fi, MSN/Windows Live Messenger, YLE, Helsingin Sanomat, IRC-Galleria, MSN.fi ja Windows Live Hotmail. TNS-Metrixin mittauksessa ovat mukana verkkosivustot, jotka ovat mittauspalvelun ostaneet.

³⁸ Lähde: http://www.sanomalehdet.fi/index.phtml?1620_m=1622&1620_o=60&s=1125 / Verkkolehtien määrä kasvanut (14.1.2008) / haettu 6.4.2009

³⁹ Lähde: http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT_Lukijatiedote_2008.pdf / haettu 6.4.2009

3. Agendatutkimus

Good journalism is more than just telling a good story. It is about telling stories that contain significant civic utility. The agenda-setting role of the mass media links journalism and its tradition of storytelling to the arena of public opinion.

Maxwell McCombs (2004, xiv)

Uuden median ja siihen liittyvän teorian eläessä ja hakiessa muotoaan ovat agenda-setting- eli päiväjärjestystutkimustradition juuret vankasti perinteisen median puolella 1960–1970-luvuilla, ajalla, jolloin joukkoviestintä oli leimallisesti yksisuuntaista ja julkisuustila massamediavälitteinen, koska internetin kaltainen vuorovaikutuksellinen julkaisuväline puuttui.

Agenda-setting -tutkimustraditio syntyi yhdysvaltalaisesta Mass Communication Research (MCR) -perinteestä 1960-luvun lopussa. MCR-perinne kriisiytyi muun muassa kritiikistä, joka suunnattiin tutkimussuuntauksen vaikutustutkimusta ja sen pohjalta luotua rajallisten vaikutusten mallia kohtaan (Pietilä 2007 (1997), 190-191). MCR-perinteessä oli etsitty joukkoviestinnän suoria vaikutuksia yleisöön, eikä sellaisia juurikaan löydetty. Monet tutkijat, joista useat olivat entisiä toimittajia, olivat kuitenkin vakuuttuneita siitä, että joukkoviestinnällä on vaikutusta vastaanottajiin, mutta ne ovat epäsuoria. (Dearing & Rogers 1996, 12-14; McCombs 2004, 4.)

Vaikutukseen uskoneet kriitikot korostivat joukkoviestinnän merkittävää vaikutusta kahden teoreettisen idean pohjalta, joista toinen oli ns. päiväjärjestystutkimus (*agenda-setting-research*) ja toinen ns. hiljaisuuden spiraali⁴⁰ (Pietilä 2007 (1997), 191-192). Agenda-setting-tutkimussuuntauksessa oletettiin alun perin, että tiedotusvälineiden näkyvästi esiin nostamat aiheet alkavat askarruttaa kansalaisia, joskaan viestimet eivät välttämättä vaikuta siihen, minkä asenteen kansalaiset esille nousseisiin asioihin ottavat (Dearing & Rogers 1996, 12; McCombs & Shaw 1972, 177; McQuail 2007 (2005), 512-513; Pietilä 2007 (1997), 191). Agenda-setting on läheistä sukua myös muun muassa portinvartijuus-tutkimukselle, jossa huomio kiinnittyy uutisvalintoihin ja niihin vaikuttaviin tekijöihin uutisorganisaatiossa (Dearing & Rogers 1996, 15-16; McCombs 2004, 86).

⁴⁰ Hiljaisuuden spiraali -ajatus kehittyi 1970-luvun alussa Länsi-Saksassa. Sen mukaan yksilöillä on taipumus pitää joukkoviestinnän kannanottoja viitteinä siitä, mitä mieltä ihmiset ovat asioista. (Pietilä 2007 (1997), 192.)

3.1. Tutkimustradition synty

Termin agenda-setting (päiväjärjestys) esittelivät ensimmäisen kerran vuonna 1972 Maxwell McCombs ja Donald Shaw *Public Opinion Quarterly* -lehdessä julkaistussa artikkelissaan *The agenda-setting function of mass media* (Dearing & Rogers 1996, vii, 6). Tutkimus juontaa juurensa vuoteen 1967, jolloin joukko tutkijoita pohti, miten *The Los Angeles Times* -lehden etusivun uutispainotukset vaikuttavat tapahtuman merkittävyyteen. Pohdinta johti edellä mainittuun Chapel Hill -tutkimukseen. Termi "agenda-setting" muovautui tutkimuksen ohessa vuonna 1968 (McCombs 2004, ix-xi, 4).

McCombs määrittelee agenda-settingin prosessiksi, jossa tiedotusvälineet valinnoillaan ja esitystavoillaan pystyvät vaikuttamaan uutisaiheiden merkittävyyteen sekä kiinnittämään yleisön huomion näihin merkittävinä pitämiinsä asioihin. Vasta kun jokin asia saadaan yleisön tietoisuuteen, siitä voi muodostaa mielipiteitä (emt., 1-2). Asioiden esiin nostaminen on siis edellytys julkisen mielipiteen muodostumiselle.

McCombs ja Shaw (1972, 177-180) tutkivat ensimmäisessä agenda-tutkimuksessa median kykyä kiinnittää kansalaisten huomiota vaalikampanjasta esiin nostettuihin asioihin Yhdysvaltain vuoden 1968 presidentinvaalikampanjan aikana. Tutkijat haastattelivat esitutkimuksen jälkeen sata Chapel Hillin äänestysikäistä asukasta, jotka eivät vielä olleet valinneet ehdokastaan. Tutkivat selvittivät, mitä haastateltavat pitivät vaalikampanjan keskeisimpinä asioina, ja mitä haastateltavien ulottuvilla olevan median – yhteensä yhdeksän sanomalehden, aikakauslehden ja television uutislähetysten – välittämä sisältö sisällönanalyysin perusteella kampanjasta oli. Tulosten väliltä he etsivät tilastollisia riippuvuuksia.

Tutkimuksen hypoteesina oli oletus, että joukkoviestimet määrittelevät poliittisten kampanjoiden asioiden tärkeysjärjestyksen vaikuttaen siten siihen, miten merkittävinä näitä asioita pidetään. (Emt., 177.) McCombs ja Shaw (emt., 180-184) huomasivat, että medially oli merkittävä vaikutus siihen, mitä haastateltavat pitivät vaalikampanjan tärkeimpinä asioina. He myös huomasivat, että eri mediat painottivat uutisia varsin samankaltaisesti, tosin siten, että yhdenmukaisuus oli suurempi samanlaisten välineiden, esimerkiksi sanomalehtien, sisällä kuin erilaisten välineiden, esimerkiksi sanomalehtien ja aikakauslehtien, välillä. Johtopäätöksensä tutkijat totesivatkin, että tutkimustulos vahvistaa oletusta, joskaan ei vielä todista, joukkoviestimien agenda-setting-tehtävästä.

Tutkimus oli paradigmaattinen agenda-setting-tutkimustradition kannalta, ja sitä on pidetty myös yhtenä monista tiedotustutkimuksen kulmakivistä (DeFleur 1998, 89; Dearing & Rogers 1996, 12). Paradigman edeltäjiä olivat muun muassa Robert E. Park, Walter Lippmann ja Bernard Cohen. (Dearing & Rogers 1996, 10.) McCombs (2004, 3; 2005, 552) pitää Lippmannia teorian ideologisena isänä. Lippmannin kuuluisan *Public Opinion* -teoksen (2004, 1922) ensimmäisen luvun otsikko *The World Outside and the Pictures in Our Heads* tiivisti agenda-setting-tutkimuksen perusidean: tiedotusvälineet ovat ikkunamme välittömän kokemuksen ulkopuolella olevaan maailmaan, ja siksi ne raamittavat maailmankuvaamme. Julkinen mielipide syntyy pseudo-ympäristöistä, joita tiedotusvälineet luovat. (McCombs 2004, 3, 21.) Kysymys on siis rakennetusta julkisuudesta, mikä on leimallista luvassa 2.6. kuvatulle massamediavälitteiselle julkisuustilalle.

McCombsin ja Shawn tutkimus raamitti alkuvaiheen agenda-setting-tutkimusta, jossa yleisön agendaa tutkittiin haastattelututkimuksin ja median agendaa sisällönanalyysillä. Kun median ja yleisön agendojen väliltä etsittiin kausaalisuhteita, median agendan piti edeltää yleisön agendaa (McCombs 2004, 9-10, 16-17); lähtökohtaisena teoreettisena oletuksena siis oli, että media asettaa yleisön agendan (emt., 5; Dearing & Rogers 1996, 5). Yksittäisissä pitkittäistutkimuksissa tuli tosin esille, että myös yleisön agenda voi edeltää median agendaa (McCombs 2004, 14).

3.2. Käsitteitä ja teoriaa

McCombs siis määritteli alunperin Chapel Hill -tutkimuksessa agenda-settingin jonkin asian merkittävyyden siirroksi tiedotusvälineiltä yleisölle. Agenda-setting-tutkimustraditiota 1970-luvulta 1990-luvun alkupuolelle kartoittaneet James W. Dearing ja Everett M. Rogers (1996, 1-2) näkivät päiväjärjestysprosessin (*agenda-setting process*) kilpailuksi, jossa eri asioille pyrittiin saamaan niin median, yleisön kuin poliittisen eliitinkin huomio. Heidän mukaansa agenda-setting tarjoaa selityksen sille, miksi demokraattisissa yhteiskunnissa joistakin asioista on saatavilla tietoa ja joistakin ei, miten julkinen mielipide muodostuu, ja miksi jotkut asiat saavat poliittista huomiota ja jotkut eivät. Määritelmä on syntynyt leimallisesti massamediavälitteisessä julkisuustilassa.

Agenda-setting-termin lisäksi tutkimustraditiossa keskeisiä termejä ovat agenda (*agenda*), millä tarkoitetaan joukkoa asioita, jotka esitetään tärkeysjärjestyksessä tietyllä hetkellä (Dearing & Rogers 1996, 2).

Asia (*issue*), joka nousee agendalle, koskee yleensä jotakin sosiaalista ongelmaa ja sisältää useimmiten ristiriidan. Julkisuus asialle tulee käsittelystä joukkoviestimissä. Agenda-setting on näin

nähtynä poliittinen prosessi, jossa asialle saadaan huomiota. Huomio voi johtaa toimintaan asian suhteen (emt., 3); tosin jo ensimmäisessä Chapel Hill -tutkimuksessa tuli esille, että vain kolmannes analysoiduista uutisaiheista koski (poliittista päätöksentekoa vaativia) asioita. Agendalle nousivat yhtälailla tapahtumat, vaalikampanjat ja ehdokkaat. McCombs (2004, 68-69) nimeää agenda-tutkimuksen havaintoyksikön objektiksi (*object*), joka voi siis olla muukin kuin julkisessa käsittelyssä oleva yhteiskunnallinen ongelma.

Asian kannattaja (*issue proponent*) on asiaa agendalle ajava henkilö tai ryhmä; se voi olla myös tiedotusväline itse (Dearing & Rogers 1996, 3).

Merkittävyys (*salience*) kuvaa asian tärkeyttä agendalla. Dearingin ja Rogersin (emt., 8) mukaan jonkin asian merkittävyyden muutos median, yleisön tai politiikan agendalla on agenda-tutkimuksen ydintä.

Agenda-tutkimuksessa on myös voitu verrata median esille nostamia asioita tilastollisiin indikaattoreihin (*real-world indicator*), joilla on mitattu jonkin asian medianäkyvyyttä suhteessa asian esiintymiseen todellisuudessa (emt., 7).

Niin ikään agenda-tutkimuksessa kiinnostuttiin määreistä (*attributes*), joilla jotakin asiaa kuvataan. Tällöin agenda-tutkimus laajeni asioiden merkittävyyden siirrosta asiaan liittyvien arvioiden siirtoon agendalta toiselle. Median nähtiin siis myös muokkaavan mielipiteitä asioista. (McCombs 2004, 70-71, 78.)

Monet asiat kilpailevat sekä median että yleisön agendalle pääsystä. Yleensä sekä median että yleisön agendalle on mahtunut vain muutamia asioita kerrallaan. Agenda-tutkimuksen alkuvaiheessa huomio kiinnittyi yleisön agendan niukkuuteen; agendalle mahtui kerrallaan 5–7 asiaa. Median agendan niukkuus selittyi perinteisen median, sanomalehtien ja tv-uutisten, rajoitetulla palstatilalla ja lähetysajalla. (McCombs 2004, 38; Dearing & Rogers 1996, 66.) Yksilölliset erot kuitenkin vaikuttavat yleisön agendan laajuuteen; esimerkiksi koulutuksella ja agendan laajuudella havaittiin positiivinen yhteys. Lisäksi yleisön agendan havaittiin laajentuneen ja agendan muutosten nopeutuneen 1960–70-luvuilla verrattuna toisen maailmansodan ja 60-luvun väliseen aikaan. (McCombs 2004, 39-41.) Agendan laajuuteen vaikuttaa luonnollisesti myös saatavilla olevien tiedotusvälineiden määrä (emt., 51).

Tiedotusvälineet välittävät jonkin asian tärkeyttä yleisölle yleensä toiston kautta. Kun jotakin asiaa toistetaan usein ja myös useat eri mediat toistavat sitä, asian merkittävyys korostuu (Dearing &

Rogers 1996, 62; McCombs 2004, 47). Asian merkittävyyteen vaikuttavat myös *priming*, jonkin asian korostaminen toisten kustannuksella, sekä *framing*, asian joidenkin puolien korostaminen. Tällöin vaikutetaan jo siihen, miten asiasta ajatellaan, ei pelkästään siihen, mitä asioita ajatella. (Dearing & Rogers 1996, 63-64; McCombs 2004, 86-97.) McCombsin (2004, 97) mukaan - ironista kyllä – mielipiteitä muokkaavan agenda-tutkimuksen myötä palataan tiedotustutkimuksen yhdysvaltalaisille juurille 1940- ja 50-luvuille, jolloin joukkoviestinnästä etsittiin asenteita ja mielipiteitä muokkaavia tekijöitä, joskaan niitä ei juurikaan löydetty.

Yleensä asian merkittävyyden siirto median agendalta yleisön agendalle kesti muutamia viikkoja (McCombs 2004, 43-45). Aikajanelle asetettuna agenda-setting puhtasoppisimmillaan nähtiin nelivaiheisena prosessina, jossa tosielämän indikaattorit edelsivät – joskaan eivät määränneet – median agenda, median agenda edelsi yleisön agenda, ja nämä kaikki edelsivät politiikan agenda (Dearing & Rogers 1996, 68).

Median agendan vaikutuksen yleisön agendaan havaittiin voimistuvan sitä enemmän, mitä suurempi yleisön luottamus median uskottavuuteen on ja mitä runsaampaa median käyttö on. Yleisön läheisyys jotakin asiaa kohtaan, esimerkiksi oma työttömyys, kuitenkin nostaa asian yleisön agendassa ohi median agendan. Yleensäkin median agendan vaikutus asioihin, joista on omakohtaista kokemusta, oli vähäisempää kuin asioihin, joista ei ole omakohtaista kokemusta. (Dearing & Rogers 1996, 51-52, 62; McCombs 2004, 60-66.)

Agenda-settingiä ylipäättänsä selittää McCombsin (2004, 53-60) mukaan ihmisten tarve sopeutua. Sopeutumiseen liittyvät merkityksellisyys ja epävarmuus. Jos asian merkitys ja epävarmuus asian suhteen ovat suuria, tukea haetaan esimerkiksi tiedotusvälineistä. Jos taas asian merkitys on suuri, mutta epävarmuus asian suhteen pieni, tiedon hankinnassa ei tarvitse välttämättä nojautua esimerkiksi tiedotusvälineisiin; tänä päivänä tietoa haetaan täsmähakuna internetin hakukoneiden avulla, onhan tiedonhaku internetin suosituimpia käyttötarkoituksia (luku 2.7).

Sopeutumisen tarve selittää sen, että pelkkä asian runsas esilläolo mediassa ei vielä välttämättä nosta sitä yleisön tärkeinä pitämiensä asioiden joukkoon. Amerikkalaisena esimerkkinä toimii Lewinsky-Clinton -skandaali 1990-luvun lopulla. Skandaali suhteesta läpäisi laajalla skaalalla median agendan, mutta se ei noussut yleisön agendalla merkittävien yhteiskunnallisten asioiden joukkoon, koska asian merkityksellisyys ei ollut sitä luokkaa. Ennemminkin skandaali ja sen seuraaminen koettiin viihteenä. (Emt., 59; Williams & Delli Carpini 2004, 1223).

Agenda-setting-prosessin seurauksena on McCombsin (2004, 122-132) mukaan lopulta asenteiden ja mielipiteiden muodostuminen ja näiden vaikutukset käyttäytymiseen jotakin asiaan kohtaan. Tässä prosessissa tiedotusvälineillä on agenda-setting-teorian mukaan ratkaiseva rooli.

Teoria vaikutuksesta on herättänyt myös kritiikkiä. Esimerkiksi Denis McQuailin (2007 (2005), 512-513) mukaan ei ole voitu sittenkään pitävästi todistaa kausaalista yhteyttä eri agendojen, esimerkiksi median ja yleisön agendojen, välillä. Tällaisen yhteyden todistaminen vaatisi asetelmaltaan mahdottoman tutkimusprosessin. Esimerkiksi se, miten jokin asia nousee yleisön agendalle, vaatisi McQuailin mukaan (emt.) poliittisten puolueiden ohjelmien tuntemisen, näyttöä yleisön mielipiteen muutoksesta sekä analyysia median sisällöistä asian suhteen. Näyttöä pitäisi olla myös muun muassa yleisön median käytöstä sekä muistakin muuttujista, jotka ihmisten mielipiteisiin voivat vaikuttaa.

3.3. Median, yleisön ja politiikan agendat

Agenda-tutkimuksessa on erotettu kolme tutkimustraditiota: yleisön agendan, politiikan agendan ja median agendan tutkimus. Yleisön agendatutkimuksessa keskiössä on asioiden tärkeysjärjestys yleisön agendalla ja se, miten media vaikuttaa yleisön agendaan; Chapel Hill -tutkimus käynnisti tämän tradition. Poliitiikan agendatutkimuksessa on pohdittu, miten asia nousevat politiikan agendalle, muun muassa miten tiedotusvälineet vaikuttavat politiikan agendaan. Median agendatutkimuksessa huomio on kiinnittynyt siihen, millainen on median agenda ja miten se muodostuu. (Dearing & Rogers 1996, 5-6, 16-17). Tutkimustraditioiden erottelemiseksi Dearing ja Rogers kartoittivat noin 350 agenda-tutkimusta vuodesta 1972 1990-luvun alkupuolelle saakka.

Tutkimussuuntauksen luoja Maxwell McCombs (2004, 2005) jakaa yli 30-vuotisen tutkimustradition ja noin 400 tutkimuksen jälkeen agenda-setting-tutkimuksen edellä mainitusta Dearingin ja Rogersin 10 vuotta varhaisemmasta mallista poiketen viiteen teoreettisesti erilaiseen lähestymistapaan, joita ovat perinteinen agenda-setting-vaikutustutkimus (*basic agenda-setting effects*), asenteiden välittymiseen liittyvä tutkimus (*attribute agenda-setting*), agenda-settingin psykologisiin vaikutuksiin liittyvä tutkimus (*psychology of agenda-setting effects*), median agendaan liittyvä tutkimus (*sources of the media agenda*) sekä agenda-settingin seurausvaikutuksiin (*consequences of agenda-setting*) liittyvä tutkimus.

Tämän tutkimuksen kannalta oleellisin on median agendaan liittyvä tutkimustraditio sekä soveltuvien osien yleisön agendaan liittyvä suuntaus. Poliittikan agendan muodostumista ei tässä yhteydessä käsitellä.

3.3.1. Median agenda

Median agendasta, siitä miten aiheet nousevat median uutisaiheiksi, kiinnostuttiin agenda-tutkimuksen parissa 1980-luvulla aiemman tutkimuksen pitäessä median agendaa annettuna ja keskittyessä median ja yleisön agendojen suhteisiin (Dearing & Rogers 1996, 24). Uutta tutkimussuuntauksessa oli se, että median agendasta tuli selitettävä muuttuja, kun aiemmassa median ja yleisön agendojen tutkimuksessa median agenda oli selittävä muuttuja (McCombs 2004, 98).

Median agendan nähtiin suodattuvan uutislähteiden, muiden tiedotusvälineiden ja journalististen normien läpi (emt., 99-100). Tärkeiksi agendaa määritteleviksi lähteiksi havaittiin muun muassa merkittävät mediat ja yksittäiset merkittävät lähteet (Dearing & Rogers 1996, 31). Dearingin ja Rogersin (emt., 33) mukaan uutisorganisaatiot toimivat professionaalisessa ympäristössä, jossa uutisaiheiden tärkeyttä määrittelevät enemmän muut mediat, toiset journalistit ja uutislähteet kuin yleisö, johon ei ollut keskusteluyhteyttä.

Tutkimus liittyi kiinteästi portinvartijuuteen, uutisorganisaatioiden toimintaan ja lähteiden merkitykseen. Uutena suuntauksena agenda-tutkimukseen tulivat yhden asian vaihtelua median agendalla kartoittavat tutkimukset. (Emt., 24-25.)

Jonkin asian vaihtelua median agendalla on tutkittu pitkittäistutkimuksin, ja tällöin asian esiintymisen tiheyttä mediassa on verrattu tilastollisiin indikaattoreihin asiasta. Tällaisia indikaattoreita ovat esimerkiksi huumekuolemien määrä tai ympäristön saastumista kuvaavat tekijät. Agenda-tutkimuksissa ei yleensä havaittu positiivista yhteyttä asian esiintymiselle mediassa ja tilastollisten indikaattorien välillä. Esimerkiksi jutut huumeiden vaaroista lisääntyivät, vaikka huumekuolemien määrät todellisuudessa vähentyivät, tai jutut ympäristönsuojelusta lisääntyivät, vaikka samaan aikaan saastuttaminen väheni. (Emt., 28-29; McCombs 2004, 23-30, 34.) Enemmän asian nousemiseen median agendalle vaikuttivat aiheeseen liittyvä merkittävä uutistapahtuma (*trigger event*), inhimillinen tragedia tai asiaa aktiivisesti agendalle ajava taho (Dearing & Rogers 1996, 29).

Median agendaa tutkittaessa on kiinnitetty huomiota erityisesti agendan yhtenäisyyteen eri medioiden kesken, jota kutsutaan medioiden väliseksi agendaksi (*intermedia agenda-setting*). Eri medioiden agendat ovat varsin samanlaiset, koska uutisorganisaatioissa seurataan koko ajan muita medioita ja koska samantapaisen koulutuksen käyneiden ammattijournalistien uutisarvostukset ovat hyvin samantapaisia. Tiettyjen ns. eliittimedioiden – Yhdysvalloissa etenkin *New York Timesin* – sekä uutistoimistojen havaittiin määrittelevän vahvasti muiden medioiden agendaa. (Emt., 33-35; McCombs 2004, 113-117.)

3.3.2. Yleisön agenda

Yleisön agendalla tarkoitetaan asioiden tärkeysjärjestystä yleisön parissa. Yleisön agendaa on tutkittu joko hierarkkisin tutkimuksin tai pitkittäistutkimuksin. Hierarkkisissa tutkimuksissa on kartoitettu yleisön asioiden tärkeysjärjestystä tietyllä hetkellä. Pitkittäistutkimuksissa on kartoitettu jonkun tai joidenkin asioiden vaihtelua yleisön agendalla jollakin aikavälillä. Chapel Hill -tutkimus edusti yleisön agendan suhteen hierarkkista tutkimusta. (Dearing & Rogers 1996, 40-41.)

Hierarkkisissa tutkimuksissa hypoteesina on ollut, että media määrittää yleisön tärkeinä pitämiä asioita. Yleisö nähtiin suhteellisen passiivisena. Pitkittäistutkimuksissa yleisön rooli on nähty aktiivisesti tietoa etsivänä. (Emt., 55.)

Yleisön agendaa on yleensä tutkittu mielipidekyselyin, joilla on kartoitettu mielipidettä jonkin asian suhteen tai on pyydetty nimeämään tärkeimpiä yhteiskunnallisia ongelmia (emt., 45). Yleisön agendan tutkimusta mielipidekyselyin on myös arvosteltu, koska on kehämäisesti nähty, että yleisö saa tärkeinä pitämänsä aiheet mediasta (emt., 47). Ei siis ole yllättävää, että yleisön agendan on havaittu noudattelevan median agendaa, kuten esimerkiksi McCombsin ja Shawn Chapel Hill -tutkimuksessa. Dearingin ja Rogersin (emt., 49-50) mukaan kaksi kolmasosaa median ja yleisön agendaa peilanneista tutkimuksista on vahvistanut tämän tuloksen. Osa tutkimuksista on tehty laboratorio-olosuhteissa, joissa tarkoituksellisesti on muutettu median agendaa vaikutuksen testaamiseksi yleisön agendan suhteen (emt., 62-63).

4. Digitaalisen ajan agenda

There are many agendas in contemporary society and many more of these are now readily available to a large segment of the public.

Maxwell McCombs (2005, 544)

Perinteinen agenda-setting-tutkimustraditio syntyi ja kukoisti massamediavälitteisessä julkisuustilassa, jossa viestintä oli keskittynyttä ja yksisuuntaista. 2000-luvun näkökulmasta, benkleriläisittäin verkottuneessa julkisuustilassa, agenda-tutkimus tuntuu lähtökohdiltaan auttamattomasti vanhentuneelta passiivisen yleisön, mutta myös tiedotusvälineiden varsin kaikkivoipaisen roolin suhteen. Eroaako uuden median, tässä tapauksessa internetissä julkaistavien uutissivustojen, agenda perinteisen median agendasta, ja mikä internetin uutissivustojen vaikutus on muiden medioiden tai yleisön agendaan? Sopiiko 1970-luvun alussa luotu paradigma edes lähtökohtaisesti uuden median aikakauteen? Agenda-tutkimuksen roolia uuden median ympäristössä on lähtökohtaisesti kyseenalaistettu internetin uutissivustoihin liittyvissä agendatutkimuksissa (mm. Althaus & Tewksbury 2002, 180; Lim 2006, 298; Li 2006b, 263).

Internetiin liittyvää agenda-setting-tutkimusta leimaa tutkimuskirjallisuuden puute (Li 2006b, 262; Althaus & Tewksbury 2002, 181; Song 2007, 72; Lim 2006, 303; Schoenbach ym. 2005, 248), joskin yksittäisiä tieteellisissä julkaisuissa julkaistuja artikkeleita tai seminaareissa pidettyjä esitelmiä aiheesta löytyy. Tutkimukset ovat pääosin, kuten vanha agenda-tutkimus, keskittyneet Yhdysvaltoihin ja yhdysvaltalaisiin verkkolehtiin (Quandt 2007, 3; vanhasta tutkimuksesta Dearing & Rogers 1996, 98). Joitakin uuden median agendatutkimuksia on tehty myös Etelä-Koreassa.

Thorsten Quandt (2007, 1-4; ks. myös Örnebring 2007, 2) onkin todennut, että verkkolehtien tutkimus on keskittynyt sisältöjä enemmän verkkotoimittajiin ja -toimituksiin sekä verkkolehtien muotoon, kuten vuorovaikutuksellisuuteen, multimedian käyttötapoihin, navigointiin, linkitysten käyttöön jne. Myös esimerkiksi yleisölähtöisen sisällön tuottamista verkkolehdistä on alustavasti tutkittu (Örnebring 2007). Quandtin (2007, 4) mukaan ongelmana onkin niukka tietämys verkkojournalismin sisällöistä.

4.1. Internetin kyky agendan asettamiseen

Internetin kykyä asettaa agendaa muulle medialle tai yleisölle on epäilty. Lähtökohtaisesti on arveltu, että internetillä ei voi olla agendaa määrittelevää asemaa, koska uutissivustojen yleisömäärät jäävät pieniksi verrattuna sanomalehtien ja television yleisöihin, ja koska internetin uutisagendaa määrittelevät vielä brändien pääjulkaisut, kuten sanomalehdet ja televisio (Harper 2003, 272). Internetin uutissivustojen kävijämäärät ovat tosin kasvaneet nopeasti, ja esimerkiksi vuotta 2008 pidetään vedenjakajana uutissivujen käytössä Yhdysvalloissa. *The State of news media 2009* -raportin mukaan vuonna 2008 internetin kautta uutisia säännöllisesti tai pääasiallisesti seuraavien amerikkalaisten määrä kasvoi merkittävästi, ja enää vain televisio koettiin merkittävämpänä uutisvälineenä⁴¹.

Onkin väitetty, että uudenlaisessa, luvussa 2 kuvatussa mediaympäristössä sekä journalistinen portinvartijuus että agendan asettaminen ylipäättänsä menettävät merkityksensä (Williams & Delli Carpini 2004). Williamsin ja Delli Carpinin esimerkkinä on Clinton-Lewinsky-skandaali Yhdysvalloissa 1990-luvun loppupuolella, jossa median portinvartija- ja agenda-setting -roolit pettivät täysin. Vaikka uutismedia pyrki aluksi kontrolloimaan skandaalia, yleisö löysi viimeisimmät käänteet skandaalista lukemattomista eri lähteistä, yhtälailla uutis- ja viihdemedioista kuin internetin hakukoneiden kautta; tutkijoiden mukaan hakukoneista onkin tulossa merkittäviä portinvartijoita. Lopulta koko mediakenttä painetuista (arvokkaista) sanomalehdistä viihdelehtiin, television uutislähetysistä viihdelähetysiin, radioon ja internetiin toisti samaa skandaalia, eikä uutismedia enää kilpaillut aiheesta pelkästään keskenään vaan myös esimerkiksi internetin viihdeuutisblogien, etenkin *Drudge Reportin*⁴², kanssa. (Emt., 1220-1221.)

Tiedonvälityksessä uutismedia on perinteisesti erotettu viihdemediasta, faktat mielipiteistä ja media passiivisesta yleisöstä. Clinton-Lewinsky-skandaalissa nämä kaikki sekoittuivat. Uutismedia ei eronnut enää viihdemediasta. Jatkuvasti päivitettävässä uutisvirrassa faktat hämärtyivät ja sekoittuivat mielipiteisiin. Median lisäksi yleisö etsi skandaalista aktiivisesti tietoa viihdyttääkseen itseään, ja myös piti skandaalia viihteenä, ei kansakuntaa uhkaavana tekijänä toisin kuin poliittiset journalistit oikeuttaakseen itsensä uutisoimaan tapahtumasta. (Emt., 1210-1211, 1223-1225.)

⁴¹ Lähde: http://www.stateofthemediamedia.org/2009/narrative_online_intro.php?media=5&cat=0 / haettu 24.4.2009

⁴² <http://www.drudgereport.com/>

Clinton-Lewinsky-tapauksessa uutismedia yksin ei enää määritellyt agendaa, eikä etenään ohjannut julkisen mielipiteen muodostumista. Julkisuustilana toimikin Benklerin hahmottelema, luvussa 2.6 kuvattu, verkottunut julkisuustila, joskaan ei välttämättä Benklerin tarkoittamalla tavalla. Benklerin ajatusmallissa verkottuneessa informaatiotaloudessa esimerkiksi tiedon - nimenomaan yhteiskunnallisesti merkittävän tiedon – tuotanto perustuu pitkälti vertaistuotantoon, joka on hajaantunut, mutta yhteistyöhön ja yhteisiin päämääriin perustuva (Benkler 2006, 59-60). Malliesimerkki tästä on Wikipedia. Useissa ns. yhteisöllisissä verkkopalveluissa, esimerkiksi YouTubessa – tai vaikkapa keskustelufoorumeilla – tuotanto on tehokkaasti hajautettu, mutta toiminta ei yleensä tähtää yhteistyössä yhteisesti sovituin pelisäännöin jonkin yhteisen päämäärän hyväksi (Örnebring 2007, 10).

Miten uuden median keskeiset ominaispiirteet, hajaantuneisuus ja personoinnin mahdollisuus, konvergenssi sekä vuorovaikutteisuus ja tuottajan ja kuluttajan rajan hämärtyminen vaikuttavat uuden median mahdollisuuksiin määrittellä agenda?

4.1.1. Personointi yleisön agendan pirstaloijana

Internetin mahdollistama, luvussa 2.2. kuvattu personointi, voi pirstaloida ja yksilöllistää uutisagenda. Käyttäjät voivat halutessaan hyödyntää internetin personoimismahdollisuuksia esimerkiksi tilaamalla uutissyötteitä vain haluamistaan medioista ja oman kiinnostuksensa mukaisesta aihepiiristä. Personointi on vastaus internetissä uhkaavaan “infoähkyyn” (Hintikka 2008) ja askel Negroponten haaveilemaan *Daily Me* -aikakauteen (Negroponte 1996 (1995), 162-163).

Suomalaisista internetin käyttäjistä selainpohjaisia uutispalveluita tilasi keväällä 2008 23 prosenttia ja jonkin verkkopalvelun tai uutispalvelun tilasi vakituisesti 14 prosenttia⁴³. Säännöllisesti, vähintään kerran viikossa internetiä käytti 78 prosenttia väestöstä (luku 2.7.). Laajamittainen personointi romahduttaisi agenda-setting-teorian perusajatuksen, jonka mukaan nimenomaan tiedotusvälineet valinnoillaan ja painotuksillaan voivat vaikuttaa siihen, mitä asioita yleisö pitää yhteiskunnallisesti merkittävinä.

Agenda-teorian luoja Maxwell McCombs (2005, 544) myöntää, että internet on muuttanut dramaattisesti mediamaisemaa lukemattomilla uusilla kanavillaan; nyky-yhteiskunnassa on monia suuren yleisön ulottuvilla olevia agendoja. Agenda-settingin on arvioitu menettävän merkityksensä

⁴³ Lähde: http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2008/sutivi_2008_2008-08-25_tau_001.html / haettu 16.4.2009

yleisön fragmentoitua personoitujen agendojen kesken. Tällöin oletuksena on, että median agenda, jota yleisö rutiininomaisesti seuraa, on hyvin heterogeeninen. Perinteisen median agendanhan huomattiin aiemmissa agenda-setting-tutkimuksissa olevan päinvastoin hyvin yhtenäisen (esim. McCombs & Shaw 1972).

McCombs (2005, 544-545) testaa agendan hajoamista kahdella hypoteesilla. Ensimmäisen hypoteesin mukaan suurella joukolla ihmisiä on pääsy internetiin ja he käyvät säännöllisesti monilla eri www-sivustoilla hakiessaan uutisia, informaatiota ja kommentteja.

Hypoteesia murentaa ensinnäkin digitaalinen eriarvoisuus: edelleen hyvin koulutetut nuoret aikuiset ovat enemmistönä internetin käyttäjistä (emt., 545), joskin internetin käyttö laajenee tietokoneiden hintojen alentuessa ja laajakaistayhteyksien yleistyessä (Benkler 2006, 236-237). Suomessa internet jakaa käyttäjiä sukupolvien mukaan; alle 40-vuotiaista miltei kaikki käyttävät internetiä, mutta vanhemmalla ikäpolvella käyttö toistaiseksi harvenee (luku 2.7.).

Toiseksi hypoteesia murentaa McCombsin (emt., 545) mukaan se, että internetin käyttäminen ei vielä ole päivittäinen tapa kuten perinteisen median seuraaminen, joskin näiltä osin tilanne voi nopeasti muuttua. Suomessa sanomalehtien lukeminen on edelleen hyvin yleistä. Lukijoista 80 prosenttia luki sanomalehteä päivittäin vielä 2000-luvun ensimmäisen vuosikymmenen lopussa⁴⁴.

Kolmanneksi hypoteesia murentavat havainnot, joiden mukaan kävijämäärät verkossa keskittyvät suosituimmille sivustoille (emt., 545). Suomessa TNS Gallupin internetsivustojen yleisömääriä mittaavan TNS Metrixin mukaan vuoden 2008 alkupuolella (viikot 1-11) kaikista mitatuista sivustoista (ei pelkästään uutissivustoista) kolme suosituinta olivat Iltalehti, Ilta-Sanomat ja MTV3-siten, että vain näiden sivustojen järjestys kolmen kärjessä vaihteli. Kymmenen suosituimman joukossa ovat myös koko ajan Helsingin Sanomien ja Ylen verkkolehdet⁴⁵. Suomalaisten internetin käyttötavoista verkkolehden lukeminen oli viidenneksi suosituinta keväällä 2008; 69 prosenttia internetin käyttäjistä luki verkkolehtiä⁴⁶. Suomessa perinteisen median verkkosivut ovat siis erittäin suosittuja.

McCombsin (2005, 545) mukaan ensimmäinen hypoteesi agendan hajoamisesta – suurella joukolla ihmisiä on pääsy internetiin ja he käyvät säännöllisesti monilla eri www-sivustoilla hakiessaan

⁴⁴ Lähde: http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT_Lukijatiedote_2008.pdf / haettu 16.4.2009

⁴⁵ Lähde: <http://www.gallupweb.com/tnsmetrix/> / haettu 16.4.2009

⁴⁶ Lähde: http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2008/sutivi_2008_2008-08-25_tau_001.html / haettu 16.4.2009

uutisia, informaatiota ja kommentteja – ei siis pidä paikkaansa, vaan internetissä käyttö on vahvasti keskittynyttä suosituimmille sivustoille, uutisten haussa luonnollisesti uutissivustoille. Tilastojen valossa näin on myös Suomessa. Mutta, kuten McCombs (emt., 545) huomauttaa, tuoreimpia tilastotietoja internetin käytön kasvusta on jatkuvasti seurattava.

4.1.2. Konvergenssi median agendan samankaltaistajana

Agendan hajoamisen toisena hypoteesina McCombsin (2005, 545) mukaan on agendojen erilaisuus verkossa. Hypoteesia murentaa kuitenkin jo edellisessä luvussa kuvattu yleisön keskittyminen verkossa suosituimmille uutissivustoille, jotka ovat lisäksi sisällöllisesti samanlaisia kuin päätuotteensa, painetut sanomalehdet. Selittäjänä on luvussa 2.3. kuvattu konvergenssikehitys, joka voi näyttäytyä myös muunnosmedianana, saman sisällön jakamisena eri välineisiin (Villi 2006, 103), esimerkiksi painettuun lehteen ja lehden verkkoversioon. Sisällöissä erona voi olla se, että verkkolehtiin laitettavat jutut ovat lyhyitä sähkeitä, joista vain työstetään seuraavana päivän lehteen pitempi versio.

Ben Scott (2005, 101-102, 113-114) näkee median konvergenssin nimenomaan sisältöjen tuottamiseen ja jakamiseen liittyvänä strategiana: kustannusten alentamiseksi samaa sisältöä jaetaan eri välineisiin. Seurauksena on sisällöntuotannon keskittyminen, äänten väheneminen ja sisältöjen homogeenisoituminen (emt., 104, 115). Myös McCombsin (2005, 545) mukaan verkkolehtien uutisagendaan vaikuttavat konsernien sisällä saman sisällön kierrättäminen eri kanaville sekä professionaalisen journalismin säännöt, joiden mukaan uutisvalintoja tehdään. Uutisvalinnat ovat hyvin samanlaisia eri välineiden ja medioiden kesken, kuten jo varhaisissa medioiden väliseen agendaan liittyvissä tutkimuksissa osoitettiin (emt., 549).

4.1.3. Vuorovaikutteisuus yleisön roolin vahvistajana

Yleisön vaikutusta uuden media aikakaudella McCombs ei juurikaan huomioi lukuun ottamatta blogeja, jotka voivat vaikuttaa median agendaan (2005, 549). Toisaalta blogienkin on nähty noudattelevan, jopa tukevan uutismedian agendaan (Haas 2005), ja suosituimmat blogit esimerkiksi Suomessa ovat luokiteltavissa viihteeksi (Mäkinen 2008).

Blogien ja median välistä agendasuhdetta tutkineen Kevin Wallstenin (2007) mukaan ei kuitenkaan voida yksiselitteisesti sanoa, että media määrittää blogien agendaan tai toisinpäin. Tutkimuksen kohteena oli Yhdysvaltain vuoden 2004 presidentinvaaleihin liittyvän 35 eri aihepiirin käsittely

tiedotusvälineissä ja blogosfäärissä. Tutkimuksen mukaan suurella osalla mediassa ja blogeissa käsitellyillä aiheilla ei ollut yhteyttä ollenkaan (emt., 579). Yhteys voi olla myös käänteinen, mikä on uusi näkökulma agendatutkimukseen: jos jokin aihe nousi suosituksi blogosfäärissä, aiheen käsittelyä mediassa saatettiin vähentää, tai jos jokin aihe oli paitsiossa blogosfäärissä, sen käsittelyä mediassa lisättiin (emt. 579-580). Tutkimuksessa myös havaittiin, että agendojen vaikutus toisiinsa oli hyvin nopeata, silloin kuin vaikutusta ylipäättänsä havaittiin (emt. 580). Aiemmassa, perinteiseen mediaan liittyvässä agendatutkimuksessa havaittiin, että median agendan siirto yleisön agendalle kesti yleensä viikkoja (McCombs 2004, 43-45).

Kaiken kaikkiaan median ja blogien välillä havaittiin nopeaa, kaksisuuntaista vaikutusta, jossa bloggaajat reagoivat median esille nostamiin asioihin ja media puolestaan seurasi blogeja reagoidakseen lisää asiaan. Lähtökohtaisesti kuitenkin media toimi asioiden esiintuojana. (Wallsten 2007, 580.)

Wallstenin tutkimus ei edusta puhdasoppista median ja yleisön agendan välistä tutkimusta, koska bloggaajat eivät edusta yleisöä sinänsä. Poliittiset bloggaajat Yhdysvalloissa edustavat koulutettuja, valkoihoisia miehiä (emt., 581). Suomessa keväällä 2008 blogeja internetin käyttäjistä ilmoitti kirjoittavansa pieni vähemmistö, vain viisi prosenttia, joskin blogien lukeminen oli jo paljon yleisempää⁴⁷. Demografisia tietoja bloggaajista ei Tilastokeskuksen kyselyssä ole kartoitettu.

Varsinaiseen uutisagendan määrittelyyn yleisö ei internetin lupauksista ja mahdollisuuksista huolimatta ole juurikaan päässyt. Poikkeuksen muodostavat muutamat puhtaasti kansalaisjournalismiin perustuvat sivustot maailmalla, kuten eteläkorealainen *OhmyNews*⁴⁸ sekä *NowPublic*⁴⁹ ja *AllVoices*⁵⁰. Yhdysvalloissa tietä vertaistuotantoon pohjautuvaan uutistuotantoon ja vertaisarvioon perustuvaan sisältöjen suodattamiseen ja arvottamiseen on luonut teknologiauutisointiin painottunut *Slashdot*⁵¹ (Benkler 2006, 76-80). Samantyyppisesti toimiva teknologia- ja tiedepainotteinen vertaistuotantoon perustuva sivusto on *Digg*⁵². On huomattava, että sisällöltään teknologiaan painottuneet sivustot keräävät käyttäjiä, jotka todennäköisesti ovat

⁴⁷ Lähde: http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2008/sutivi_2008_2008-08-25_tau_001.html / haettu 16.4.2009

⁴⁸ <http://english.ohmynews.com/>

⁴⁹ <http://www.nowpublic.com/>

⁵⁰ <http://www.allvoices.com/>

⁵¹ <http://slashdot.org/>

⁵² <http://digg.com/>

kiinnostuneita myös tekniikoista, joihin sivustot pohjautuvat. He myös todennäköisesti ovat innokkaita käyttämään ja kehittämään sivustojen tarjoamia teknisiä mahdollisuuksia.

Henrik Örnebring (2007) on tutkinut kahden tabloid-lehden, brittiläisen *The Sunin*⁵³ ja ruotsalaisen *Aftonbladetin*⁵⁴ verkkolehtien yleisölähtöistä materiaalia. Tutkimuksen mukaan perinteisten tiedotusvälineiden verkkosivuilla yleisölähtöinen materiaali on pääosin tekstiä: lähinnä blogeja ja kirjoituksia keskustelufoorumeilla, jotka voivat olla suoria kommentteja uutisiin. Aftonbladetissa suosituin keskustelualue oli politiikka ja yhteiskunta, Sunissa uutiset. Blogeissa suosituimpia aiheita olivat henkilökohtaisen elämään liittyvät. (Emt. 14, 17.) Varsinaiseen uutistuotantoon yleisö pääsi osalliseksi lähettämällä uutiskuvia (emt., 15). Yleisön lähettämät videot olivat viihteellisiä (emt., 18). Uutisaineiston suodattaminen ja arvottaminen ei ollut mahdollista, sen sijaan viihteellisempiä blogeja ja videoita voi suositella; suosituimmat nousivat sivun kärkeen (emt., 12-13). Yleisön omia uutisia oli määrällisesti hyvin vähän ja ne esitettiin visuaalisestikin eri tavalla kuin ammattijournalistien tekemät uutiset (emt., 18-19).

Kumpikaan lehdistä ei käyttänyt wikiä, kumpikaan ei käyttänyt yhteisöllistä aineiston suodattamista ja arvottamista, kumpikaan ei luonut mahdollisuuksia yhteisölliselle uutistuotannolle. Sen sijaan verkkolehdet toistivat “vanhan median” keskittynyttä tuotantomallia. Vaikka sivustoilla on paljon yleisön tuottamaa aineistoa (blogit, keskustelufoorumit), uutistuotanto sekä uutisten valinta ja arvottaminen hoidettiin edelleen keskitetysti. (Emt., 18-19.) Örnebringin mukaan tutkimus vahvistaa väitteet, joiden mukaan perinteiset uutisorganisaatiot ovat haluttomia antamaan käyttäjille vaikutusvaltaa sisältöihin ja uutistuotantoon – määrittelemään agenda.

4.1.4. Verkkolehdet massamediavälitteisessä julkisuustilassa

Perinteinen agenda-setting-teoria nojasi massamediavälitteiseen julkisuustilaan, jota kontrolloi pieni joukko ihmisiä ja jonka valmiiksi hiotut tuotteet suunnattiin passiiviseksi oletetulle yleisölle. Oletuksena oli, että median agenda määrittelee yleisön agendan, eikä yleisöllä juurikaan ollut mahdollisuutta vaikuttaa median agendaan (luku 3). Verkottuneessa julkisuustilassa yleisön valinnanvara on kasvanut ja kenellä tahansa – ainakin periaatteessa – on mahdollisuus toimia julkaisijana, suodattajana, arvottajana ja keskustelijana ja tätä kautta myös agendan määrittelijänä (luku 2).

⁵³ <http://www.thesun.co.uk/sol/homepage/>

⁵⁴ <http://www.aftonbladet.se/>

Perinteisen median verkkolehdet toimivat kuitenkin massamediavälitteisessä julkisuustilassa. Benklerin (2006, 182-185) mukaan julkisuustilaa määrittävät universaali sisäänotto, yhteisöllinen suodattaminen ja arvottaminen, keskustelu julkisen mielipiteen muodostamiseksi ja riippumattomuus valtiollisesta kontrollista. Näitä julkisuustilaa määrittäviä tekijöitä on käsitelty tarkemmin luvussa 2.6.

Tiedotusvälineiden verkkolehdissä sisäänotto, materiaalin tulo, ei ole universaalialia. Uutistuotanto ja uutisten arvottaminen on toimituksen määrittelemää, kuten esimerkiksi Örnebringin (2007) tutkimuksesta käy ilmi. Yleisö pääsee ääneen kommentoidessaan uutisia, keskustelufoorumeilla ja esimerkiksi blogeissa. Sisäänotto on kuitenkin huomattavasti laajempaa kuin esimerkiksi sanomalehdessä, ja tällä voi olla vaikutusta siihen, mistä aiheista toimituksessa juttuja tehdään ja miten ne arvotetaan.

Aineiston suodattamiseen ja arvottamiseen voi olla mahdollisuus blogeissa ja keskustelufoorumeilla, joissa voi ilmoittaa asiattomista viesteistä, tai voi antaa myönteisiä tai kielteisiä suosituksia. Uutisissakin voisi olla suosittelumahdollisuus, jonka mukaan uutisen paikka verkkosivulla joko nousee tai laskee, mutta harvemmin on. Örnebringin (2007, 20) mukaan journalistit eivät välttämättä halua yleisön vaikuttavan uutisprosessiin.

Verkkolehdissä keskusteluagenda on toimituksen agendan ohjaamaa, mikäli keskustelu syntyy julkaistuihin uutisiin. Toimitus voi myös ohjata keskustelua keskustelualoiteilla, mutta myös yleisöllä voi olla mahdollisuus aloittaa keskustelu. Keskustelu voi vaatia rekisteröitymisen ja sitä valvotaan joko ennako- tai jälkimoderoinnilla. Tutkimaton sarka on, miten paljon esimerkiksi keskustelupalstojen kautta aiheita nousee median agendalle. Tällöinhän yleisön agenda edeltäisi median agenda, joskin se tapahtuisi median sisällä. Tosin kautta aikain tiedotusvälineet ovat saaneet juttuaiheita yleisöltä - todennäköisesti sitä enemmän, mitä paikallisempi media on.

Verkkolehtien keskustelupalstat eivät välttämättä nouse julkisen mielipiteen muodostumisen areenoiksi (esim. Örnebring 2007, 17). Heinäkuussa 2008 verkkokeskusteluista nousi pienoinen kohu, kun Julkisen Sanan Neuvoston puheenjohtaja Pekka Hyvärinen esitti verkkokeskustelun käymistä nimimerkkien sijaan omalla nimellä. Näin Hyvärisen mukaan voitaisiin puuttua keskustelupalstoilla rehottaviin asiattomuuksiin. (Lehtinen 2008.) Sanomalehdistä esimerkiksi Joensuussa ilmestynyt *Karjalainen* siirtyikin verkkolehdeksi keskustelupalstalla toukokuussa 2009 nimen käyttöön asiattoman keskustelun pois kitkemiseksi.

Verkkolehdistä yleisö lähinnä keskustelee keskenään, ja vuorovaikutus toimituksen kanssa on vähäistä (esim. Quandt 2007, 11). Veikko Pietilä (2002, 353) on oman empiirisen tutkimuksensa perusteella todennut, että verkkokeskustelut eivät ole kovin deliberatiivia ilman “pontevaa keskustelun järjestämistyötä”. Deliberatiivisella viitataan kansalaisten mahdollisuuksiin ottaa keskustellen kantaa asioihin (emt., 344). Rakentavan julkisen keskustelun estävät muun muassa keskusteluun osallistumisen motiivit, esimerkiksi omien päänäpintymien jatkuva esiintuominen. Pietilä kiinnitti huomiota myös päättäjien puuttumiseen nettiareenoilta sekä siihen, että keskustelut asettuivat tiukasti puolesta–vastaan-asemiin. (Emt., 352.)

Kaupallisen median verkkolehdet ovat irti valtiollisesta kontrollista, mutta kaupallisuus voi ohjata niiden uutisvalintoja. Verkkolehdistä palaute on välitöntä erilaisten kävijälaskureiden ansiosta (esim. Mensing & Greer 2006, 288). Laajojen yleisöjoukkojen ja siten myös rahaa tuovien mainostajien saamiseksi uutisvalintoja voidaan tehdä kävijälaskurien mukaan. Tällöin sensaatiomainen sisältö korostuu. Esimerkiksi Ben Scottin (2005, 110-111) mukaan online-journalismi on kaupallista journalismia rankimmasta päästä.

4.2. Uuden median agendatutkimus

Uuteen mediaan liittyvää agenda-tutkimusta on tehty etenkin vertailemalla sanomalehtien ja näiden verkkoversioiden uutisten tärkeysjärjestystä. Metodina on käytetty sisällönanalyysia ja aineiston tilastollista käsittelyä.

Median agenda on nähty nimenomaan asioiden tärkeysjärjestyksenä mediassa (Li 2006b, 261). Agendaa tutkittaessa on kiinnitetty huomiota erityisesti agendan yhtenäisyyteen eri medioiden kesken (*intermedia agenda-setting*).

Teoreettisesti tutkimuksissa on nojaututtu McCombsin ja Shawn (1972) paradigmaan. Metodisesti tutkimus on yksinkertaisempaa kuin vanhemmassa agenda-tutkimuksessa, jossa esimerkiksi yhdistettiin sisällönanalyysia ja haastattelututkimusta ja etsittiin agendojen väliltä kausaalista vaikutussuhdetta, tai median agendaa tutkittaessa selvitettiin, miten asia nousee agendalle ennemmin kuin mikä on asioiden tärkeysjärjestys agendalla eri medioissa. Uuden median agendatutkimuksissa ei välttämättä ole edes käytetty *agenda-setting*-termiä, vaan on tutkittu esimerkiksi *uutisvalintoja*. Tällöin agenda-setting-teoria ei välttämättä ole toiminut tutkimusta ohjaavana.

Jane B. Singer (2001) on vertaillut kuuden paikallisen yhdysvaltalaisen sanomalehden ja näiden verkkolehtien sisältöjä sisällönanalyysillä. Agendan sijaan tutkimuksessa päähuomio on portinvartijuudessa; oletuksena on, että portinvartijuus verkkolehdissä heikkenee sisältöjen keskittyessä paikallisuuteen ja muun uutisaineiston tullessa uutistoimistojen online-palveluista. Tämän tutkimuksen näkökulmasta oleellista Singerin tutkimuksessa on huomio verkkolehtien agendan paikallisuudesta. Verkkolehtien uutisista paikallisia oli 48 prosenttia, kun sanomalehdissä osuus oli 38 prosenttia. (Emt., 72-74.) Selityksenä voi olla se, että verkon loputtoman runsaassa informaatiotulvassa tiettyyn paikkaan sidottu uutisaineisto on paikallisen sanomalehden verkkolehdessä ainutlaatuista aineistoa ja lehden ydinosaa (emt., 77). Singerin tutkimuksen aineisto on kerätty jo vuonna 1998, joten tutkimuksella on tämän päivän näkökulmasta lähinnä historiallista arvoa. Tosin paikallisuutta, jopa ruohonjuuritason hyperpaikallisuutta, on viime vuosina korostettu verkkolehtien vahvuutena. Osasyynä tähän on “kansanjournalismin” nousu verkossa ja “kansanjournalistien” houkutteleva raportoimaan mediassa (luku 2.5.).

Donica Mensing ja Jennifer D. Greer (2006) ovat vertailleet kolmen suurilevikkisen yhdysvaltalaisen sanomalehden ja näiden verkkoversioiden (*USA Today*, *The New York Times*, *Los Angeles Times*) pääuutisvalintoja siten, että verkkolehdistä pääuutiset katsottiin kahdesti vuorokaudessa, keskipäivällä ja keskiyöllä. Tutkimus liittyy medioiden väliseen agendaan. Tutkimuksen mukaan sanomalehtien ja verkkolehtien agendat eroavat merkittävästi toisistaan myös saman yhtiön sisällä. Todennäköisimmin agendat olivat yhtenäiset keskiyöllä, jolloin verkossa oli sama uutiskärki kuin aamulla ilmestyvässä sanomalehdessä. Keskipäivään mennessä kärkiuutiset verkossa olivat vaihtuneet. (Emt., 296.)

Verkkolehtien pääuutisvalinnat painottuivat sanomalehtiä enemmän rikoksiin, onnettomuuksiin ja ulkomaan uutisiin. Vastaavasti sanomalehtien pääuutisvalinnoissa painottui politiikka, terveys, koulutus, teknologia ja urheilu. Verkkolehtien nähtiin keskittyvän tapahtumauutisointiin sanomalehtien julkaistessa analyttisempia uutisia myös muista kuin läpimenoaiheista. (Emt., 299.)

Eroavaisuuksien sanoma- ja verkkolehtien agendoissa nähtiin johtuvan erilaisista päätöksistä, joita sanomalehden ja verkkolehden toimittajat tekevät. Päätösten erilaisuuteen vaikuttaa etenkin verkkolehden jatkuva uutisvirta, mutta myös muun muassa välitön laskureihin perustuva palaute esimerkiksi luetuimmista jutuista, jolloin verkossa voidaan painottaa lukijoita houkuttelevia uutisia. (Emt., 296, 299.) Tutkijoiden mukaan vain joko verkko- tai sanomalehtiä seuraaville muodostuu hyvin erilainen kuva asioiden merkittävydestä; toisin sanoen agendat muodostuvat hyvin

erilaisiksi. Tällöin perinteiseen mediaympäristöön nojanneet käsitykset portinvartijuudesta ja agenda-settingista eivät välttämättä enää pädekään. (Emt., 300).

Thorsten Quandt (2007) tutkimusryhmä on puolestaan analysoinut eri maiden (Ranska, Saksa, Venäjä, Iso-Britannia ja Yhdysvallat) suurimmista verkkolehdistä muun muassa pääuutisaiheita ja näiden paikkasidonaisuutta. Tutkimuksen mukaan eri maiden verkkolehtien sisällöissä on kansallisia erityispiirteitä sisällön painottuessa kansalliseen politiikkaan ja talouteen, mutta myös viihteeseen, kansainväliseen politiikkaan, rikoksiin, urheiluun ja kulttuuriin. Painotukset vaihtelevat maittain, mutta kunkin maan sisällä sisältöpainotukset verkkolehdissä ovat hyvin samanlaiset. (Emt., 13-15, 17.) Eri kansallisuuksien verkkolehtiä yhdistävästä ”world wide journalismista” tai muodoltaan verkonomaisesta ”whole new journalismista” ei ollut viitteitä; verkon lupauksista, mahdollisuuksista ja odotuksista huolimatta muotoon tai sisältöön liittyvää vallankumousta ei ole tapahtunut (emt., 18-19). Tutkimus ei ole agenda-setting-tutkimus, ja pääuutisten aiheiden ja paikan lisäksi tutkimuksessa selvitettiin myös juttutyyppejä, multimedian käyttöä, vuorovaikutusmahdollisuuksia, linkitysten käyttöä, uutisten lähteitä ja päätoimijoita.

Jeongsub Lim (2006) on tutkinut kolmen eri verkkouutispalvelun vaikutusta toistensa uutisagendoihin Etelä-Koreassa. Yksi tutkittavista oli uutistoimiston online-uutispalvelu ja kaksi maan johtavien sanomalehtien verkkosivustoja. Tutkimuksen hypoteesina oli, että uutistoimisto vaikuttaa kahden muun verkkolehden agendoihin (emt., 301). Tutkimuksen mukaan uutistoimiston agendalla korostuivat talous, kansallisen aiheet ja rikokset, kun taas johtavien sanomalehtien verkkolehdissä korostuivat kansalliset aiheet, Pohjois-Koreaan liittyvät aiheet, rikokset ja talous. Hypoteesin vastaisesti sanomalehtien verkkosivustot vaikuttivat uutistoimiston agendaan. Etenkin maan suurimman sanomalehden verkkolehden vaikutus pienemmän sanomalehden verkkolehden ja uutistoimiston online-palveluun tuli esiin. (Emt., 304-305.) Yleensäkin vaikutusvaltaisten medioiden on huomattu vaikuttavan muiden medioiden agendaan (Dearing ja Rogers 1996, 33-35; McCombs 2004, 113-117), mikä näyttää toimivan myös uuden median aikakaudella (Lim 2006, 306).

Yonghoi Song (2007) on puolestaan verrannut kahden sanomalehdistä riippumattoman online-uutispalvelun, joista toinen on maailman suurin kansalaisjournalismisivusto *OhmyNews*⁵⁵, sekä kolmen sanomalehden suhtautumista kahden koulutytön kuolemaan näiden jäädessä USA:n armeijan ajoneuvon alle Etelä-Koreassa vuonna 2002. Tapaus vaikutti Etelä-Korean

⁵⁵ <http://www.ohmynews.com/>, <http://english.ohmynews.com/>

mediaympäristöön nostaan riippumattomat uutispalvelut vaihtoehtoisine näkökulmineen merkittäviksi agendan asettajiksi perinteisen sanomalehdistön rinnalle (emt., 74). Tutkimuksessa kiinnitettiin huomiota tapaukseen liittyvien uutisten ja kommenttien määrään ja ajalliseen julkaisujärjestykseen sekä juttujen lähteisiin ja näkökulmiin (emt., 78-79). Tutkimuksen mukaan riippumattomat online-uutispalvelut sekä edistysellinen sanomalehti vaikuttivat kahden konservatiivisen lehden uutisointiin onnettomuudesta, joskin näkökulmat tapahtumaan olivat hyvin erilaiset. Vaikutus ei ollut siis väline- vaan ideologia- ja lähtöinen. Tutkijan mukaan medioiden välistä vaikutusta suurempi tekijä oli merkittävä uutistapahtuma sinänsä sekä medioiden välinen kilpailu. Kun edistysellinen media piti aihetta aktiivisesti agendalla, konservatiivinen media vastasi, mutta vahvasti omalla näkökulmallaan. (Emt., 87-90.)

4.3. Uuden yleisön agendatutkimus

Yleisön agendaa uuden median aikakaudella on tutkittu muun muassa laboratorio-olosuhteissa sekä haastattelututkimuksin.

Scott L. Althaus ja David Tewksbury (2002) ovat tutkineet *New York Timesin* sanomalehden ja verkkolehden lukijoiden havaintoja poliittisesti tärkeistä asioista. Tutkimuskysymyksenä oli, muodostuuko verkkolehden lukijoiden käsitys tärkeistä yhteiskunnallisista asioista erilaiseksi kuin sanomalehden lukijoiden, koska verkossa asioiden tärkeyden esittämistapa on erilainen ja käyttäjien valinnanvapaus suurempi kuin sanomalehdessä. Tutkimus suoritettiin laboratorio-olosuhteissa, jolloin yksi ryhmä luki verkkolehteä ja toinen sanomalehteä. Ryhmät eivät tutkimusviikon aikana seuranneet muita medioita. Kolmannen verrokkiryhmän mediakäyttöä ei säännelty. Tutkimustulosten mukaan sanomalehden lukijoiden agenda muodostui laajemmaksi kuin verkkolehden lukijoiden agenda, mikä sekin oli laajempi kuin verrokkiryhmän. Sanomalehden lukijat pitivät kansainvälisiä asioita tärkeämpinä kuin verkkolehden lukijat, jotka taas painottivat enemmän kansallisia asioita. Tutkijoiden mukaan sanomalehden lukijoiden käsitys tärkeistä yhteiskunnallisista asioista saattaa muodostua erilaiseksi kuin verkkolehden lukijoiden (emt., 197).

Samansuuntaisiin tuloksiin on päätyttyä myös muun muassa Xigen Li (2006b) tutkiessaan kolmen yhdysvaltalaisen sanomalehden ja näiden verkkoversioiden kykyä saada asioita lukijan agendalle. Li tutki sisällönanalyysin lisäksi laboratorio-olosuhteissa, miten yleisö havainnoi pääuutisia sanomalehdessä ja verkkolehdessä, joissa esitystavat ovat erilaiset. Tutkimuksen mukaan verkkolehdessä tärkeiksi havaittujen aiheiden lista on erilainen kuin sanomalehdessä, jossa pääaiheita korostetaan visuaalisin keinoin. Verkossa tärkeiden asioiden löytämiseen vaikuttavat

sivuston ulkoasu ja rakenne. (Emt., 275-279.) On kuitenkin huomattava, että verkkolehtien ulkoasu elää koko ajan, ja siinä on myös kansallisia eroja. Esimerkiksi Pohjoismaissa on yleistynyt tyyli, jossa myös verkkolehdistä tärkeitä uutisia korostetaan sanomalehdenomaisin typografisin keinoin, isoilla otsikoilla ja kuvilla, ja merkittävin uutinen kullakin hetkellä sijoitetaan weblog-tyyppisellä etusivulla ylimmäksi.

Yleisön agendan muodostumista uuden median aikakaudella ovat tutkineet muun muassa Klaus Schoenbach, Ester de Waal ja Edmund Lauf (2005). Yleisön agendaa selvitettiin puhelinhaastatteluin Hollannissa. Tutkimuksen yhtenä hypoteesina oli, että verkkolehdet tarjoavat yleisön agendalle vähemmän aiheita kuin sanomalehdet, koska verkossa koko artikkelin lukeminen vaatii käyttäjältä enemmän aktiivisuutta kuin sanomalehdessä, ja verkossa uutisaiheita valitaan luettavaksi oman mielenkiinnon mukaan. Sanomalehti sen sijaan voi yllättää lukijansa aiheilla, jotka verkossa jäisivät huomaamatta. Sanomalehti ohjaa lukijaa lehden omien prioriteettien mukaan, kun verkkolehteä käytetään käyttäjän kriteerien mukaan. Sanomalehti voidaan nähdä Negroponteen (1996 (1995)) viitaten *Daily Us* -välineenä, kun taas verkkolehti toimii *Daily Me* -välineenä. (Schoenbach ym. 2005, 246-248.) Tutkimus vahvisti hypoteesin: sanomalehdet tuovat yleisön agendalle enemmän aiheita kuin verkkolehdet. Etenkin lehden säännöllinen lukeminen vaikutti agendan laajuuteen (emt., 251, 253). Sanomalehti on siis verkkolehteä merkittävämpi yleisön agendan luoja, etenkin jos lukijan mielenkiinnon kohteet ovat vähäiset. Verkkolehdet sen sijaan vaikuttavat korkeasti koulutettujen agendaan. (Emt., 254.) Verkkolehdet toimivat myös hälyttävävälineitä, jolloin ne lisäävät tietoisuutta kaikkein tärkeimmistä uutisista (emt., 253).

4.4. Uuden median agenda

Agenda-setting-paradigmassa asioiden nähtiin nousevan median agendalle kolmen merkittävän tekijän kautta: portinvartijoiden kautta, vaikutusvaltaisten muiden medioiden vaikutuksesta sekä poikkeuksellisten uutistapahtumien myötä. Median agendan nähtiin vaikuttavan yleisön ja politiikan agendaan. Yleisön agendan nähtiin vaikuttavan politiikan agendaan ja vain epäsuorasti politiikan agendan kautta median agendaan. (Dearing & Rogers 1996, 5.)

Digitaalisen ajan mahdollistamassa teknisessä ympäristössä yleisö voi halutessaan vaikuttaa aktiivisesti median agendaan ja tuoda esille oman agendansa. Yleisön läsnäolo ja vaikutusmahdollisuudet esimerkiksi sanomalehtien verkkolehdistä muuttavat perinteistä agenda-setting-paradigmaa ainakin siten, että myös yleisöllä on suoraa vaikutusta median agendaan, koska yleisö esimerkiksi keskustelupalstojen kautta voi tuoda esille oman agendansa ja koska erilaisten

laskureiden avulla yleisön liikkeitä verkossa voidaan seurata (esim. Mensing & Greer 2006, 285; Scott 2005, 110-111). Näin ollen verkkolehdistä näkyvä yleisön rooli mahdollistaa myös yleisön ja median agendojen vertailun, joskin on muistettava, että yleisön valinnat ovat pääosin valintoja median valinnoista.

Yleisön kasvaneesta roolista huolimatta julkisuustilaa määrittävät vielä ainakin Suomessa 2000-luvun ensimmäisellä vuosikymmenellä vahvasti perinteiset mediat sekä perinteisessä sekä digitaalisessa muodossa. Kuten aiemmin median käyttöä kuvaavassa luvussa (2.7.) on jo käynyt ilmi, Suomessa perinteisen median käyttö on vielä erittäin vahvaa ja myös internetin käyttö on varsin keskittynyttä suosituimmille uutissivustoille. Internetin käyttö on kuitenkin jakaantunut vahvasti iän mukaan, jolloin väline ei toistaiseksi tavoita kaikkia kansalaisia. Personoitujen uutispalveluiden käyttö Suomessa on vielä vähemmistön harrastus, eikä esimerkiksi yleisimmillä uutisverkkosivuilla uutissyötteiden tilaamista lukuun ottamatta ole sivuston personoimis- mahdollisuuksia. Näiltä osin tilanne voi kuitenkin nopeasti muuttua.

Konvergenssikehityksen myötä sisältöjen voidaan olettaa olevan edelleen varsin samankaltaisia sekä perinteisessä että digitaalisessa uutismediassa, joskin syksyllä 2008 alkaneen median talouskriisin myötä on viimeistään huomattu, että sisältöjä esimerkiksi sanomalehdessä ja sanomalehden verkkolehdistä on eriytettävä: “Jos niissä (verkkolehdistä) julkaistaan samaa sisältöä, painettu lehti tuhoutuu, koska päällekkäislukijoiden määrä kasvaa jatkuvasti”, Sanomalehtien Liiton hallituksen puheenjohtaja ja Sanoma Newsin toimitusjohtaja Mikael Pentikäinen totesi *Suomen Lehdistön* haastattelussa huhtikuussa 2009 (Jäppinen 2009). Toisaalta tutkimuksissa on havaittu, että verkko- ja päätuotteidensa sanomalehtien pääuutisagendat eroavat toisistaan, mutta eri sanomalehtien ja verkkolehdistien keskinäiset agendat ovat yhteneväiset (luku 4.2.). Kaupallisuuden paineissa sisältöihin etenkin verkossa on voinut tulla myös viitteitä ns. tabloidisaatiosta, jolla tarkoitetaan aiheiden käsittelyä kärjistäen, tapahtumien sitomista henkilöihin ja draaman rakentamista tiedonvälitykseen (Herkman 2003,153; Scott 2005). Verkkomedia on nähty jopa kaupallistumisen ruumiillistumana (Scott 2005, 110-111).

Uuden median agendasta julkisuustilaa määrittävänä tekijänä voidaan uuden median ja agenda-setting -teorioiden sekä uuteen mediaan liittyvien agendatutkimusten mukaan tehdä seuraavat tutkimusta ohjaavat olettamukset:

1. Verkkolehdistä painottuvat tapahtumauutiset, kuten rikokset ja onnettomuudet. Sanomalehdet tuovat enemmän esille analyttisempiä aiheita, kuten politiikkaa ja taloutta.

2. Verkkolehdistä painottuu paikallisuus (hyperpaikallisuus) sanomalehtiä enemmän.
3. Verkkolehdet “tabloidisoituvat” verkon kaupallisen luonteen takia. Oletuksena on, että verkkolehdistä löytyy sanomalehtiä enemmän merkkejä ns. tabloidisaatiosta, millä tarkoitetaan aiheiden käsittelyä kärjistäen, tapahtumien sitomista henkilöihin ja draaman rakentamista tiedonvälitykseen (Herkman 2003, 153).
4. Analyttisyyttä lähestytään aiheiden lisäksi myös pääuutisten monipuolisuuden analysoinnilla. Verkossa huomio kiinnittyy etenkin verkonomaisten, aiheen monipuolisuutta lisäävien multimediaalisten ja hypermediaalisten elementtien käyttöön.
5. Verkkolehtien keskinäinen pääuutisagenda on yhtenäinen, mutta eroaa sanomalehtien pääuutisagendasta. Näin ollen pääuutisagendat voivat olla erilaiset myös saman median eri välineissä, painetussa lehdessä ja verkkolehdessä. Toisaalta konvergenssikehitys on johtanut saman sisällön kierrättämiseen välineestä toiseen – hieman eri muodoissa tosin. Todennäköisesti sanomalehden ja verkkolehden agendat ovat yhtenäisimmillään aamulla, jolloin verkkolehdistä toistetaan pääuutisten uutisia.
6. Keskusteluaiheissa esille nousevat yleisöä lähellä olevat aiheet, joten keskusteluagenda voi erota merkittävästi median pääuutisagendasta.
7. Verkkolehtien luetuimmissa jutuissa korostuvat verkon rakenteen takia päivän pääuutiset, koska ne ovat helposti luettavissa yleensä verkkolehden etusivulta. Luetuimmissa korostuvat myös skandaalihakuisuus ja viihteellisyys eli asiat, jotka yleensä ovat houkutteleet suuria yleisöjä.

5. Tutkimustapa ja -aineisto

Pro gradu-tutkielmani tutkimuskysymys - *millaisia ovat verkkomedian ja painetun median sekä yleisön agendat digitaalisella ajalla, ja miten agendat määrittävät julkisuustilaa* - on kysymyksen asettelultaan vertaileva: dokumentteja vertailemalla pyritään näkemään eroja ja yhtäläisyyksiä eri medioiden ja yleisön aihevalinnoissa. Julkisuustilana nähdään kokonaisuus, joka syntyy uutismedian ja yleisön agendoista, tosin sillä rajoituksella, että yleisönkin agendaa tutkitaan uutismedian sisässä. Toisena rajoituksena on julkisuustilan rajaaminen valittuihin uutismedioihin, jolloin ulkopuolelle jää iso osa julkisuustilaa rakentavia muita medioita kuin myös median ulkopuolisia tekijöitä, esimerkiksi blogosfääri. Suomessa kuitenkin uutismedian muodostama julkisuustila on edelleen vahva johtuen sanomalehtien hyvin säännöllisestä lukemisesta sekä internetissä julkaistavien verkkolehtien suosioista (luku 2.7.). Lisäksi verkkolehtien keskustelupalstat ovat vilkkaita mielipiteenvaihdon areenoita ja siten ne osaltaan muovaavat julkisuustilaa. Sanoma- ja verkkolehtien uutisvalintojen vertaaminen keskenään mahdollistaa päätelmien tekemisen julkisuustilan mediasidonnaisuudesta. Tutkimuksissa on osoitettu, että joko vain verkko- tai sanomalehtiä seuraaville muodostuu hyvin erilaiset agendat (esim. Althaus ja Tewksbury 2002; Li 2006b; Mensing & Greer 2006; Schoenbach, de Waal ja Lauf 2005).

Agenda-setting-tutkimustradition aloittanut McCombsin ja Shawn (1972) tutkimus koostui metodisesti kvalitatiivisesta haastattelututkimuksesta ja sisällönanalyysistä sekä näiden aineistojen kvantitatiivisesta analysoinnista (emt., 176). Agenda-tutkimuksissa on yleensä etsitty syy–seuraus-suhdetta median ja yleisön agendojen kesken, jolloin median agenda on nähty ajallisesti yleisön agendaa edeltävänä ja se on siis ollut riippumaton muuttuja (McCombs 2004, 17). Yleisön agendaa on selvitetty mielipidekyselyin ja median agendaa sisällönanalyysillä. Sisällönanalyysissa on korostunut johonkin asiaa liittyvien uutisten määrä, koska toisto nähtiin asian tärkeyden korostajana. (Dearing & Rogers 1996, 17-18, 36). Sittemmin median agendaa on tutkittu sisällönanalyysillä, jossa on laskettu eri aiheita koskevien juttujen määrää ja niiden viemää tilaa tai aikaa tiettyinä ajanjaksona. Yksittäisen aiheen vaihtelua median agendalla on selvitetty vuosia kestäville pitkittäistutkimuksilla. (Dearing ja Rogers 1996, 35-36.) Digitaalisen ajan agendaa on hahmotettu aiempia agendatutkimuksia yksinkertaisemmin asioiden tärkeysjärjestyksenä median agendalla (esim. Li 2006b, 261). Etenkin on vertailtu eri medioiden, esimerkiksi sanomalehtien ja verkkolehtien uutisagendaa tai -valintoja, jolloin kysymys on medioiden välisestä agendatutkimuksesta. Tämä tutkimus liittyy metodisesti yksinkertaisempaan uutisvalintojen

vertaamiseen eri välineiden, sanomalehtien ja verkkolehtien, kesken sekä median ja yleisön valintojen kesken verkkomediassa.

5.1. Sisällönanalyysi tutkimustapana

Tässä tutkimuksessa metodina on sisällönanalyysi median valintojen analyysissä. Myös yleisön valintoja analysoidaan sisällönanalyysin keinoin, mutta vain aiheen määrittelyssä. Sisällönanalyysi on tutkittavien dokumenttien, tekstien ja/tai kuvien, järjestelmällistä muuttamista numeroiksi, aineiston määrälliseksi piirteiksi (Seppänen 2005, 142). Menetelmällä pyritään aineiston piirteitä luokittelemalla ja laskemalla vastaamaan tutkimuskysymyksiin (Reunanen 2007).

Mediatutkimuksessa ensimmäinen varsinainen sisällönanalyysin menetelmäkirja on Bernard Berelsonin vuonna 1953 ilmestynyt *Content analysis in communication research* (Pietilä 1976, 51). Berelson (1971 (1953), 18) määritteli sisällönanalyysin objektiiviseksi, systemaattiseksi ja määrälliseksi viestinnän ilmisällön tutkimustavaksi.

Suomalaisen mediatutkimuksen ensimmäinen ja toistaiseksi ainoa sisällönanalyysin oppikirja on Veikko Pietilän vuonna 1973 ilmestynyt *Sisällön erittely* (Seppänen 2005, 144). Pietilä (1976, 53) on määritellyt sisällönanalyysin, josta hän käyttää termiä *sisällön erittely*, ”joukoksi menettelytapoja, joiden avulla dokumenttien sisällöstä tieteellisiä pelisääntöjä noudattaen tehdään havaintoja ja kerätään tietoja”. Pietilä (emt., 51-53) laajentaa Berelsonin näkemystä metodista koskemaan dokumenttien sanallista kuvailua määrällisen ohella; Pietilän mukaan määrällinen Berelsonin määrittelyssä viittaa aineiston tilastolliseen ja siten numeraaliseen käsittelyyn. Pietilä myös laajentaa metodin dokumenttien ilmisällöstä dokumenttien ulkopuolisten ilmiöiden tutkimiseen dokumenttien sisällön kautta. Pietilän (emt., 21) mukaan tutkittavat dokumentit voivat olla auditiivisia dokumentteja, kuten valmistelemattomat puheet tai suorat radiolähetykset, visuaalisia dokumentteja, kuten maalaukset, piirroksot tai valokuvat, ja kirjallisia dokumentteja, kuten asiakirjat, kirjeet ja lehtijutut.

Määrällisen eli kvantitatiivisen tutkimuksen piirteiksi on esitetty muun muassa johtopäätösten teko aiemmista tutkimuksista ja teorioista, käsitteiden määrittely, hypoteesien esittäminen, havaintoaineiston keruu otantamenettelyllä perusjoukosta ja aineiston soveltuminen numeeriseen mittaamiseen, tutkimuksen muuttujien käsitteleminen tilastollisesti ja päätelmien tekeminen tästä (Hirsjärvi ym. 2007, 136). Laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen piirteiksi on nähty erilaisten aineistojen tulkitseminen ja ymmärtäminen. Laadullisessa tutkimuksessa pyrkimyksenä ei ole

teorioiden ja hypoteesien testaaminen, eikä siinä pyritä kvantitatiivisen tutkimuksen tapaiseen yleistettävyyteen, vaan pyritään paljastamaan esimerkiksi odottamattomia seikkoja. Tutkimus on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedonhankintaa ns. laadullisen menetelmin eli haastatteluin ja havainnoimalla sekä dokumenttien diskursiivisella analyysillä. Tutkimuksen kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti. (Emt., 2007, 160.)

Myös sisällönanalyysistä käytettävien termien, *sisällönanalyysin* ohella *sisällön erittelyn*, voidaan nähdä viittaavan kvalitatiiviseen ja kvantitatiiviseen tutkimusotteeseen, joskin esimerkiksi Pietilä (1976) sisällytti sisällön erittelyyn myös dokumenttien sanallisen kuvailun. Seppäsen (2005, 145) mukaan käsitteillä sisällönanalyysi ja sisällön erittely ei käytännössä ole merkitystä: “On kuitenkin vaikea löytää tutkimusta, joka olisi vain puhdasta sisällön kvantitatiivista raportointia. Yleensä tuloksia kommentoidaan jollakin tavoin. Toisaalta aineiston kvantifioiminen [--] perustuu aina kvalitatiivisiin ratkaisuihin.”

Samassa tutkimuksessa siis vuorottelevat laadullinen ja määrällinen tutkimusote, eikä kvantitatiivista ja kvalitatiivista voida nähdä toistensa vastakohtina (Hirsjärvi ym. 2007, 132-133). Seppäsen (2005, 146) mukaan sisällönanalyysi tänä päivänä on metodisesti ja teoreettisesti joustavaa sisältäen sekä kvalitatiivisia että kvantitatiivisia elementtejä.

Myös tässä tutkielmassa laadullinen ja määrällinen tutkimusote vaihtelevat.

5.1.1. Tutkimusaineisto

Sisällönanalyysissa aineisto voi koostua mistä tahansa olemassa olevista dokumenteista, Pietilän (1976, 21) sanoin auditiivisista, visuaalisista tai kirjallisista dokumenteista. Aineiston voi hankkia myös lomakehaastattelulla, teemahaastattelulla, syvähaastattelulla, havainnoimalla tai valokuvaamalla (Seppänen 2005, 148).

Aineisto kytkeytyy tutkimusongelmaan (emt., 148). Tämän tutkimuksen tutkimusongelma, *millaisia ovat verkkomedian ja painetun median sekä yleisön agendat digitaalisella ajalla, ja miten agendat määrittävät julkisuustilaa*, on rajannut tutkimusaineistoksi verkkomedian ja sen vastinparina perinteisen median uutisvalinnat sekä yleisön valinnat vuorovaikutteisuuden mahdollistavassa verkkomediassa.

Tutkimusaineistoon kuuluvat *Aamulehden*, *Helsingin Sanomien*, *Iltalehden*, *Kalevan* ja *Keskisuomalaisen* sekä vain verkossa ilmestyvien *Taloussanomien* ja *Uuden Suomen*

verkkosivustojen etusivujen pääuutisvalinnat (3 kpl) kahdesti päivässä viikon ajan sekä painettujen lehtien etusivujen pääuutisvalinnat (3 kpl) samalla viikolla. Verkkolehdistä huomioidaan myös luetuimmat jutut (6 kpl) niistä verkkolehdistä, joissa luetuimmat jutut listataan, sekä verkkolehtien suosituimmat keskusteluaiheet (6 kpl) päivittäin tutkimusviikon ajalta. Painetuista lehdistä käytetään nimitystä sanomalehdet, vaikka ryhmä sisältää yhden iltapäivälehdet.

Näyte on valittu suomalaisen painetun median 10 suurilevikkisimmän joukosta alueellisuus huomioiden. 10 suurilevikkisintä sanomalehteä Suomessa olivat vuoden 2007 levikkitilastojen mukaan Helsingin Sanomat (419 791), Ilta-Sanomat (176 531), Aamulehti (139 165), Iltalehti (131 150), Turun Sanomat (112 419), Maaseudun Tulevaisuus (83 960), Kaleva (81 593), Kauppalehti (81 363), Keski-suomalainen (74 945) ja Savon Sanomat (64 789). (Suomen Lehdistö 6-7/2008, 11) Näytteeseen kuuluvista lehdistä siis Taloussanomien ja Uusi Suomi ilmestyvät vain verkossa. Vuoden 2007 levikkitilastot olivat tuoreimmat tutkimusaineistoa rajatessa.

Tutkimusekonomisista syistä näytteestä on jätetty pois sähköinen valtamedia (televisio ja radio) verkkosivustoinen. Vain verkossa ilmestyvien Taloussanomien ja Uuden Suomen sisällyttäminen näytteeseen korostaa verkkomedian keskeisyyttä tutkimuksessa ja mahdollistaa myös sen tutkimisen, eroavatko pelkästään verkossa ilmestyvät tiedotusvälineet agendaltaan sanomalehtien verkkolehdistä, joiden on nähty muun muassa toistavan päätuotteidensa sisältöjä digitaalisessa muodossa.

Näyte edustaa ns. harkinnaista valintaa, jolloin tutkimuksen yleistettävyyden luonnollisesti kärsii (Pietilä 1976, 66-68). Harkinnaisesta valinnasta johtuen näytteestä ei käytetä otos-termiä, koska otoksella ja perusjoukolla operoiminen vaatisivat otoksen valitsemista kvantitatiivisen tutkimuksen perussääntöjen mukaan siten, että otos on edustava perusjoukon suhteen (Seppänen 2005, 150). Koska näytteen valitseminen ei perustu satunnaisuuteen, ei saavuteta myöskään tilastollista yleistettävyyttä (Valli 2001, 13).

Vaikka tutkimus perustuu näytteeseen, tutkimuksen perusjoukoksi voidaan määrittellä suomalaiset 7-päiväiset sanomalehdet ja näiden verkkolehdet. Näytteen painottuminen laajalevikkisimpiin johtuu oletuksesta, että näiden lehtien verkkolehdet toimivat jo resursoinnista lähtien samantapaisesti painottaen nopeaa uutisointia (vrt. Mensing & Greer 2006).

Tutkimusaineisto on kerätty viikolla 5 vuonna 2008 (28.1.-3.2.2008); tässä suhteessa tutkimus edustaa poikkileikkausta suomalaisen painetun valtamedian sekä verkkomedian yhdestä

uutisviikosta vuonna 2008. Uutisagendan tutkimisen kannalta tutkimusjaksoksi valikoitui yhtenäinen viikko, eikä esimerkiksi kukin viikonpäivä seitsemän viikon ajalta. Verkkolehtien tutkimisen laajahkossa näytteessä mahdollisti verkkolehtien offline-tallennukseen käytettävä ohjelmisto (Teleport Pro), joka ajastettuna tallensi tutkimusviikolla otokseen kuuluvien verkkolehtien etusivut päivittäin kello 9 ja 17 ja keskusteluasiat kello 17 tietokoneen kovalevyille.

Verkkoaineisto tallennettiin ilman linkkejä tallennuksen nopeuttamiseksi sekä tilan säästämiseksi tietokoneen kovalevyllä. Aineiston analyysin kannalta tallentaminen yhden linkin syvyydeltä olisi ollut parempi vaihtoehto; tällöin analysoitavat jutut olisivat olleet nopeasti kokonaan käytössä. Ilman linkkejä tallentaessa juttuja joutui analyysivaiheessa erikseen hakemaan tutkittavista verkkolehdistä, mikä hidasti analyysivaihetta. Juttujen tallentaminen yhdenkin linkin syvyydeltä olisi tosin vaatinut huomattavan suuren tallennuskapasiteetin.

5.1.2. Havaintoyksikköjä vajaa 1000

Sisällönanalyysissä aineisto koostuu havaintoyksiköistä. Ne ovat yksikköjä, joihin liittyvinä tiedot tutkittavista ilmiöistä merkitään muistiin. (Pietilä 1976, 102.) Havaintoyksikkö voi olla esimerkiksi yksittäinen sana, lause, koko teksti tai kuva. Koodausyksikkö kertoo, mihin jokaisessa havaintoyksikössä kiinnitetään huomiota muuttujan arvoa koodatessa. (Seppänen 2005, 152.)

Tässä tutkimuksessa havaintoyksikkönä on juttu, ja havaintoyksikköjen määrä on laskennallisesti 984 ($N=984$). Verkkolehtien pääuutisaineistosta kertyy 294 havaintoyksikköä (7 verkkolehteä \times 3 etusivun juttua \times tallennus kahdesti päivässä \times 7 päivää $\rightarrow 7 \times 3 \times 2 \times 7 = 294$). Sanomalehtien pääuutisaineistosta kertyy 105 juttua (5 sanomalehteä \times 3 etusivun juttua \times 7 päivää $\rightarrow 5 \times 3 \times 7 = 105$; käytännössä määrä on 102 juttua, koska Iltalehti ei ilmesty sunnuntaisin). Analysoituja juttuja on yhteensä 396. Verkkolehtien keskusteluosioiden suosituimmasta aineistosta kertyy laskennallisesti 294 havaintoyksikköä (7 verkkolehteä \times 6 keskustelluinta aihetta \times 7 päivää $\rightarrow 7 \times 6 \times 7 = 294$). Luetuimmista jutuista kertyy laskennallisesti niin ikään 294 juttua (7 verkkolehteä \times 6 luetuinta aihetta \times 7 päivää $= 294$). Käytännössä lukumäärä on pienempi, koska tutkimusnäytteestä Aamulehti ei listannut luetuimpia juttuja. Aamulehdestä oli saatavilla vain koko tutkimusviikon luetuimpien lista. Taloussanomien listasi vain viisi luetuinta juttua päivittäin. Tallennusvirheen takia myös yksi päivä Helsingin Sanomien luetuimmista ja kommentoituimmista jutuista puuttuu.

Pääuutisiksi verkkolehdistä on katsottu verkkolehden etusivun kolme ylintä, isoimmalla otsikolla varustettua uutista. Painetuissa lehdistä pääuutinen on yksiselitteisesti erotettavissa, kakkos- ja

kolmosuutiset on määritelty visuaalisten elementtien - otsikon leveyden ja vahvuuden sekä kuvan käytön - avulla.

Pietilän (1976, 32) mukaan myös tilastollisesti kuvaavassa tutkimuksessa perehdytään ensin aineistoon, jonka jälkeen kehitellään muuttujat ja muuttujien arvot sekä luokitusrunko. Tässä tutkimuksessa muuttujat ja muuttujien arvot noudattavat samantapaista runkoa kuin pilottitutkimus *Suomalaisen uutismedian vuosiseuranta. Pilottitutkimus 2006* (Saloniemi & Suikkanen 2007). Myös koodausrunko on hyvin samantapainen kuin ko. tutkimuksessa, joskin tutkimuskysymyksistä johtuen karsitumpi. Verkkomedian myötä on kehitelty myös uusia muuttujia. Samantapaisen koodausrungon käyttäminen mahdollistaa aineiston vertaamisen aiempaan suomalaiseen tutkimukseen, jonka otoksesta tosin verkkolehdet puuttuvat. *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannan* (2007) otokseen sisältyi kuusi sanomalehteä, kaksi iltapäivälehteä, kaksi ilmaisjakelulehteä sekä neljä eri radio- ja televisiokanavien uutislähetystä, joiden kaikki etusivuaiheet sekä sähköisten uutislähetysten aiheet analysointiin.

Sekä verkkolehtien että sanomalehtien pääuutisista on analysoitu:

1. **Jutun aihe.** Eri aiheiden näkyvyyttä on selvitetty luokittelemalla jutut aiheiluokkiin, joita on 32. Aiheluokat on ryhmitelty kahdeksaan aihepiiriin. Luokittelua aiheiluokkien alaluokkiin ei tässä tutkimuksessa ole käytetty toisin kuin *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (Saloniemi & Suikkanen 2007).
2. **Jutun maantieteellinen alue.** Maantieteellinen alue on määritelty jutun julkaisseen median näkökulmasta paikalliseksi tai alueelliseksi, valtakunnalliseksi, EU-tasoiseksi, ulkomaiseksi tai eri alueellisia näkökulmia yhdistäväksi.
3. **Dramatisoivat elementit, päätoimijan viiteryhmä ja sukupuoli.** Dramatisoivissa elementeissä on kiinnitetty huomiota seksiä, väkivaltaa, henkilöä, sankaritekoja tai ylipäättänsä sensaatiota korostaviin piirteisiin. Päätoimija on luokiteltu päätoimijan edustaman organisaation mukaan.
4. **Jutturyppääseen sisältyvien juttujen luonne, oheisjuttujen tai linkkien määrä sekä multimedian käyttö tai viittaukset multimediaan.** Pääuutisista on katsottu, sisältävätkö ne oheisjuttuja, jotka on luokiteltu joko uutisiksi tai mielipiteiksi tai molemmiksi. Myös oheisjuttujen määrä on katsottu. Verkkojutuista on katsottu, sisältävätkö ne multimediaalisia elementtejä (video, äänitiedosto, kuvagalleria, linkki lähdemateriaaliin, mutta myös viittaus sanomalehden juttuun, esimerkiksi "Aiheesta lisää huomisen lehdessä"). Sanomalehden juttu on

saanut arvon multimedia-muuttujaan, jos jutusta on viitattu verkkoon (esimerkiksi “Katso video verkosta”). Muuttujilla kuvataan juttujen monipuolisuutta ja ristiviittauksia sanoma- ja verkkolehdistä.

5. **Lainaukset**, mikäli julkaistu juttu perustuu toisen median julkaisemaan uutiseen ja lähde mainitaan jutussa. Muuttuja kertoo medioiden välisestä agendasta.
6. Verkkolehdistä juttuihin liittyvien **kommenttien määrä**. Kommenttien määrä kertoo, herättääkö uutisaihe vuorovaikutusta yleisön kanssa. Kommenttien määrä katsottiin kolmen ja puolen kuukauden päästä aineiston keruuhetkestä hakemalla jutut eri verkkolehdistä, koska juuri julkaistuihin juttuihin kommentteja ei ehdi kertyä.

Median agendaa on tutkittu samaan tapaan kuin *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (Saloniemi & Suikkanen 2007, 28) kahdesta luvusta (x/y) muodostuvalla indikaattorilla, jossa x=tarkasteluhetken eri pääuutisten määrä ja y=pääuutisten määrä tarkasteluhetkellä. Verkkolehtien uutisvalintoja on verrattu keskenään jokaisena otospäivänä kello 9 ja 17 ja sanomalehtien jokaisena otospäivänä. Myös ykkösuutisvalinnat on katsottu. Ykkösuutisella tässä tutkimuksessa tarkoitetaan verkkolehdistä etusivun ylimmäiseksi priorisoitua juttua ja sanomalehdistä etusivun suurimmalla otsikolla varustettua juttua. Sanomalehtien ja verkkolehtien välistä agendaa on tutkittu vertaamalla aamun sanomalehden ja aamun verkkolehden pääuutisvalintoja sekä illan verkkolehden ja seuraavan aamu sanomalehden pääuutisvalintoja samassa mediassa (esim. Aamulehti – Aamulehden verkkolehti).

Verkkolehtien luetuimmista jutuista ja keskustelluimmista aiheista on analysoitu vain aihe. Keskustelluimmista on katsottu myös kommenttien määrä. Analysointi on tehty vain keskusteluketjun aiheen mukaan. Keskusteluketjuun kuuluvia yksittäisiä viestejä ei ole analysoitu tässä tutkimuksessa.

Ristiintaulukoinnissa on käytetty selittävänä muuttujana mediaa eri tavoin ryhmiteltynä (pääjako sanomalehdet ja verkkolehdet, tarvittaessa on käytetty kolmijakoa sanomalehdet, sanomalehtien verkkolehdet ja vain verkossa ilmestyvät; lisäksi tarvittaessa media-muuttujasta on tehty uusia muuttujia esimerkiksi valtakunnallisen ja alueellisen jaon mukaan, julkaisijan mukaan ja mediatyyppin mukaan). Lisäksi selittäviä muuttujia ovat muun muassa julkaisuaika, jutun prioriteetti ja valinta (toimituksen vai lukijoiden).

Tutkimusaineiston koodaustapa on tarkemmin selostettu liitteessä 2, jossa on koodausrunko.

Tutkimusaineiston otsikkolistaus on liitteessä 3.

Tutkimuksessa käytettävistä muuttujista valtaosa on luokittelu- eli nominaaliasteikon muuttujia.

Tällöin muuttujien alkiot voidaan jakaa eri ryhmiin ominaisuuksien perusteella tai kertoa, ovatko ne samanlaisia vai erilaisia. (Seppänen 2005, 153.) Muuttujia ristiintaulukoimalla saadaan esiin kahden muuttujan välisiä riippuvuussuhteita (emt., 161). Analysointivaiheessa aineistosta on tarkistettu muuttujien frekvenssit sekä ristiintaulukoitu muuttujia edellä kuvatulla tavalla. Osa tutkimuksessa käytettävistä muuttujista on suhdeasteikollisia: juttuun liittyvien oheisjuttujen määrä sekä juttuun liittyvien kommenttien määrä. Suhdeasteikoisilla muuttujilla on selkeä nollakohta. Asteikolla voidaan mitata, kuinka moninkertainen muuttujan arvo on toiseen verrattuna. (Heikkilä 2005, 82.)

6. Rikoksia, rahaa ja urheiluhenkeä

Tässä luvussa käsitellään tutkimusnäytteen verkkolehtien ja sanomalehtien uutisvalintoja. Uutisviikon ja koko aineiston kuvauksen jälkeen käydään läpi pääuutisten aihepiirit, juttujen maantieteelliset alueet, dramatisoivat esitystavat, juttujen päätoimijoiden viiteryhmät ja sukupuolet sekä juttujen monipuolisuus verkko- ja painetuissa lehdissä. Luetelluilla muuttujilla voidaan kuvata, millainen on sanoma- ja verkkomedian muodostama julkisuustila ja onko julkisuustilassa esimerkiksi välinekohtaisia eroja.

Pääuutisvalintojen analysoinnin jälkeen pureudutaan digitaalisen ajan uutisagendaan analysoimalla uutisvalintojen yhtenäisyyttä verkko- ja sanomalehdissä sekä saman median eri välineissä.

Analysointitavasta johtuen tutkimus ei ole puhdasverinen agenda-tutkimus, vaan pääuutisaiheiden sisällönanalyysin kautta pyritään ennemminkin hahmottamaan verkkomedian luomaa julkisuustilaa ja vertaamaan sitä perinteisemmän painetun valtamedian julkisuustilaan.

6.1. Yleiskuva uutisviikosta

Tutkimuksessa kukin juttu on luokiteltu aiheen mukaan yhteen luokkaan. Aihealuokkia on 32, jotka on lisäksi ryhmitelty kahdeksaan yleisempään aihepiiriin Saloniemen ja Suikkasen (2007) tekemän jaottelun mukaan. Aihepiirejä ovat: 1) politiikka, 2) turvallisuus, 3) talous, 4) ympäristö, energia, liikenne ja asuminen, 5) sosiaaliturva ja terveys, 6) informaation tuotanto ja kierto, 7) vapaa-aika, kulttuuri, viihde ja perhe ja 8) muut. Tarkempi aihealuokitus on liitteessä 2.

Koko pääuutisaineistoa tarkasteltaessa on huomioitava, että aineistossa verkkolehtien painoarvo on sanomalehtiä suurempi näytteen ja näytteen keräystavan takia; näytteessä on kaksi verkkolehteä enemmän kuin sanomalehtiä, ja verkkolehtien uutisvalintoja tarkastellaan kahdesti päivässä painetun lehden ilmestyessä kerran päivässä. Kullakin havaintokerralla on katsottu kolme pääuutista sekä verkko- että sanomalehdistä.

Havaintoyksiköistä (396 kpl) sanomalehtien etusivuilla julkaistuja juttuja on 26 prosenttia (102 kpl) ja verkkolehdissä julkaistuja etusivujen juttuja 74 prosenttia (294 kpl). Käytännössä verkkolehti-aineistossa on havaintoyksiköitä 293, koska yhdellä havaintokerralla (28.1.2008 kello 17) Kalevan verkkolehdessä oli analysoitavissa vain kaksi pääuutista.

Tutkittava uutisviikko (28.1.–3.2.2008) oli poikkeuksellinen useiden urheilijoita koskevien oikeus- ja rikosjuttujen takia. Viikko alkoi maanantaina 28.1.2008 hiihdon olympiavoittaja Mika Myllylän

rattijuopumusosoikeudenkäynnillä; uutisaihe ylsi kuusi kertaa pääuutisten joukkoon. Uutisviikko jatkui tiistaista lähtien lähes koko viikon jääkiekkoilija Jere Karalahden huumeoikeudenkäyntiin liittyvillä aiheilla. Kaikkiaan Karalahtea käsiteltiin 23 kertaa pääuutisten joukossa. Torstaina uutisagendalle yhtä lukuun ottamatta kaikissa verkkolehdistä nousi ampumahiihtäjä Kaisa Variksen epo-käryn varmistuminen. Aihe nousi pääuutisagendalle kaikkiaan 12 kertaa.

Urheilu oli myös myönteisessä mielessä esillä. Värikkään taustan omaavan mäkihyppääjän Matti Nykäsen paluu hyppymäkeen veteraanien SM-kisoissa sai osakseen median huomiota, samoin Teemu Selänteen paluu NHL-kaukaloon.

Kotimaan muusta pääuutistarjonnasta usean median agendan läpäisi Kemijärven sellutehtaasta ostopalvelun tehnyt Anaika Group ja sellutehtaan lakkauttamisesta syntyneen Massaliikkeen epäluulo liimapuupalkkeja valmistavaa yritystä kohtaan. Asia nousi 11 kertaa pääuutisten joukkoon, tosin monesta eri näkökulmasta tarkasteltuna.

Myös Nokian vesikriisi ja talviseen vuodenaikaan liittyvät lumimyrskyt saivat huomiota osakseen.

Ulkomaan uutisista esiin nousi Yhdysvaltain presidentinvaalien esivaalikierros; aihe oli yhdeksän kertaa pääuutisagendalla.

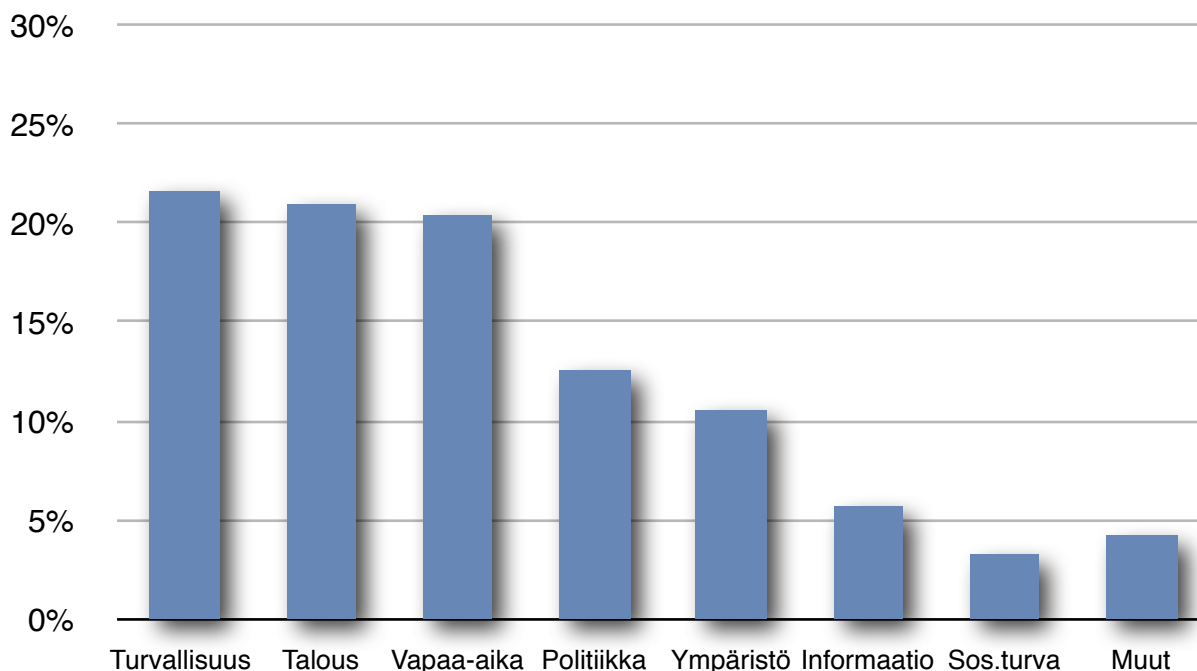
Taulukko 1: Suosituimmat uutiset pääuutisten joukossa koko aineistossa 28.1.-3.2.2008:

Avainsana	Määrä	%
Jere Karalahden oikeudenkäynti	23	5,8%
Kaisa Variksen epo-käry	12	3,0%
Kemijärven työtilanne	11	2,8%
USA:n presidentinvaalit	9	2,3%
Nokian vesikriisi	8	2,0%
Mika Myllylän oikeudenkäynti	6	1,5%
Matti Nykäsen paluu hyppymäkeen	5	1,3%
Lumimyrsky	5	1,3%
Selänteen paluu NHL-kaukaloon	5	1,3%
Bushin viimeinen linjapuhe	4	1,0%
Eduskunnassa tapahtuva häirintä	4	1,0%
Kunnallisverovertailu	4	1,0%
Maija Lahtisen löytyminen	4	1,0%
Lentokoneen rikkoutuminen	4	1,0%
Lääkäriskoulutus	4	1,0%
Missikisat	4	1,0%
Nokian Bochumin tehtaan lakkautus	4	1,0%
AL:n parveketupakointigallup	4	1,0%
Presidentin maakuntamatka	4	1,0%
Suur-Jyväskylän syntyminen	4	1,0%
Äidin palkkamurhan yritys	4	1,0%

6.2. Rikokset, yritystalous ja urheilu painottuvat koko aineistossa

Koko verkko- ja sanomalehtiaineiston pääuutisvalinnoissa painottuivat tasavahvasti turvallisuuteen, talouteen ja vapaa-aikaan liittyvät aiheet, kun aineistoa tarkastellaan yleisemmän 8-luokkaisen aihepiiriluokituksen mukaan (kuvio 2); näin tarkasteltuna aineistossa verkkolehtien painoarvo on kolminkertainen. Turvallisuus-aihepiiriin kuului koko aineistosta 22 prosenttia (86 pääuutista), talous-aihepiiriin 21 prosenttia (83 pääuutista) ja vapaa-aika, kulttuuri ja viihde ja perhe -aihepiiriin 21 prosenttia (81 pääuutista). Kaikkein vähiten pääuutisissa käsiteltiin sosiaaliturvaan ja terveyteen liittyviä aiheita, vain hieman yli kolmessa prosentissa (13 pääuutista) tutkimusaineiston jutuista.

Kuvio 2: Pääuutisten aihepiirit koko aineistossa (N=395)



Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa (Saloniemi & Suikkanen 2007, 21) vapaa-aikaan (27%) liittyvät aiheet olivat suosituimpia. Poliitiikka (24%) ja talous (17%) olivat seuraaviksi suosituimpia. Turvallisuus-aihepiiri (12%) oli vasta viidenneksi suosituin. Sosiaaliturva ja terveys (7%) oli tämän tutkimuksen tavoin vähiten suosittu aihepiiri.

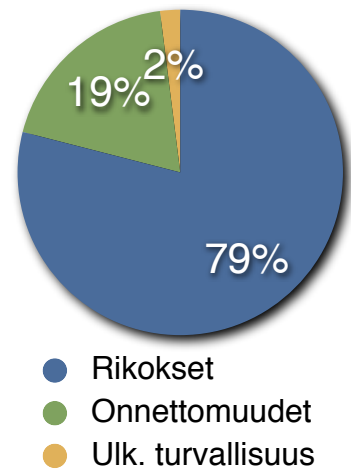
On huomattava, että *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* tutkimusotos oli erilainen tähän tutkimukseen verrattuna, sillä otokseen ei sisällynyt verkkolehtiä. Toisaalta tutkimuksessa analysoitiin kaikki sanomalehtien etusivujen aiheet sekä sähköisistä uutislähetysistä kaikki lähetyksen aiheet. (Emt., 19-20.) Ko. tutkimuksessa politiikan suosio selittyi radio- ja televisiouutisten sisällymisellä otokseen (emt., 23).

Tässä tutkimuksessa suosituimpaan turvallisuus-aihepiiriin kuuluvat aihealuokista rikos ja rangaistus, onnettomuudet ja pelastustoimi sekä ulkoinen turvallisuus ja maanpuolustus. Turvallisuusaiheista rikos ja rangaistus haukkasivat valtaosan, lähes 80 prosenttia, kun aihealuokka suhteutetaan koko aihepiiriin juttuihin (kuvio 3). Onnettomuuksia ja pelastustoimia käsitteli vajaa viidennes jutuista. Suomen ulkoista turvallisuutta ja maanpuolustusta käsitteli vain kaksi juttua koko turvallisuus-aihepiiriin kuuluvista 86 jutusta. *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (2007, 22) rikosten ja rangaistusten osuus turvallisuus-aihepiiristä oli myös suosituin, mutta vain 56 prosentin osuudella, kun taas onnettomuuksien (30 %) ja maanpuolustuksen (14 %) osuus oli tätä tutkimusta suurempi.

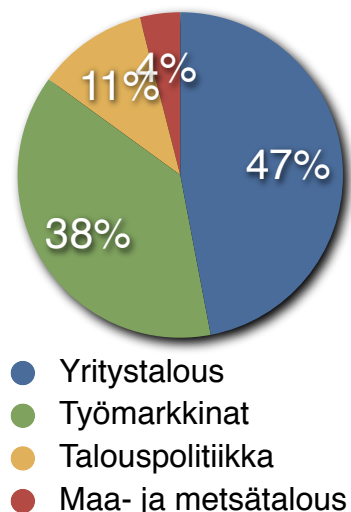
Koko aineistossa toiseksi suosituimpaan talous-aihepiiriin kuuluvat aihealuokista yritystalous ja rahoitusmarkkinat sekä liiketoiminta, työmarkkinat ja työelämä, maa- ja metsätalous sekä talouspolitiikka. Talous-aihepiiriin jutuista lähes puolet käsitteli yritystaloutta ja rahoitusmarkkinoita sekä liiketoimintaa (kuvio 4). Työmarkkinoita ja talouselämää käsitteli lähes 40 prosenttia. Talouspolitiikkaa käsitteli noin joka kymmenes aihepiiriin jutuista. Maa- ja metsätalous sai huomiota osakseen vain kolmen jutun verran. Myös *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (2007, 22) yritystalous ja työmarkkinat lohkaisivat kolme neljäsosaa aihepiiriin jutuista.

Koko aineistossa kolmanneksi suosituimpaan vapaa-aikaa, kulttuuria ja viihdettä sekä perhettä kuvaavaan aihepiiriin kuuluvat aihealuokista kulttuuri ja viihde, urheilu, perhe ja parisuhde, kotitalous, ruoka ja kuluttaminen sekä harrasteet ja vapaa-aika. Aihepiiriin jutuista vajaa puolet oli urheilua (kuvio 5). Kotitaloutta, ruokaa ja kuluttamista käsitteli viidennes jutuista. Perhe ja parisuhde sekä kulttuuri ja viihde olivat varsin tasavahvoja noin 15 prosentin osuuksilla. Harrasteita ja vapaa-aikaa aihepiiriin

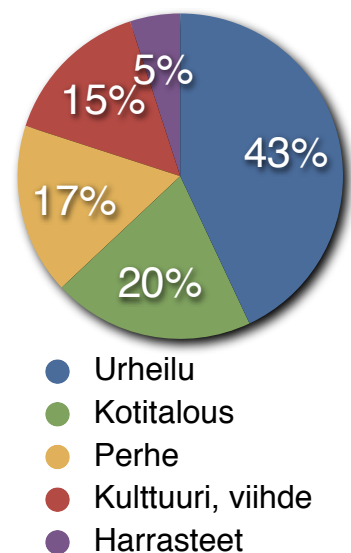
Kuvio 3: Turvallisuus (N=86)



Kuvio 4: Talous (N=83)



Kuvio 5: Vapaa-aika (N=81)



pääuutisaiheista käsitteli vain neljä juttua. *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (2007, 22) kulttuuria ja viihdettä käsittelevät jutut olivat aihepiirin suosituimpia. Urheilu oli toiseksi suosituin.

Rikos ja rangaistus, yritystalous ja urheilu olivat siis suosituimmat yksittäiset pääuutisaiheet verkko- ja sanomalehtiaineistossa. 32-luokkaisen aiheuokituksen mukaan rikos ja rangaistus - aiheisten juttujen osuus koko aineistosta oli ylivoimaisesti suurin, noin 17 prosenttia (kuvio 6).

Yritystaloutta, rahoitusmarkkinoita ja liiketoimintaa käsitteli noin 10 prosenttia jutuista.

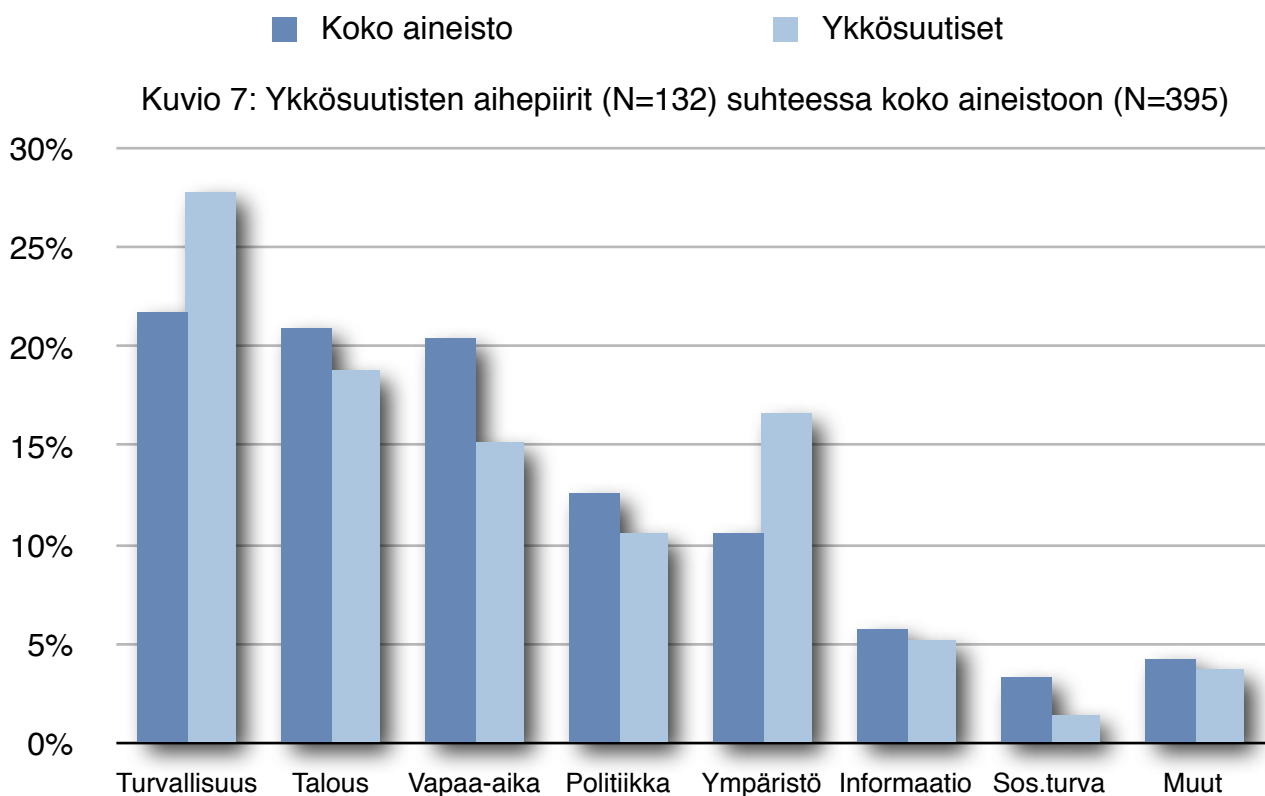
Kolmanneksi suosituin yksittäinen aihe oli urheilu noin yhdeksällä prosentilla; urheilijoihin liittyvät rikosjutut, myös dopingin käyttöön liittyvät, on koodattu aiheuokkaan rikos ja rangaistus, jolloin urheilu-aiheuokan jutut koostuvat “puhtaasta” urheilusta. Myös työmarkkinat ja työelämä sekä ulkomaan politiikka erottuivat hienoisesti aineistosta.

Kuvio 6: Pääuutisten aiheet koko aineistossa (N=395)



6.2.1. Rikokset ja rangaistukset korostuvat ykkösuutisina

Koko verkko- ja sanomalehtiaineistossa suosituin ykkösuutisten (N=132) aihepiiri oli niin ikään turvallisuus peräti 28 prosentin osuudella, mikä on kuusi prosenttia enemmän kuin aihepiirin osuus koko aineistossa (kuvio 7). Seuraaviksi suosituimpia ykkösuutisten aihepiirejä olivat talous (19%) ja hieman yllättäen ympäristö, energia, liikenne ja asuminen (17%). Ykkösuutiseksi on katsottu sanomalehdissä etusivun näyttävimmän otsikoitu juttu ja verkkolehdistä kello 9 ja 17 etusivun ylimmäiseksi priorisoitu juttu.



Kuvio 7: Ykkösuutisten aihepiirit (N=132) suhteessa koko aineistoon (N=395)

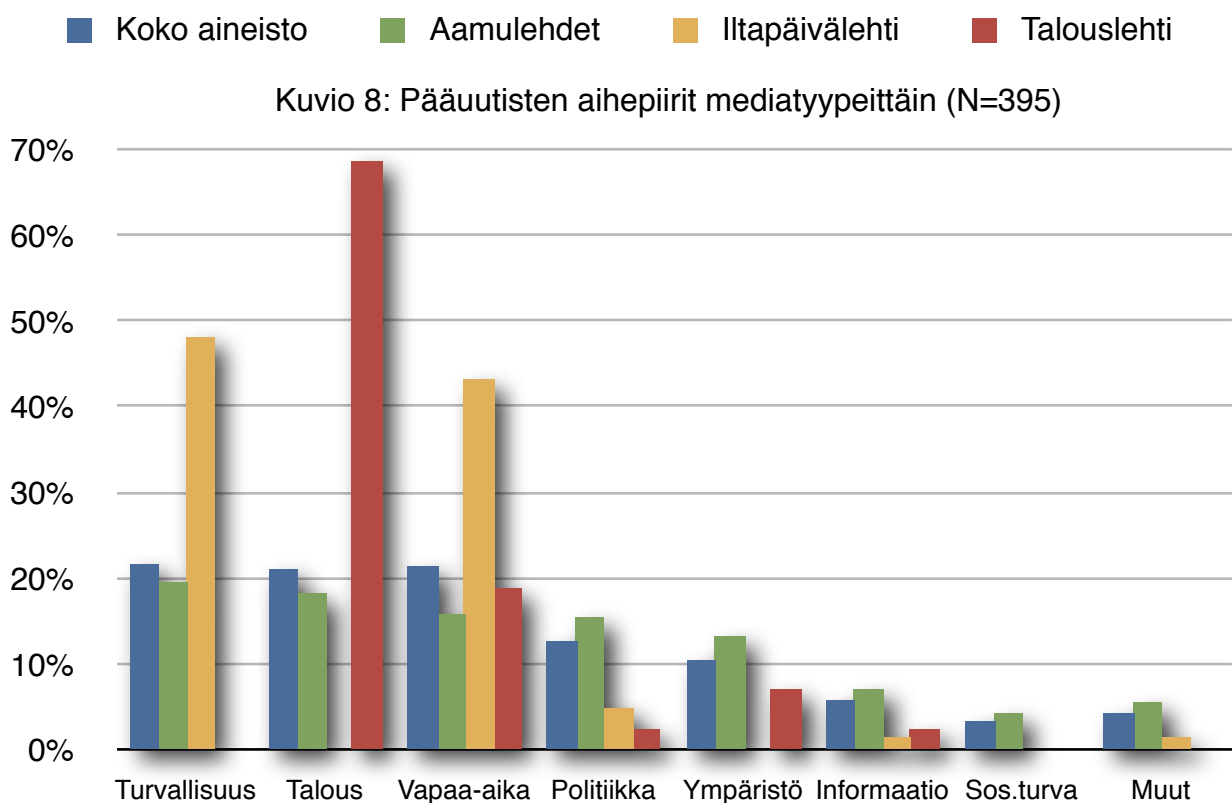
Etusivujen ykkösuutisina koko tutkimusaineistossa loistivat turvallisuus-aihepiiristä etenkin rikokset ja rangaistukset, johon luokkaan kaikista aineiston ykkösuutisista kuului 19 prosenttia. Toisin sanoen analysoiduissa tiedotusvälineissä tutkimusviikolla lähes viidennes kaikkein tärkeimmiksi arvoetuista uutisista käsitteli rikoksia tai rikoksiin liittyviä oikeudenkäyntejä. Seuraaviksi suosituimmat ykkösuutisten aihealueet 32-luokkaisella jaottelulla katsottuna jäivät kauaksi taakse: työmarkkinat ja työelämä (9%), onnettomuudet ja pelastustoimi (8%), yritystalous, rahoitusmarkkinat ja liiketoiminta (7%), asuminen (6%) sekä liikenne ja urheilu (molemmat 5%).

Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa (Saloniemi & Suikkanen 2007, 24-25) ykkösuutisia hallitsivat politiikka (31%) ja turvallisuusaiheet (29%) sekä talous ja ympäristö. Poliitiikka korostui

radio- ja etenkin tv-uutisissa, talous aamulehdissä. Tutkimuksessa turvallisuus-aihepiiristä etenkin rikosuutisia pääuutisina toivat esille iltapäivä- ja ilmaisjakelulehdet.

6.2.2. Iltapäivälehti nostaa turvallisuus-aiheita, talouslehti talous-aiheita

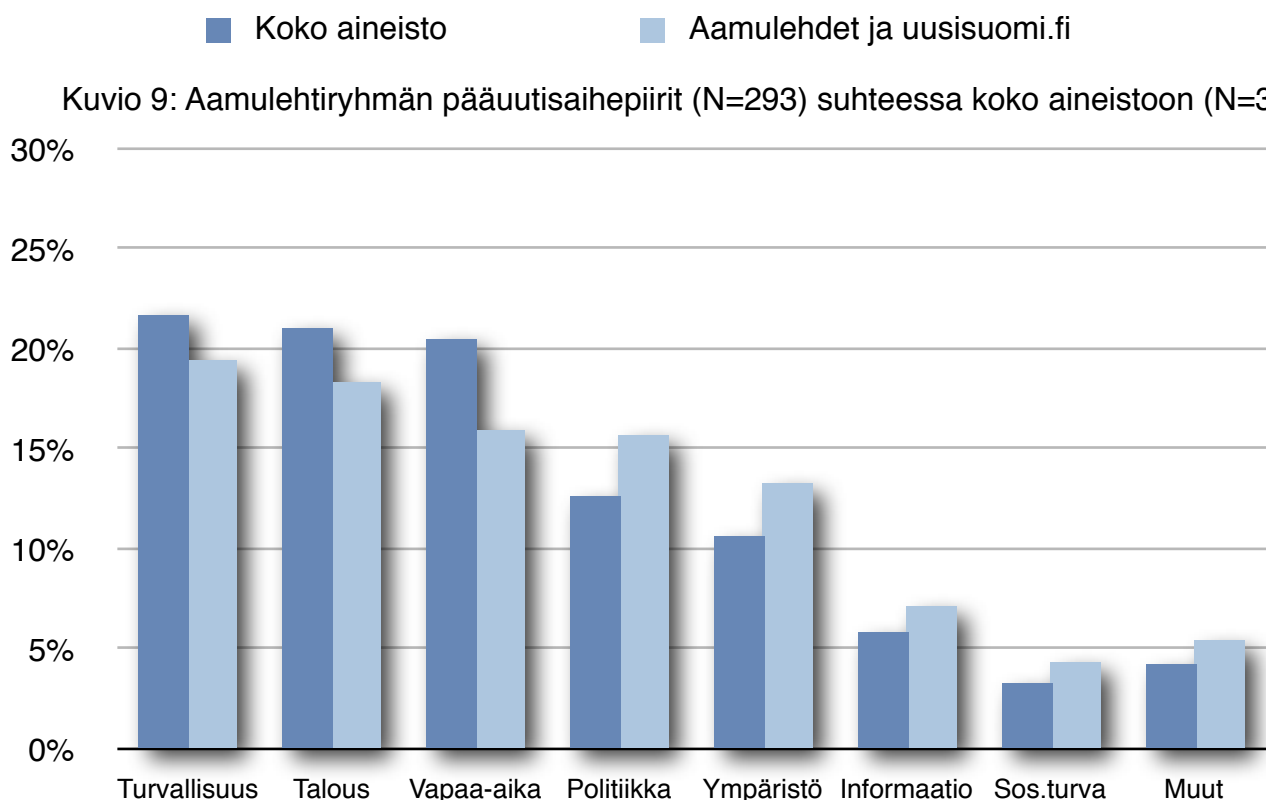
Myös tässä tutkimuksessa yhden iltapäivänlehden ja sen verkkolehden mukanaolo nosti turvallisuus- ja vapaa-aika -aihepiirien osuutta. Samoin pelkästään talousjournalismiin keskittyvän verkkomedian mukanaolo kasvatti talous-aihepiiriä (kuvio 8).



Iltapäivälehti-ryhmän eli Iltalehden ja lehden verkkolehden suosikkiaiheita pääuutisina olivat rikokset (38%), parisuhteeseen liittyvät aiheet (18%), viihde (15%) ja onnettomuudet (10%). 32-luokkaisesta aihejaottelussa Iltalehden molempien versioiden pääuutisiksi nousi aiheita vain 10 luokasta; poissaolollaan pääuutisaiheiden joukosta loistivat täysin talous-, ympäristö- ja sosiaaliturva-aiheet. Poliittikan osuus oli minimaalinen (5%). Myös *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (Saloniemi & Suikkanen 2007, 23) iltapäivälehtien keskeisinä piirteinä olivat turvallisuuden, viihteen ja vapaa-ajan korostunut asema sekä talouden ja poliittikan poissaolo.

Taloussanomien suosikkiaiheita olivat luonnollisesti yritystalous ja rahoitusmarkkinat (33%), työmarkkinat ja työelämä (19%), talouspolitiikka (17%) sekä kotitalouksien kuluttamiseen liittyvät aiheet (17%). Luonteensa mukaisesti talousmediassa ei ollut ollenkaan muun muassa turvallisuusaiheita. Vapaa-aikan aiheista loistivat poissaolollaan urheilu, kulttuuri ja viihde sekä perhe- ja parisuhdeaiheet. Myös politiikka puuttui talouspolitiikkaa lukuun ottamatta. 32-luokkaisesta aihejaottelusta Taloussanomien pääuutiseksi nousi aiheita yhdeksästä luokasta.

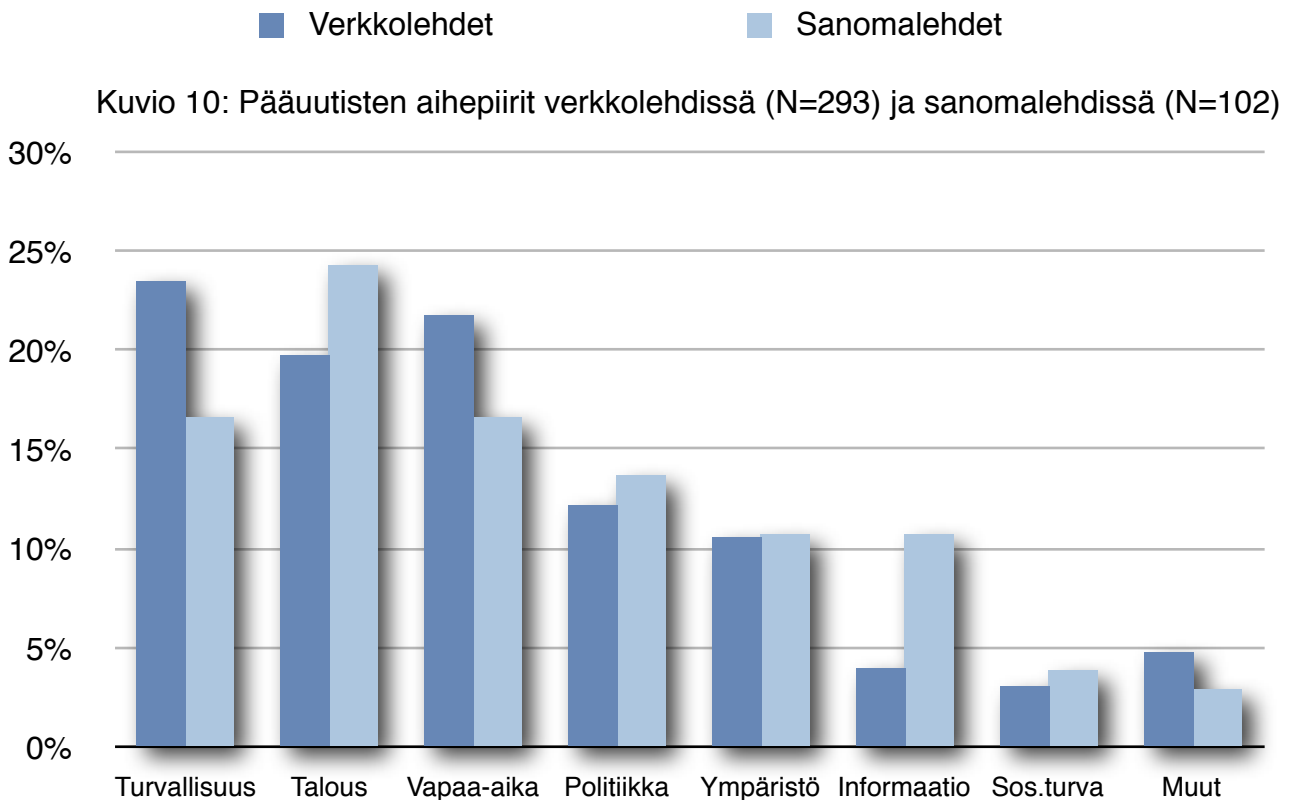
Aamulehdissä ja näiden verkkolehdissä sekä Uuden Suomen verkkolehdeissä pääuutisaiheiksi nousi aiheita kaikista 32 aihealueesta sosiaaliturvaa lukuun ottamatta. Suosituin aihe oli kuitenkin rikokset ja rangaistukset (16%), seuraavina tulivat urheilu (11%), yritystalous ja rahoitusmarkkinat (9%) sekä työmarkkinat ja työelämä (8%). *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (Saloniemi & Suikkanen 2007, 24) aamulehtien erityispiirteinä olivat talouden korostunut asema sekä lukuisat informaation tuotantoon ja kiertoon eli tieteeseen, tutkimukseen, koulutukseen ja joukkoviestintään liittyvät jutut. Tässä suhteessa tämän tutkimuksen aineisto eroaa *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannasta*. Aamulehtiryhmän pääuutisaiheissa painottuvat selvästi verkkolehtien pääuutisvalinnat aineiston jakaumasta johtuen. Jos koko aineistosta poistetaan painetun Iltalehden sekä lehden verkkolehden ja Taloussanomien aineisto, aihepiiri-jakauma tasapainottuisi kuvion 9 mukaisesti, mutta aihepiirien suosituimmuusjärjestys ei kuitenkaan muuttuisi.



Kuvio 9: Aamulehtiryhmän pääuutisaihepiirit (N=293) suhteessa koko aineistoon (N=395)

6.3. Rikos kukoistaa verkkolehdissä, talous sanomalehdissä

Tutkimuksen ensimmäisenä olettamuksena on, että verkkolehdissä painottuvat tapahtumauutiset, kuten rikokset ja onnettomuudet, mutta sanomalehdet tuovat enemmän esille analyttisempiä aiheita, kuten politiikkaa ja taloutta. Kun juttujen aihepiirit ristiintaulukoidaan välineittäin, verkkolehtien ja painettujen lehtien kesken, tulevat esille karkeat erot verkkolehtien ja painettujen lehtien pääuutisvalinnoissa (kuvio 10).

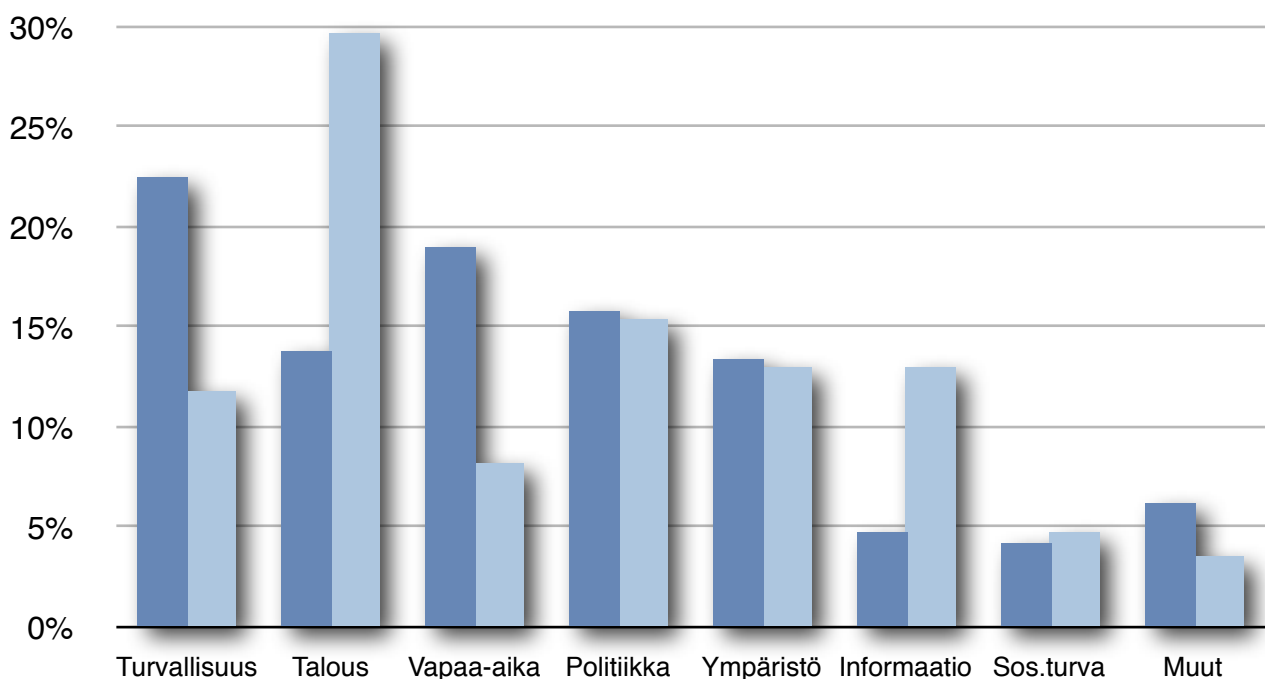


Kuten kuviosta 10 havaitaan, suosituimmat pääuutisten aihepiirit sekä verkkolehdissä että sanomalehdissä olivat samoja: turvallisuutta, taloutta, vapaa-aikaa. Verkkolehdissä pääuutisvalinnat painottuivat vahvasti turvallisuuteen (24%), vapaa-aikaan (22%) ja talouteen (20%); talous tosin korostui pitkälti Taloussanomien ansiosta. Ilman Taloussanomia politiikka (14%) kiilaisi talouden (12%) edelle, mutta muuten aihepiirien järjestys säilyisi samana. Vaikka Taloussanomien ohella Iltalehden verkkolehti poistettaisiin verkkoaineistosta, aihepiirien suosituimmuusjärjestys ei enää muuttuisi. Eli talouteen vahvasti keskittyvän verkkolehden samoin kuin rikoksia ja parisuhde-aiheita korostavan iltapäivälehdien verkkolehden poistaminen verkkoaineistosta muuttaisi vain politiikka- ja talousaiheiden järjestyksen verkkolehtien pääuutisaineistossa (kuvio 11 sivulla 66).

Sanomalehdissä suosituimmat pääuutisaiheet olivat talous (25%) sekä tasavahvasti turvallisuus (17%) ja vapaa-aika (17%). Turvallisuus- ja vapaa-ajan aiheiden osuutta sanomalehtiaineistossa tosin nostaa varsin merkittävästi Iltalehti. Ilman Iltalehteä aihepiirien suosituimmuusjärjestys pääuutisina näyttäisikin varsin toisenlaiselta: talouden osuus ykkösaiehepiirinä nousisi lähes 30 prosenttiin ja politiikka kiilaisi toiseksi. Turvallisuus-aihepiiriä yleisempiä olisivat ympäristö- ja informaatio-aihepiirit. Vapaa-aika olisi pääuutisten joukossa vasta kuudenneksi suosituin kahdeksasta aihepiiristä. Kuviossa 11 kuvataan sanoma- ja verkkolehtien pääuutisten aihepiirijakaumaa, kun aineistosta on poistettu luonteeltaan aamulehdistä eroavat talous- ja iltapäivämedia.

■ Aamulehtien verkkolehdet ja uusisuomi.fi
 ■ Aamulehdet (HS, AL, Kaleva, KSML)

Kuvio 11: Verkko- ja sanomalehtiaineisto ilman Iltalehteä ja Taloussanomiam (N=293)

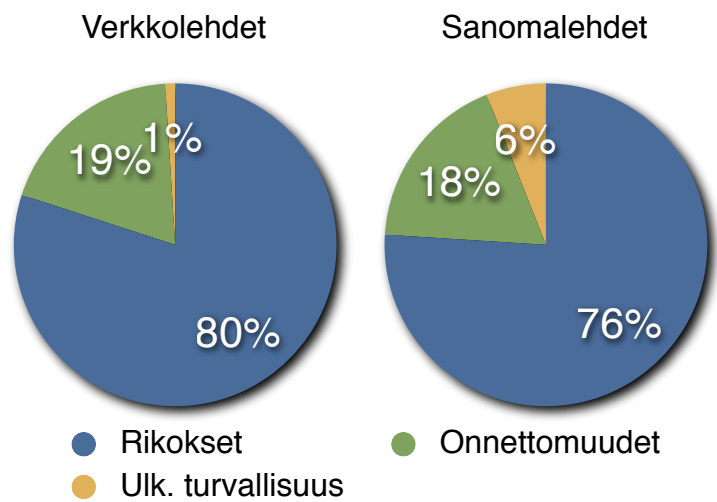


Kuten kuvio 11 voidaan nähdä, aamulehtien ja näiden verkkolehtien pääuutisten aihepiirit eroavat jo melkoisesti toisistaan; sanomalehdissä korostuvat hypoteesin mukaisesti talous ja politiikka, kun taas verkkolehdistä korostuvat iltapäivälehtimäisesti tapahtumauutisointiin liittyvät rikokset sekä vapaa-ajan aiheet. Jatkossa Taloussanomiat sekä Iltalehti ja Iltalehden verkkolehti pidetään aineistossa mukana, mutta painotukset näiden medioiden vahvoihin aihepiireihin huomioiden.

6.3.1. Urheilu ja ulkomaat erottuvat verkossa

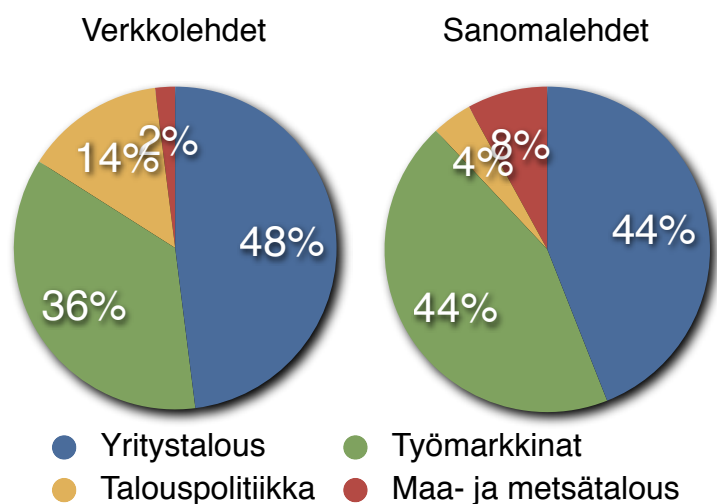
Turvallisuus-aihepiirissä sekä verkko- että sanomalehdissä korostuivat rikokset ja rangaistukset, kun aihe suhteutetaan välineittäin aihepiiriin kuuluviin kaikkien aihealuokkien juttuihin (kuvio 12). Jos verkkolehtiaineistosta poistetaan Iltalehti.fi, jäisi rikosten ja rangaistusten osuus silti 79 prosenttiin. Iltalehden poisto sanomalehtiaineistosta nostaisi rikosten ja rangaistusten osuutta.

Kuvio 12: Turvallisuus-aihepiiri (N=86)



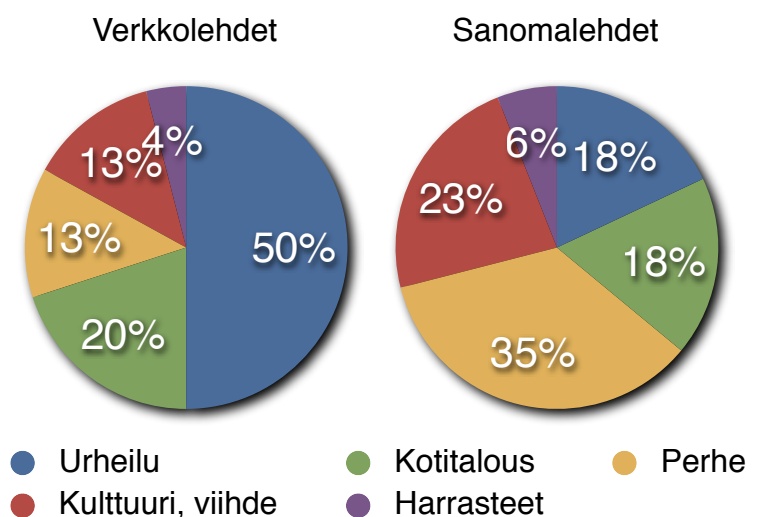
Talous-aihepiirissäkin eri aihealuokkien suhteet olivat varsin samanlaiset verkko- ja sanomalehdissä (kuvio 13). Verkossa talouspolitiikka on Taloussanomien myötä korostunut, sanomalehdissä maa- ja metsätalous sai talouspolitiikkaa enemmän huomiota. Jos Taloussanomien aineisto poistetaan verkko-aineistosta, talouspolitiikan osuus pienenesi kymmenisen prosenttia ja työmarkkina-aiheluokan osuus suurenisi saman verran.

Kuvio 13: Talous-aihepiiri (N=83)



Vasta vapaa-aajan aiheissa tuli esille selkeitä painotuseroja verkkolehtien ja sanomalehtien kesken (kuvio 14). Verkkolehdissä urheilu korostui. Kotitalous painottui Taloussanomien kuluttaja-aiheisen uutisoinnin myötä. Ilman Taloussanomiam osuus olisi lähes puolet vähemmän. Sanomalehdissä perhe- sekä kulttuuri- ja viihde -aiheet korostuivat Iltalehden myötä. Ilman

Kuvio 14: Vapaa-aika -aihepiiri (N=81)



Iltalehteä kulttuurin ja viihteen osuus olisi nolla ja perhe ja parisuhde -aiheluokan 20 prosenttia pienempi. Urheilun osuus sen sijaan kasvaisi 43 prosenttiin eli lähelle verkkolehdtasoa. Myös kotitalous-aiheluokan osuus kasvaisi.

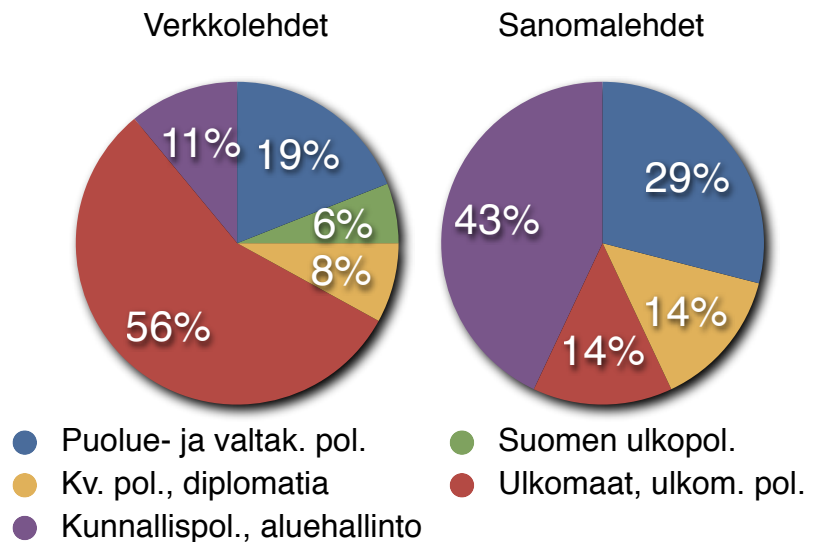
Politiikka-aihepiiri oli vasta neljänneksi suosituin otoksen pääuutisvalinnoissa sekä verkko- että sanomalehdissä. Perinteisessä agenda-tutkimuksessa huomio kiinnitettiin nimenomaan yhteiskunnallisesti tärkeiden aiheiden merkittävyyden siirtoon median agendalta yleisön agendalle. Tämän tutkimuksen perusteella politiikka ei nouse vahvasti enää edes median agendalle. *Suomalaisen uutismedian*

vuosi-seurannassa (Saloniemi & Suikkanen 2007, 23) radio ja televisio olivatkin leimallisesti politiikan uutisoinnin välineitä. Politiikka-aihepiiriä tarkemmin katsottuna sekä verkko- että sanomalehdissä tuli esille mielenkiintoisia eroja (kuvio 15). Verkkolehdtet painottivat politiikasta uutisoidessaan ulkomaiden poliittisia järjestelmiä koskevia juttuja ja poliittisesti merkityksellisiä tapahtumia. Sanomalehdet vastaavasti painottivat kunnallispolitiikkaa ja aluehallintoa pääuutistensa joukossa. Verkkolehdtet näyttäytyivät näiltä osin globaalina uutisvälineenä sanomalehtien painottaessa paikallisia asioita. Tämän tutkimuksen yhtenä oletuksena kuitenkin on aiempien tutkimusten perusteella, että verkkomedia olisi sanomalehtiä paikallisempi. Pääuutisaiheiden alueellista jakaumaa käsitellään tarkemmin

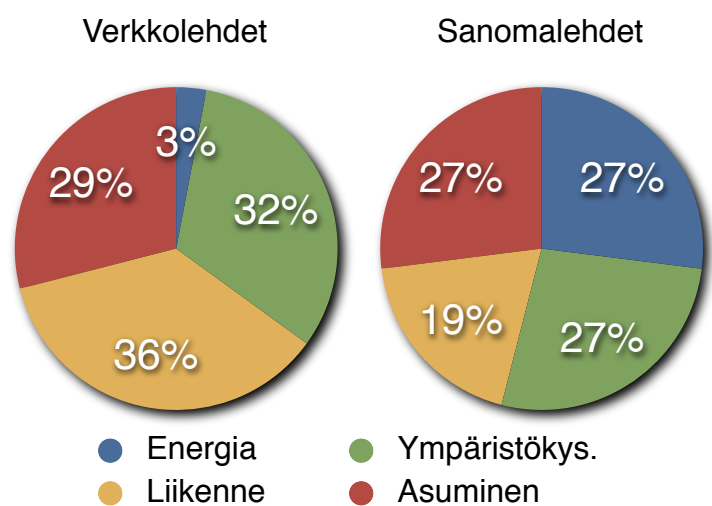
luvussa 6.4. Iltapäivälehdien ja talousverkkolehden aineisto ei juurikaan vaikuta politiikka-aihepiirin jakaumiin.

Ympäristö-aihepiiriin on tässä tutkimuksessa sisällytetty aiheista energia, ympäristökysymykset, liikenne ja asuminen. Verkkolehdissä liikenne painottui jonkin verran, sanomalehdissä energiaan liittyvät aiheet (kuvio 16).

Kuvio 15: Politiikka-aihepiiri (N=50)



Kuvio 16: Ympäristö-aihepiiri (N=42)



Informaation tuotantoon ja kiertoon liittyvään aihepiiriin sisältyvistä aiheista koulutus ei noussut verkkolehdistä tutkimusviikolla kertaakaan pääuutisaiheeksi. Sen sijaan uskonto ja joukkoviestintä olivat sanomalehtiä enemmän esillä. Sanomalehdissä aihepiiristä painottuivat tieteeseen, tutkimukseen ja tekniikkaan liittyvät jutut (kuvio 17).

Sosiaaliturvaan ja terveyteen liittyvät aiheet olivat lähestulkoon paitsiossa pääuutisagendalla tutkimusviikolla. Sekä verkko- että sanomalehdet eivät nostaneet kertaakaan sosiaaliturvaan liittyviä aiheita pääuutisten joukkoon (kuvio 18). Luokituksessa sosiaaliturvaan on kuitenkin sisällytetty kansalaisia jokapäiväisessä elämässä koskettavia aiheita, kuten päivähoito, vanhusten hoito ja erilaiset etuudet.

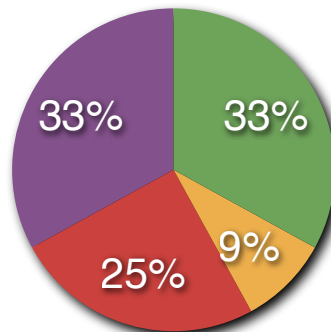
Muut-aihepiiriin kuuluvat vähemmistöjä koskevat jutut, sää-aiheet sekä aiheet, jotka eivät sisälly mihinkään muuhun aihealuokkaan. Sää-aiheet korostuivat verkossa, mikä liittyy verkkomedian tapahtumauutisluonteeseen (kuvio 19)

Yllä kuvatuista aihepiirien sisällöllisistä eroista verkko- ja sanomalehdissä ei

pienten, alle 50 juttua sisältävien, aihepiirien osalta voi tehdä johtopäätöksiä kuin tutkimusotoksen ja tutkimusviikon osalta. Pieniä aihepiirejä olivat ympäristöön (N=42), informaation kiertoon (N=23), sosiaaliturvaan ja terveyteen (N=13) sekä muihin aiheisiin (N=17) liittyvät aihepiirit.

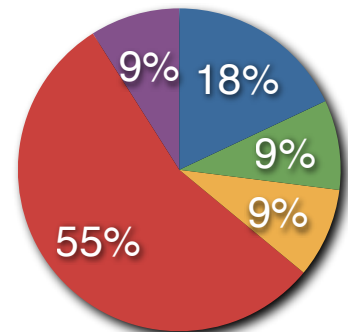
Kuvio 17: Informaatio-aihepiiri (N=23)

Verkkolehdet



- Koulutus
- Historia
- Uskonto, elämäkats.

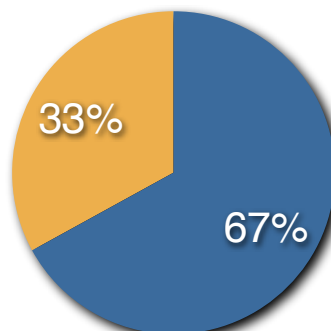
Sanomalehdet



- Joukkoviestintä
- Tiede, tutk., tekn.

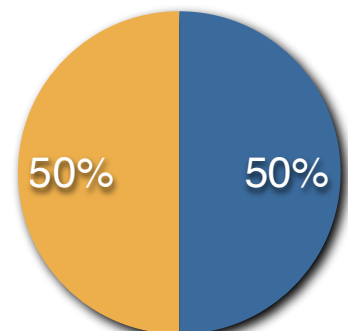
Kuvio 18: Sosiaaliturva-aihepiiri (N=13)

Verkkolehdet



- Terveys ja sairaus
- Alkoholi ja huumeet

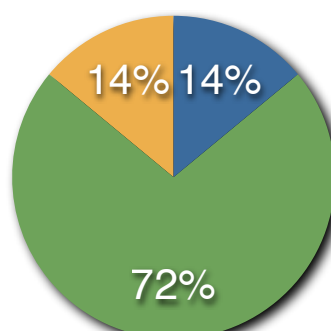
Sanomalehdet



- Sosiaaliturva

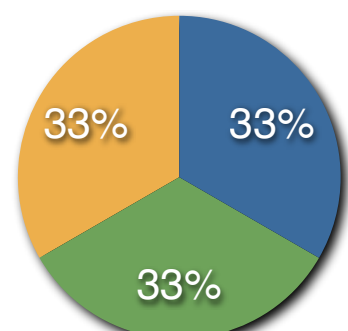
Kuvio 19: Muut-aihepiiri (N=17)

Verkkolehdet



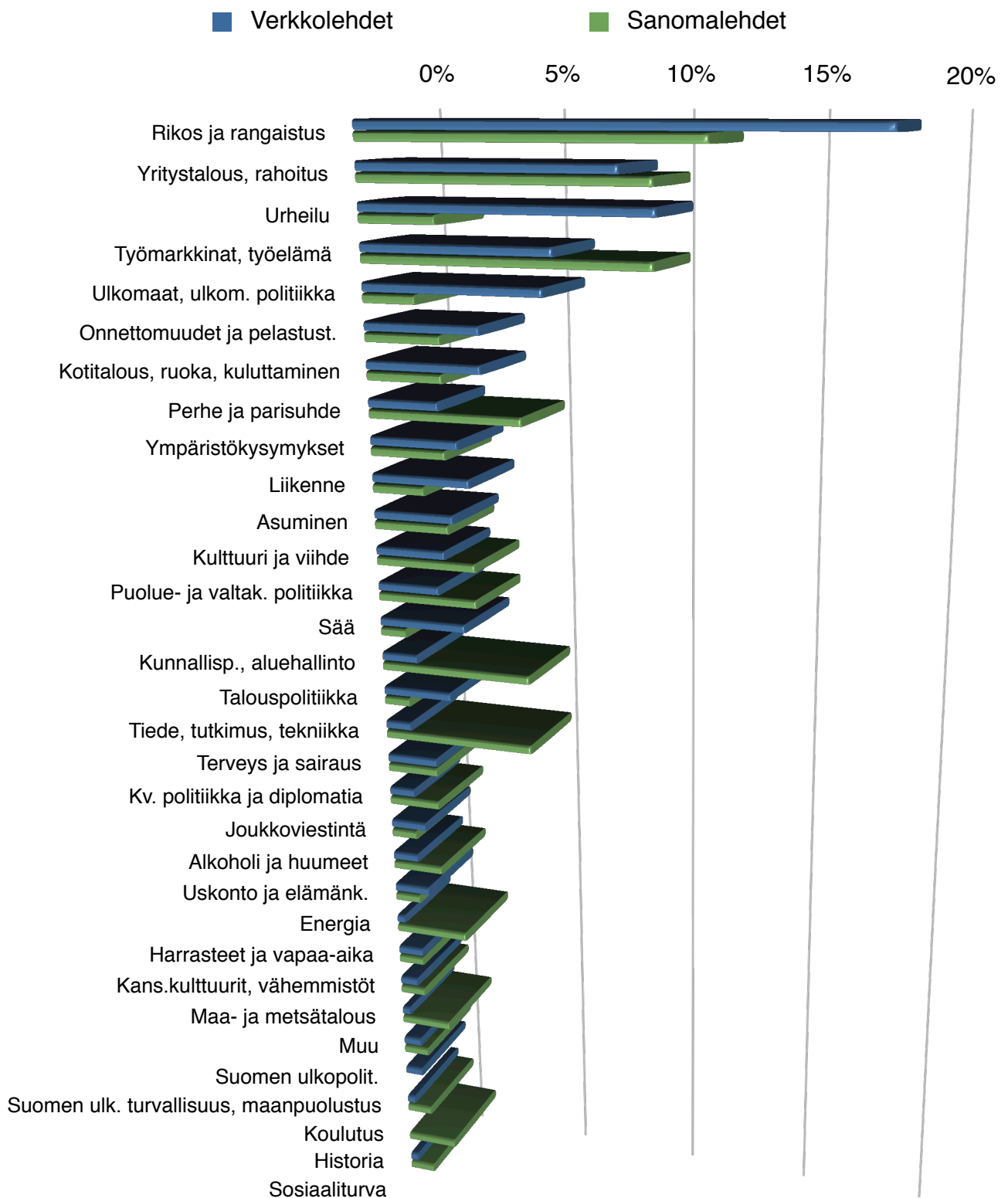
- Vähemmistöt
- Sää
- Muu aihe

Sanomalehdet



Selvemmin erot pääuutisvalinnoissa verkko- ja sanomalehdissä tulevat esille ristiintaulukoidessa aineisto välineryhmittäin 32-luokkaisen aihealuokituksen mukaan (kuvio 20).

Kuvio 20: Pääuutisten aiheet verkko- ja sanomalehdissä (N=395)



Verkkolehdistä pääuutisten aiheista ylivoimaisesti suosituin oli, kuten aiemmin on jo usein tullut esille, rikos ja rangaistus. Lähes viidennes näytteen verkkolehtien pääuutisista käsitteli rikoksia ja rangaistuksia; prosenttia nosti tutkimusviikolla etenkin Jere Karalahden huume-epäilyihin liittyvän oikeudenkäyntiprosessin alkaminen sekä Mika Myllylän rattijuopumus-oikeudenkäynti ja Kaisa Variksen epo-käry. Karalahdesta oli tutkimusviikolla verkkolehtien pääuutisten joukossa 20 juttua, Variksesta 10 juttua ja Mika Myllylästä viisi juttua. Kolme aihetta haukkasi lähes 65 prosenttia aiheesta. Vaikka aineistosta poistettaisiin Iltalehden verkkolehti, rikosten ja rangaistusten osuus verkkolehdistä jäisi silti vajaaseen 18 prosenttiin eli se olisi ylivoimaisesti suosituin aihe aamulehtienkin verkkolehtien pääuutisten joukossa.

Sanomalehdissäkin rikos ja rangaistus oli suosituin yksittäinen aihe. Rikoksia ja rangaistuksia käsiteltiin pääuutisina 13 kertaa, mikä on 13 prosenttia painettujen lehtien pääuutisaineistosta tutkimusviikolla. Yksittäisistä aiheista Jere Karalahti nousi sanomalehdissä esille kolmesti pääuutisten joukossa etusivulla, Kaisa Varis kahdesti ja Mika Myllylä kerran. Painetun Iltalehden osuus rikos ja rangaistus -aiheisista pääuutisista oli vajaat 40 prosenttia (viisi juttua), mutta myös muun muassa Keski-suomalainen painotti aihetta neljän pääuutisen verran viikon aikana. Pääaiheiksi Keski-suomalaisessa tosin nousivat yksittäisiä rikoksia yleisemmät aiheet, kuten rahanpesurikosten yleistyminen, ihmisoikeuksiin kohdistuvat rikokset ja lapsiin kohdistuvien rikosten rangaistavuus. Ilman Iltalehteä sanomalehtien pääuutisten suosikkina olisivat yritystalous, rahoitusmarkkinat ja liiketoiminta sekä työmarkkinat ja työelämä. Rikos-aiheet olisivat kuitenkin kolmantena.

Toiseksi suosituin aihe verkkolehtien pääuutisten joukossa oli urheilu reilulla 10 prosentilla. 32 jutusta Teemu Selänteen paluu NHL-jäille vei viisi juttua, Matti Nykäsen paluu hyppymäkeen neljä juttua. Painetuissa lehdissä urheilun osuus pääuutisista oli vain vajaat kolme prosenttia (3 juttua).

Kolmanneksi suosituin pääuutisaihe verkkolehdistä oli yritystalous ja rahoitusmarkkinat sekä liiketoiminta (10%). Myös työmarkkinat ja työelämä (7%) erottuivat aineistosta määrällisesti tarkasteltuna. Aiheiden osuutta verkkolehtien pääuutisvalintoja tarkasteltaessa kasvatti Taloussanomien. Ilman Taloussanomien aiheiluokkien osuudet putoaisivat 6–7 prosentin väliin ja talousaiheiden edelle kiilaisivat ulkomaat ja ulkomaiden politiikka (8%). Sanomalehdissä molemmat talousaiheet olivat tasavahvoja rikosten ja rangaistusten jälkeen 11 prosentin osuudella. Näin aiheet yhdessä nostivat talous-aihepiirin vahvimaksi pääuutisten joukossa painetuissa lehdissä.

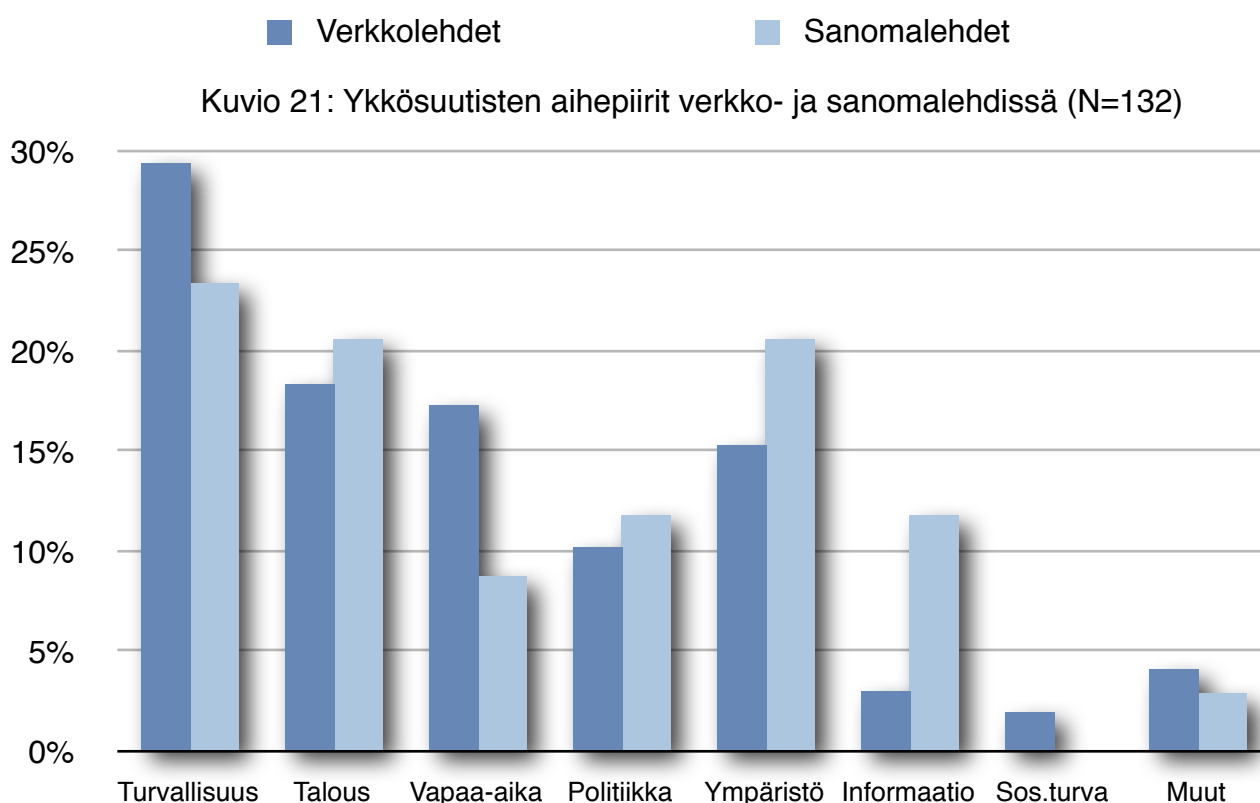
Ulkomaat ja ulkomaiden politiikka (7%) painoutuivat jonkin verran verkkolehdistä. USA:n presidentinvaalien esivaalikierros oli kahdeksan kertaa pääuutisten joukossa, presidentti George W. Bushin viimeinen linjapuhe neljä kertaa. Kaikkiaan ulkomaan uutinen oli verkossa pääuutisten joukossa tutkimusviikolla 20 kertaa. Painetuissa lehdissä vastaava osuus oli vain kaksi juttua.

Sanomalehdissä kunnallispolitiikka ja aluehallinto, perhe ja parisuhde sekä tiede, tutkimus ja tekniikka erottuivat hienoisesti pääuutisten joukossa. Parisuhde-aiheisten juttujen osuutta nosti Iltasanomat. Ilman Iltasanomia perhe ja parisuhde -aiheen osuus putoaisi minimaaliseksi (1%), ja kunnallispolitiikka ja aluehallinto sekä tiede, tutkimus ja tekniikka nousisivat viiden suosituimman pääuutisaiheen joukkoon talousaiheiden ja rikosten rinnalle.

Tutkimusviikolla Suomen ulkopoliittika ei noussut kertaakaan näytteen sanomalehtien pääuutisagendalle. Verkkolehdistä vastaavasti koulutus ei noussut kertaakaan pääuutisten joukkoon. Sosiaaliturvaa ei käsitelty missään välineessä, kuten aiemmin on jo tullut esille.

6.3.2. Rikokset juhlivat verkkolehtien ykkösuutisina

Ykkösuutisvalinnoissakin sekä verkko- että sanomalehdissä turvallisuus-aihepiiri oli yleisin (kuvio 21). Verkkolehdistä lähes kolmannes ykkösuutisista liittyi turvallisuuteen, sanomalehdissä neljännes.



Verkkolehdistä korostuivat ykkösuutisaiheista tarkemman 32-luokkaisen aihejaottelun mukaan katsottuna rikokset ja rangaistukset, joita tutkimusviikolla oli viidennes verkkolehtien ykkösuutisista (20%); ilman Iltalehteä rikosten osuus ykkösuutisina jopa nousi (23%). Seuraavina tulivat onnettomuudet ja pelastustoimi (8%) sekä työmarkkinat ja työelämä (8%). Ilman Iltalehden verkkolehteä onnettomuuksien ja ilman Taloussanomien talousaiheiden osuus hieman pieneni ja urheilu nousi toiseksi suosituimmaksi ykkösuutisaiheeksi.

Sanomalehdissäkin rikos ja rangaistus oli suosituin ykkösuutisaihe 15 prosentin osuudella osin Iltalehden vaikutuksesta. Ilman Iltalehteä rikosten osuus putoaisi vajaaseen 11 prosenttiin. Seuraaviksi suosituimmat aiheet ykkösuutisina olivat työmarkkinat ja työelämä (12%) sekä kunnallispolitiikka ja aluehallinto (12%); ilman Iltalehteä nämä aiheet olisivat rikoksia suositumpia, ja kolmanneksi suosituimmaksi aiheeksi rikosten rinnalle nousi asuminen sekä tiede, tutkimus ja tekniikka. Otoksen keruuviikolla Nokian vesikriisi oli akuutissa vaiheessa, mikä nosti ympäristö-aihepiiriä koko aineistossa. Aihetta käsiteltiin pääuutisten joukossa useassa eri mediassa monesta eri näkökulmasta, muun muassa asuntojen myymisen kannalta.

Verkkomedia yhtenä ryhmänä tarkasteltuna muistuttaa pääuutisvalinnoissaan siis iltapäivälehtiä turvallisuus- ja vapaa-ajan aiheiden korostamisella. Turvallisuus-aiheita hallitsevat rikokset, vapaa-ajan aiheita urheilu. Talous nousee aineistossa esille Taloussanomien myötä. Ykkösuutisvalinnoissa turvallisuus korostuu entisestäänkin, kun ykkösuutisten kärkikaksikkoon kiilaavat rikokset ja onnettomuudet. Aiheet liittyvät pääsääntöisesti yksityiseen elämänpiiriin, kun taas julkiseen elämänpiiriin liittyvät aiheet, kuten politiikka, nousevat harvakseltaan pääuutisagendalle.

Sanomalehdet yhtenä ryhmänä tarkasteltuna näyttäisivät myös lähenevän pääuutisvalinnoillaan iltapäivälehtiä turvallisuus-aiheiden painotuksen myötä, tosin Iltalehden avustuksella. Toisaalta julkinenkin alue tulee esille vahvan talousuutisoinnin ja ykkösuutisiksi varsin usein nousevien kunnallispolitiikkaan ja asuinympäristöön liittyvien juttujen myötä etenkin aamulehdissä.

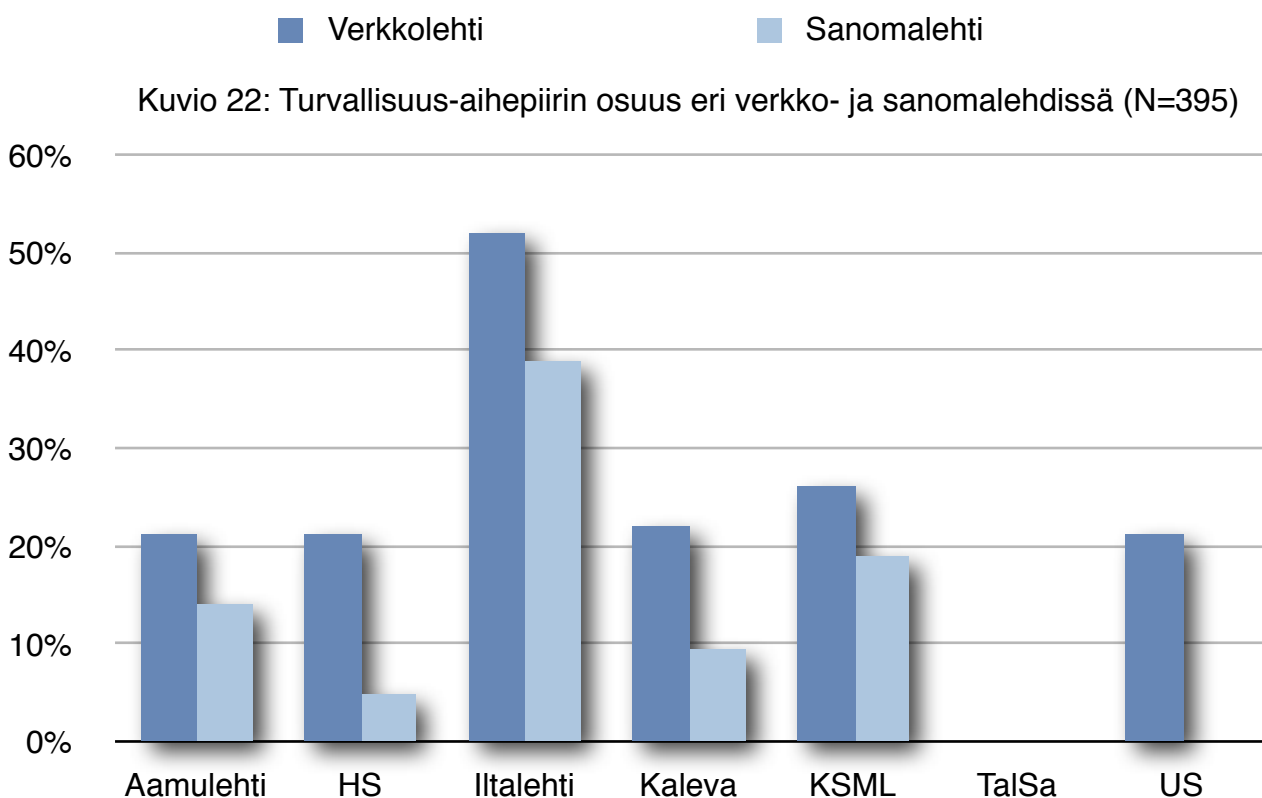
6.3.3. Painettujen lehtien verkkolehdet iltapäivälehtien jäljillä

Tutkituista verkkolehdistä turvallisuus-aihepiiriä painotti etenkin Iltalehden verkkolehti, jonka pääuutisista tutkimusviikolla yli puolet (52%) käsittelee aihepiiriä (kuviot 22 sivulla 74). 22 jutusta rikoksia ja rangaistuksia käsittelee 18 juttua. Myös muilla verkkolehdillä aihepiiri oli varsin näkyvästi esillä: Keski-suomalainen verkkolehden pääuutisaiheista yli neljännes (26%) liittyi turvallisuuteen. 11 jutusta kahdeksan liittyi rikos ja rangaistus -aiheeseen. Kalevan, Helsingin

Sanomien sekä Aamulehden verkkolehdet ja Uusi Suomi kukin käsitteli turvallisuus-aihepiiriä yli viidenneksessä pääuutisaiheistaan. Taloussanomien ei käsitellyt aihepiiriä lainkaan.

Painetuista lehdistä niin ikään Iltalehti nosti kannelleen yleisimmin turvallisuus-aihepiiriin (39%). Keskisuomalainen painotti sanomalehdessään turvallisuutta etusivun pääuutisina lähes 20 prosentin osuudella ja Aamulehti lähes 15 prosentin osuudella. Muutoin näytteen sanomalehdet nostivat aihepiiriä kannen pääuutisiksi harvakseltaan.

Kuten kuviosta 22 voidaan havaita, turvallisuus-aihepiiriin liittyvä “repeämä” on suurin Helsingin Sanomissa ja lehden verkkolehdessä. Tutkimusviikon aikana turvallisuus-aihepiiri nousi kerran painetun Helsingin Sanomien pääuutisten joukkoon, kun taas verkossa yhdeksän kertaa.

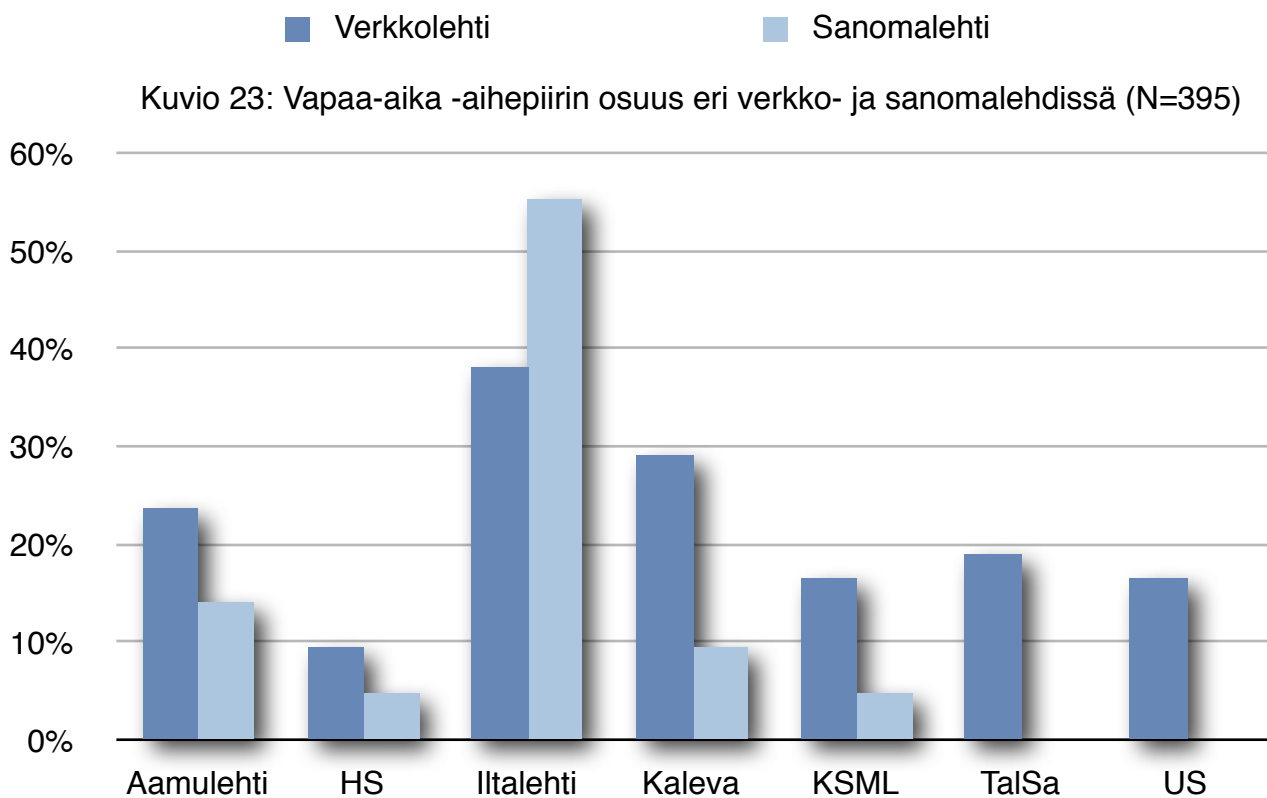


Kuvio 22: Turvallisuus-aihepiiriin osuus eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395)

Vapaa-aikaa, kulttuuria ja viihdettä sekä perhe -aihepiiriä otoksen verkkolehdistä painotti jälleen eniten Iltalehti, jonka pääuutisista lähes 40 prosenttia käsitteli aihepiiriä (kuviota 23 sivulla 75). Prosenttiosuus tutkimusviikolla oli tosin vieläkin suurempi painetussa Iltalehdessä, hieman yli 55 prosenttia. Aihepiiri oli suosittu myös Kalevan (29%) ja Aamulehden (24%) verkkolehdissä sekä Taloussanomissa (19%), Uudessa Suomessa (17%) ja Keskisuomalaisen verkkolehdessä (17%). Kalevan, Aamulehden ja Keskisuomalaisen verkkolehdissä aihepiiri koostui lähes kokonaan

urheilusta, Iltalehden verkkolehti painotti perhettä ja parisuhdetta sekä viihdettä ja Taloussanomat kuluttamiseen liittyviä aiheita.

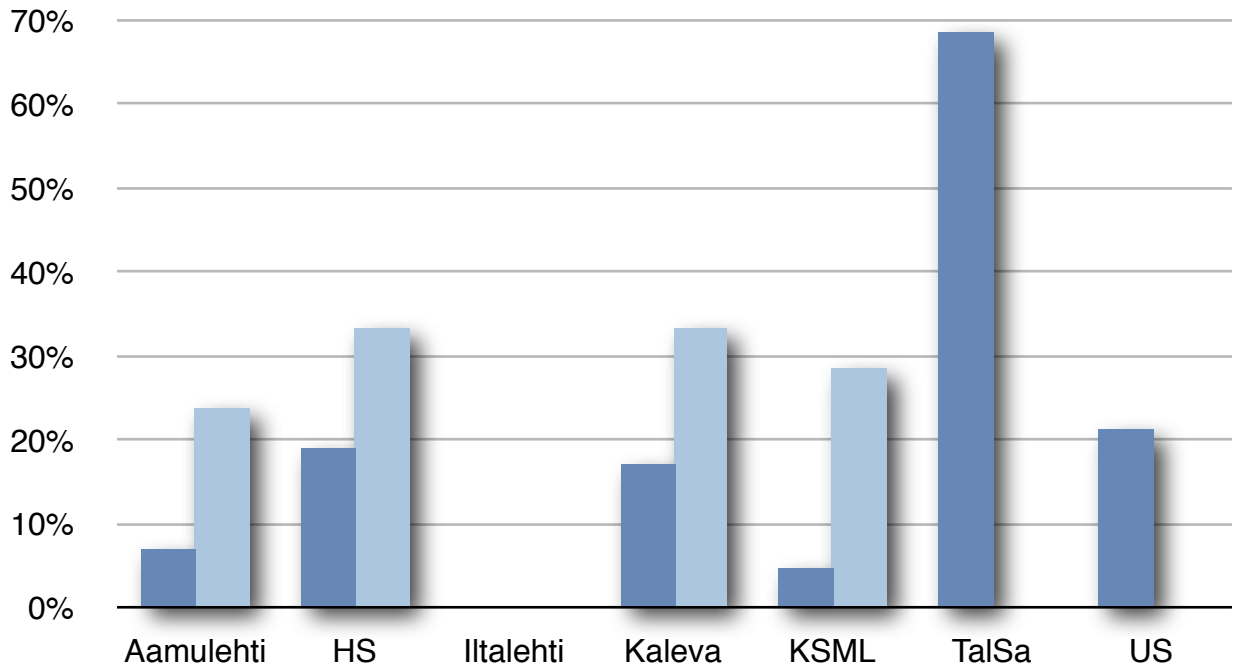
Painetuista lehdistä Iltalehti toi vahvasti esille perhettä ja parisuhdetta (28%) sekä viihdettä (22%) etusivullaan. Helsingin Sanomat ei juurikaan painottanut vapaa-ajan aiheita ehkäpä jättäen aihepiirin samaan konserniin kuuluvan Ilta-Sanomien kontolle.



Kuten kuvioista 22 ja 23 havaitaan, eri verkkomediat varsin tasaisesti lähenevät pääuutisvalinnoissaan iltapäivälehtiä turvallisuus- ja vapaa-ajan aiheissa. Iltapäivälehtiä leimaavat myös talouteen ja politiikkaan liittyvien aiheiden puute (Saloniemi & Suikkanen 2007, 23). Tässäkin tutkimuksessa Iltalehti ja lehden verkkolehti olivat täysin “puhtaita” pääuutisten osalta talousaiheista. Politiikkaa Iltalehti nosti vain kerran painetussa lehdessä ja kahdesti verkkolehdestä pääuutisaiheiksi. Muissa tutkituissa medioissa talous- ja etenkin politiikka-aiheet nousivat vahvemmin esille myös verkossa, mutta kuitenkin pääsääntöisesti vähemmän kuin painetuissa lehdissä (kuviot 24 ja 25 sivulla 76). Verkkolehdistä talous korostuu Taloussanomien ohella Helsingin Sanomien, Uuden Suomen ja Kalevan verkkolehdistä. Painetussa Helsingin Sanomissa ja Kalevassa talousuutisten osuus pääuutisista oli kolmannes. Kalevassa uutisoitiin erityisesti alueellisesti merkittävästä Kemijärven sellutehtaan kohtalosta.

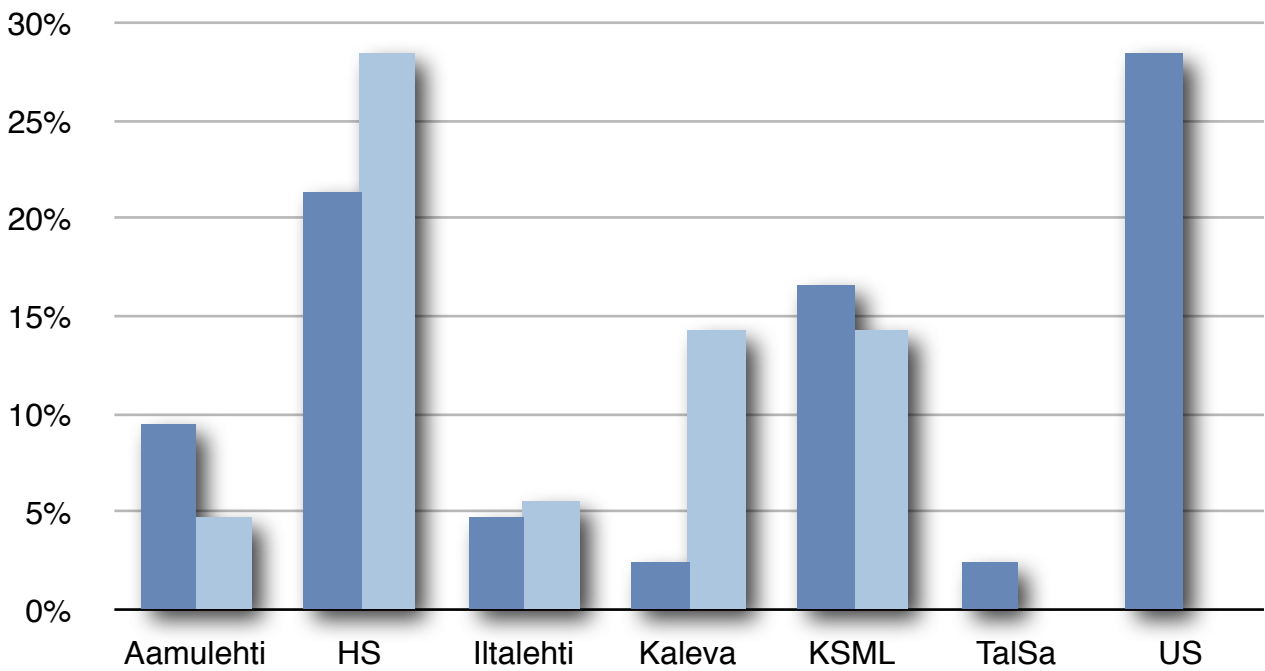
■ Verkkolehti ■ Sanomalehti

Kuvio 24: Talous-aihepiirin osuus eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395)



■ Verkkolehti ■ Sanomalehti

Kuvio 25: Poliittika-aihepiirin osuus eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395)



Politiikka-aihepiiri korostui painetussa Helsingin Sanomissa, jonka pääuutisista tutkimusviikolla lähes 29 prosenttia liittyi aihepiiriin. Yhtä suurella prosenttiosuudella politiikkaa korosti myös Uuden Suomen verkkolehti, jossa painottui etenkin ulkomaisten politiikka (67% aihepiiriin jutuista). Tutkimusviikolla käynnissä ollut Yhdysvaltain presidentinvaalien esivaalikierros sai etenkin huomiota Uuden Suomessa. Politiikka nousi sanomalehteä suosittumaksi aiheeksi verkossa Aamulehdessä ja Keski-suomalaisessa. Aamulehti painotti ulkomaita, Keski-suomalaisessa esillä olivat vireillä olleisiin kuntaliitoksiin liittyvät kunnallispoliittiset päätökset.

6.3.4. Vain verkossa ilmestyvillä lehdillä erilaiset painotukset

Verkkolehtien iltapäivälehtimäisyyttä ei kuitenkaan voi yleistää suoraviivaisesti kaikkiin verkkolehtiin. Tässä tutkimuksessa vain verkossa ilmestyvät lehdet erottuivat profiililtaan muusta aineistosta (kuvio 26 sivulla 79).

Taloussanomien talousmedian luonnollisesti painottuu vahvasti talouteen ja vapaa-ajan aihepiiriin kuuluvaan kotitalous- ja kuluttaja -aiheiseen uutisointiin. Talouden osuus verkkolehden pääuutisista oli kaksi kolmasosaa ja vapaa-ajan, lähinnä kuluttamisen, viidennes. Yksittäisistä aiheista yritystalouden ja rahoitusmarkkinoiden osuus oli kolmannes (33%). Muut aineistosta selkeästi erottuvat aiheet olivat työmarkkinat ja työelämä (19%), kotitalous ja kuluttaminen (17%) sekä talouspolitiikka (17%).

Vuoden 2007 syksyllä perustettu ja asemansa uutisverkkolehtien joukossa kymmenen suosituimman joukkoon⁵⁶ vakiinnuttanut Uusi Suomi painotti erityisen vahvasti politiikkaa, erityisesti ulkomaihin liittyvää, pääuutistensa joukossa. Myös talous oli tasavahva turvallisuus- ja vapaa-ajan aiheiden rinnalla. Yksittäisistä aiheista Uudessa Suomessa erottuivat selkeästi siis ulkomaat ja ulkomaisten politiikka (19%) sekä rikos ja rangaistus (19%). Seuraavina tulivat yritystalous (14%), urheilu (7%) sekä kotitalous, ruoka ja kuluttaminen (7%). Uusi Suomi ei siis ole lähtenyt verkkomediana pelkästään iltapäivälehtilinjalle, vaan painottaa myös tyypillisesti sanomalehdille ja radio- ja tv-uutisille ominaisia talous- ja politiikka-aiheita. Uuden Suomen pääuutisten joukkoon mahtui tutkimusviikolla aiheita kaikista kahdeksasta aihepiiristä.

Aamulehtien (AL, HS, Kaleva, KSML) verkkolehdet sen sijaan kurottautuvat kohti iltapäivälehtimäistä uutisointia painottamalla pääuutisina turvallisuus- ja vapaa-ajan aiheita. Yksittäisistä aiheista erottuivat siis rikokset ja rangaistukset (17%) sekä urheilu (15%).

⁵⁶ Lähde: <http://www.gallupweb.com/tnsmatrix/>

Kolmanneksi suosituin yksittäinen aihe, työmarkkinat ja työelämä (7%) jäi jo kauaksi taakse. Aamulehtien verkkolehdet nostivat kuitenkin pääuutisiksi Uuden Suomen tavoin aiheita kaikista aihepiireistä.

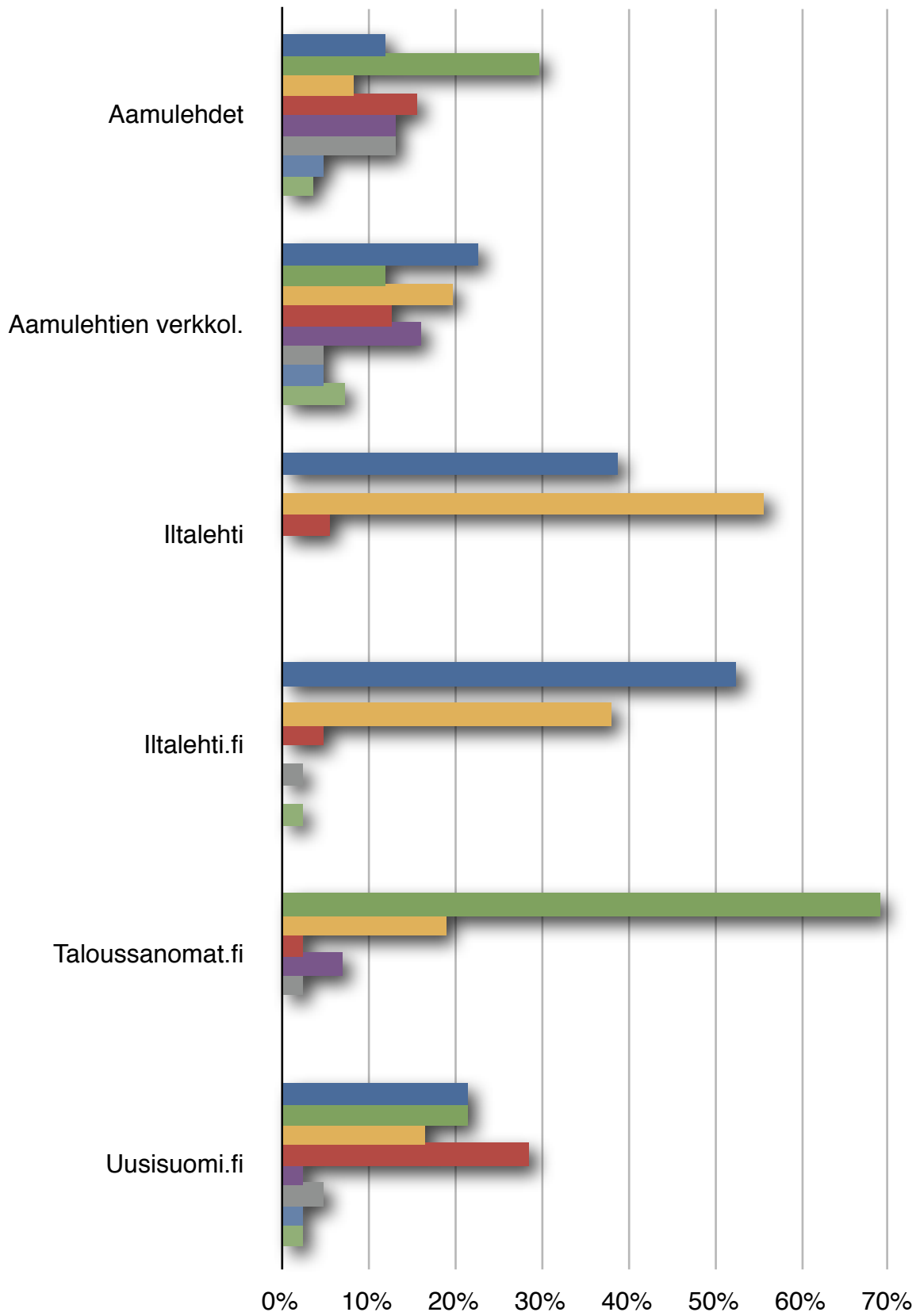
Painettujen aamulehtien pääuutisista lähes kolmannes oli taloutta (30%). Varsin tasavahvoja aihepiirejä olivat politiikka (16%), ympäristö (13%), informaatio (13%) ja turvallisuus (12%). Yksittäisistä aiheista esiin nousivat yritystalous ja työmarkkinat (molemmat 13%), rikokset ja rangaistukset (10%), kunnallispolitiikka sekä tiede, tutkimus ja tekniikka (molemmat 7%). Aamulehdissä pääuutisten aihevalikoima talouden jälkeen on siis varsin monipuolinen; 32-luokkaisesta aihejaottelusta vain kolme aihetta, Suomen ulkopolitiikka, kulttuuri ja viihde sekä sosiaaliturva, eivät nousseet viikon aikana kolmen merkittävimmän kansiaiheen joukkoon.

Iltapäivälehti painettuna ja verkossa muodosti tutkimusaineistossa täysin oman profiilinsa. Pääuutisaiheet sekä verkossa että painetussa lehdessä mahtuivat lähestulkoon kokonaan kahteen aihepiiriin, turvallisuuteen ja vapaa-aikaan. Iltapäivälehdien verkkolehden pääuutisaiheet näyttävät tyypistyvän lähes yksinomaan rikoksiksi ja onnettomuuksiksi. Turvallisuus-aihepiirin osuus koko pääuutisista oli yli puolet, kun se painetussa Iltalehdessä oli noin 15 prosenttia vähäisempi. Painetussa Iltalehdessä sen sijaan vapaa-ajan aiheiden, erityisesti perhe ja parisuhde -aiheen, osuus oli yli puolet pääuutisista. Yksittäisistä aiheista verkossa juhlivat rikokset ja rangaistukset (43%). Kaukana takana tulivat perhe ja parisuhde (14%), viihde (12%) sekä onnettomuudet (10%). Painetussa Iltalehdessä taas yksittäisistä aiheista esiin nousivat tasavahvasti rikokset ja rangaistukset (28%), perhe ja parisuhde (28%) sekä viihde (22%). Kuten Saloniemen ja Suikkasen (2007, 26, 28) tutkimuksessa todetaan, iltapäivälehdien etusivut pelkistyvät rikoksiksi, onnettomuuksiksi ja parisuhteiden solmimisiksi ja purkautumisiksi. Verkossa tämä trendi näyttää vahvistuvan rikosten suuntaan.

Tutkimuksen oletuksen mukaisesti verkkolehdet siis painottuvat tapahtumauutisointiin talousmediaa lukuun ottamatta. Myös Uuden Suomen voidaan katsoa painottavan tapahtumauutisointia, koska politiikka-aihepiiri koostui lähes yksinomaan ulkomaiden tapahtumista. Tapahtumauutisoinnin ydinalue, onnettomuudet, ei tutkimusviikolla korostunut, koska viikko oli "vapaa" suurista onnettomuuksista. Sanomalehdissä sen sijaan korostuvat edelleen talous ja politiikka, joskin tässä tutkimuksessa rikokset ja rangaistukset yksittäisinä pääuutisaiheina olivat yllättävän yleisiä nousten kolmanneksi suosituimmaksi yksittäiseksi pääuutisaiheeksi ilman Iltalehteä ja suosituimmaksi Iltalehdien kanssa.

- Turvallisuus
- Talous
- Vapaa-aika
- Politikka
- Ympäristö
- Informaatio
- Sos.turva
- Muut

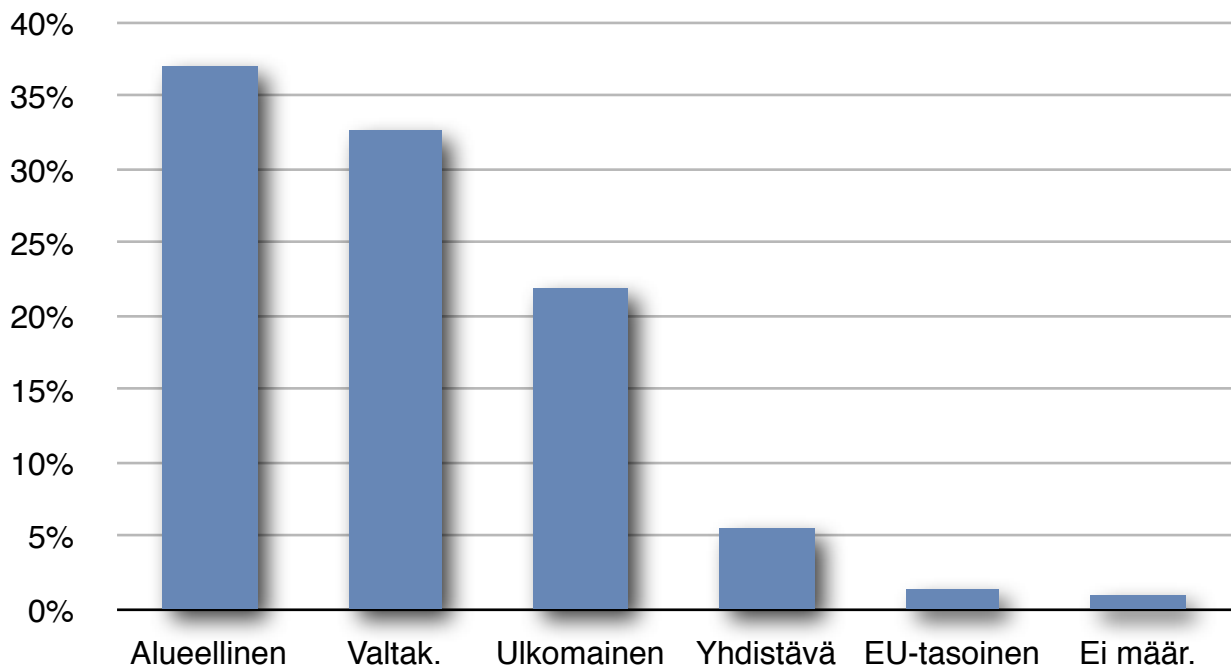
Kuvio 26: Pääuutisten aihepiirit mediatyypeittäin (N=395)



6.4. Paikalliset ja alueelliset uutiset nousevat kärkeen

Tutkimusnäytteen pääuutisten maantieteellinen alue on analysoitu kunkin tutkittavan median ilmestymisalueen näkökulmasta. Analysoiduista pääuutisista koko aineistosta kaksi kolmasosaa oli paikallisia tai alueellisia (37%) tai valtakunnallisia (33%) (kuvio 27). Kolmannen suuren ryhmän muodostivat ulkomaan aiheet (22%); koko aineistoa tarkasteltaessa verkkolehtien pääuutisten painoarvo on kolminkertainen. *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa (2007, 35)* Suomen rajojen sisäpuolella pysytteleviä aiheita oli selkeästi vähemmän, vajaa puolet. Myös ulkomaisia tai EU-tasoisia aiheita oli aavistuksen vähemmän, alle viidennes. Ulkomaiden ja Suomen näkökulmia yhdistäviä aiheita oli myös vajaa viidennes, kun tämän tutkimuksen aineistossa vain vajaa kuusi prosenttia jutuista yhdisti näkökulmia maantieteellisesti.

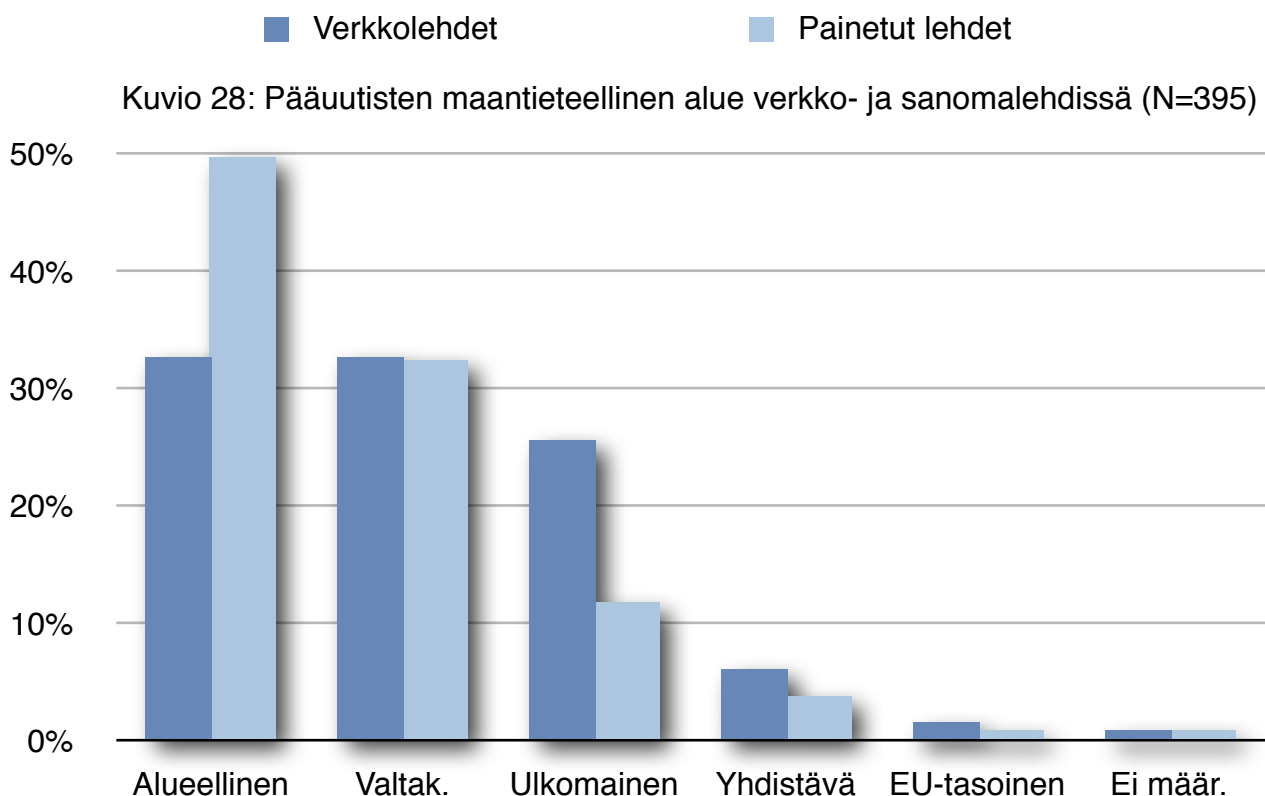
Kuvio 27: Pääuutisten maantieteellinen alue koko aineistossa (N=395)



Myös koko aineiston ykkösuutisaiheet – sanomalehdissä etusivun näyttävimmän otsikoitu juttu ja verkkolehdissä kello 9 ja 17 etusivun ylimmäiseksi priorisoitu juttu – noudattivat koko aineiston alueellista jakaumaa. Eniten ykkösuutisina oli alueellisia tai paikallisia juttuja (37%). Seuraavina tulivat valtakunnalliset (34%) ja ulkomaan (20%) aiheet. Myös *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (emt., 35-36) ykkösuutisaiheista yli kolme neljäsosaa oli kotimaisia. Ulkomaan uutisia ykkösuutisina oli vain televisiossa ja radiossa.

6.4.1. Sanomalehdet verkkolehtiä paikallisempia

Tutkimuksen toisen oletuksen mukaan *verkkolehdistä painottuu paikallisuus (hyperpaikallisuus) sanomalehtiä enemmän*. Kuitenkin sanomalehdet osoittautuivat pääuutisvalinnoissaan tämän tutkimusaineiston valossa verkkolehtiä selkeästi paikallisemmiksi. Sanomalehtien pääuutisista paikallisia tai alueellisia oli puolet, kun verkkolehdistä paikallisia tai alueellisia pääuutisista oli kolmannes (kuvio 28). Sen sijaan verkkolehdistä ulkomaan uutisia pääuutisina oli kaksinkertaisesti verrattuna sanomalehtien jakaumaan. Tutkimusaineisto ei siis tue oletusta verkkomedian paikallisuudesta, jopa hyperpaikallisuudesta, jota on pidetty verkkomedian yhtenä vahvuutena – tosin verkkolehdistä voi olla hyvinkin paikallisia osioita, mutta näiden aiheet eivät välttämättä nouse pääuutisagendalle verkkolehtien etusivuille. *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (Saloniemi & Suikkanen 2007, 31) ykkösuutisaiheina aamulehdissä tämän tutkimuksen tavoin painottui paikallisuus. Aamulehdet joutuvat kilpailemaan uutisista lähinnä television ja radion sekä internetin kanssa, jolloin omintakeisuus – paikalliset aiheet – ovat kilpailuvaltteja (emt., 31).

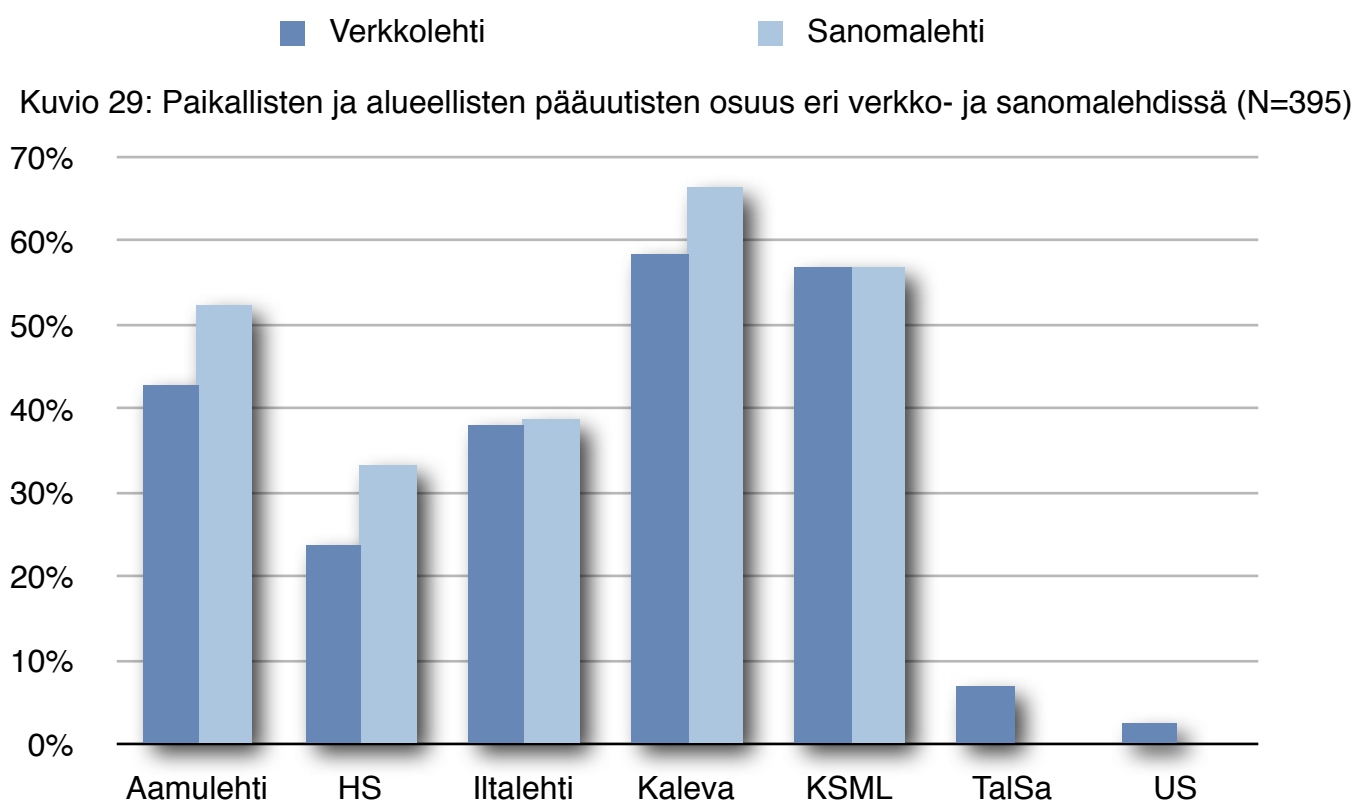


Ykkösuutisista verkkolehdistä reilu kolmannes (36%) oli valtakunnallisia ja vajaa kolmannes (32%) paikallisia tai alueellisia. Ulkomaan uutisia ykkösuutisina oli neljännes (24%).

Sanomalehdissä paikallisuus ykkösuutisissa korostui entisestäänkin: yli puolet (53%) oli paikallisia tai alueellisia, vajaa kolmannes valtakunnallisia. Ulkomaille sijoittuvia ykkösuutisista oli vain vajaa kymmenes (9%).

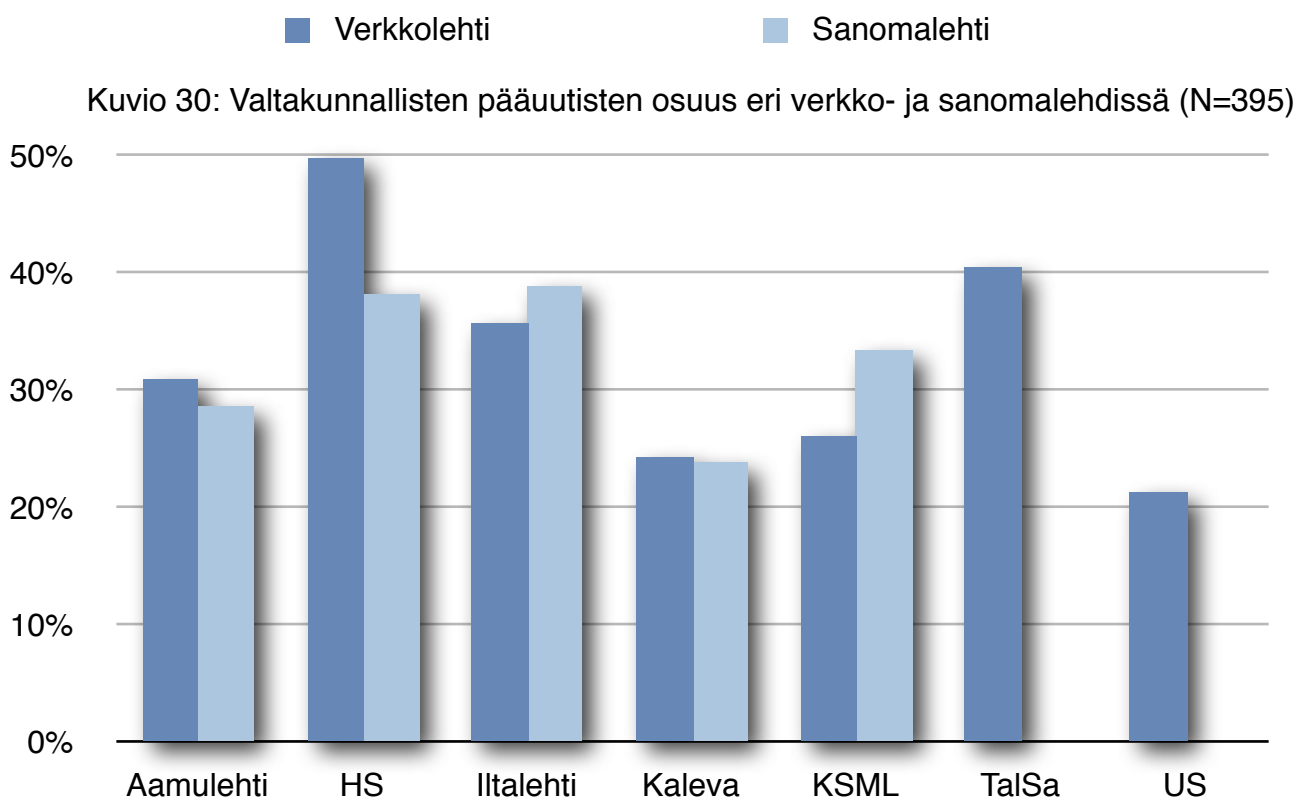
Aineistosta sekä Aamulehdellä, Helsingin Sanomilla että Kalevalla paikallisten tai alueellisten juttujen osuus sanomalehden pääuutisten joukossa oli noin 10 prosenttia suurempi kuin lehtien verkkolehdissä (kuvio 29). Iltalehdellä ja Keski-suomalaisella paikallisten tai alueellisten pääuutisten määrä oli tasavahva painetussa lehdessä ja verkossa. Pelkästään verkossa ilmestyvät Taloussanomien ja Uusi Suomi ovat leimallisesti ei-paikallisia. Taloussanomissa paikallisia – verkkolehden toimituksen näkökulmasta pääkaupunkiseudulle keskittyviä – oli kolme juttua ja Uudessa Suomessa vieläkin vähemmän, yksi juttu.

Tutkimusaineistosta tutkimusviikolla kaikkein paikallisin pääuutisvalinnoissaan oli Oulussa ilmestyvä Kaleva, jossa julkaistuista etusivun pääuutisista 67 prosenttia oli paikallisia tai alueellisia painetussa lehdessä ja verkossakin lähes 60 prosenttia. Kalevan tavoin Keski-suomalainen ja Aamulehti ovat vahvoja alueellisia medioita, joissa paikallisten tai alueellisten pääuutisten määrä sekä painetussa lehdessä että verkkolehdessä oli selkeästi suurempi kuin valtakunnallisissa medioissa, joihin aineistossa voidaan laskea Helsingin Sanomat, Iltalehti, Taloussanomien ja Uusi Suomi.



Valtakunnallisia pääuutisia verkkolehdet ja sanomalehdet julkaisivat tasavahvasti: sekä sanoma- että verkkolehdissä noin kolmannes pääuutisista oli valtakunnallisia (kuvio 28 sivulla 81).

Valtakunnallisuus painottui Helsingin Sanomien verkkolehdessä, jossa pääuutisista puolet oli valtakunnallisia tutkimusviikolla (kuvio 30). Painetussa Helsingin Sanomissa vastaava prosenttiosuus oli 38. Valtakunnallisuus painottui myös Taloussanomissa, jonka pääuutisista 40 prosenttia oli valtakunnallisia. Vahvoissa alueellisissa medioissa valtakunnallisten aiheiden osuus on luonnollisesti valtakunnallisia medioita pienempi. Vain verkossa ilmestyvä Uusi Suomi oli tutkimusviikolla pääuutisvalinnoissaan vähiten valtakunnallisin. Kuten kuviosta 29 (sivulla 82) kävi ilmi, myös paikallisten tai alueellisten uutisten osuus Uudessa Suomessa oli häviävän pieni.



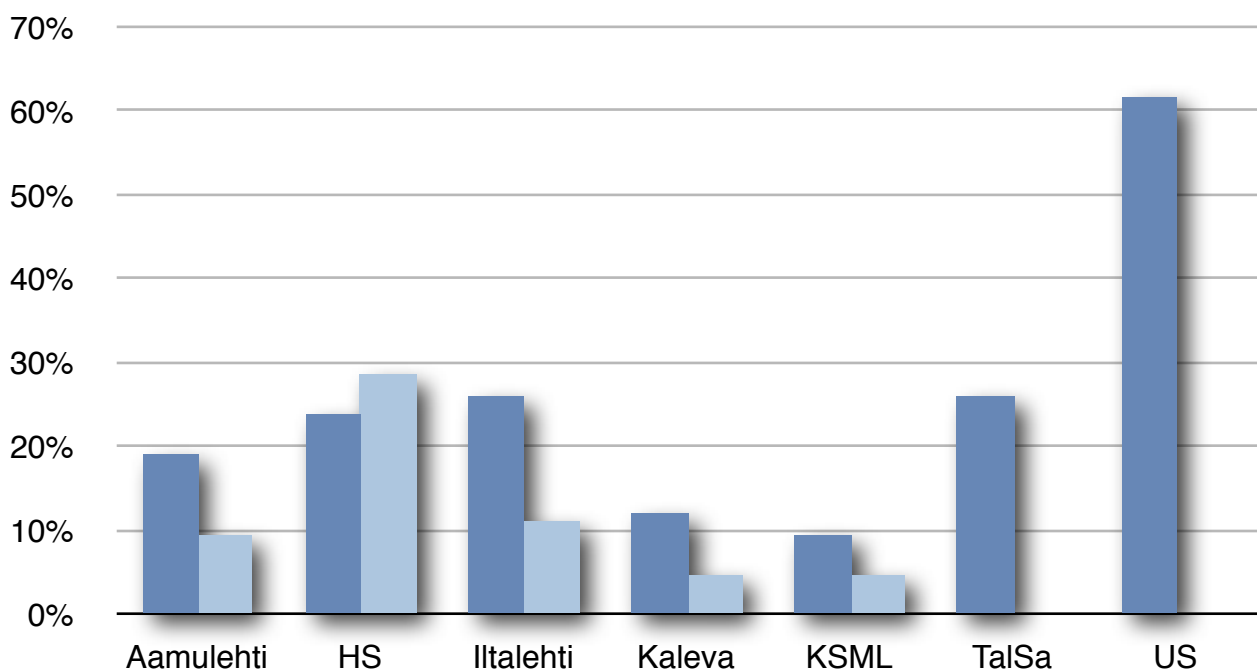
Uusi Suomi onkin erityisesti ulkomaan uutisointiin erikoistunut uutisväline. Pääuutisista hieman yli 60 prosenttia sijoittui ulkomaille (kuvio 31 sivulla 84). Kuten aiemmin jo tuli esille, Uusi Suomi painotti aihevalinnoissaan erityisesti ulkomaisten politiikkaa.

Tutkimusviikolla verkkolehdissä ulkomaan uutisten osuus oli pääsääntöisesti suurempi kuin sanomalehdissä. Ainoastaan Helsingin Sanomissa painotus oli päinvastainen: painetussa lehdessä ulkomaan uutisten osuus oli suurempi kuin verkkolehdessä.

Ulkomaan uutisten painotus verkossa johtunee verkon uutisvirrasta, jossa pääuutiset voivat vaihtua tiheästikin päivän mittaan; tällöin joukkoon mahtuu hyvinkin myös ulkomaille sijoittuvia uutisia. Julkaisuaika ei tämän tutkimuksen mukaan vaikuta ulkomaan uutisten painotuksiin verkkolehdistä. Aamulla (kello 9) julkaistuista pääuutisista ulkomaille sijoittuvia uutisia oli 25 prosenttia ja illalla (kello 17) 27 prosenttia.

■ Verkkolehti ■ Sanomalehti

Kuvio 31: Ulkomaille sijoittuvien pääuutisten osuus eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395)



Verkkolehdistä myös yhdistetään sanomalehtiä enemmän ulkomaan ja Suomen näkökulmaa. Verkkolehdistä osuus oli kuusi prosenttia, kun painetuissa lehdissä vastaava osuus jäi neljään prosenttiin; tässä tosin näkyy Taloussanomien vaikutus, jonka pääuutisista peräti 19 prosenttia yhdisti Suomen ja ulkomaan näkökulmaa – talousuutisointia ei rajoitu maiden rajojen mukaan vaan on kohteensa mukaisesti globaalia.

EU-tasoisia pääuutisista molemmissa välineissä oli vain murto-osa; painetuissa lehdissä yksi prosentti ja verkkolehdistä vajaat kaksi prosenttia pääuutisista. Tutkimusviikolle ei osunut esimerkiksi EU:n huippukokousta, mikä todennäköisesti olisi ainakin verkkolehdistä nostanut EU-aluepainotuksen osuutta.

6.4.2. Turvallisuus-aiheet verkossa paikallisia

Juttujen aihepiireistä turvallisuus-aiheet olivat verkkolehdistä leimallisesti paikallisia, kun taas sanomalehdissä pääpaino oli valtakunnallisuudessa (kuviot 32 ja 33 sivulla 86).

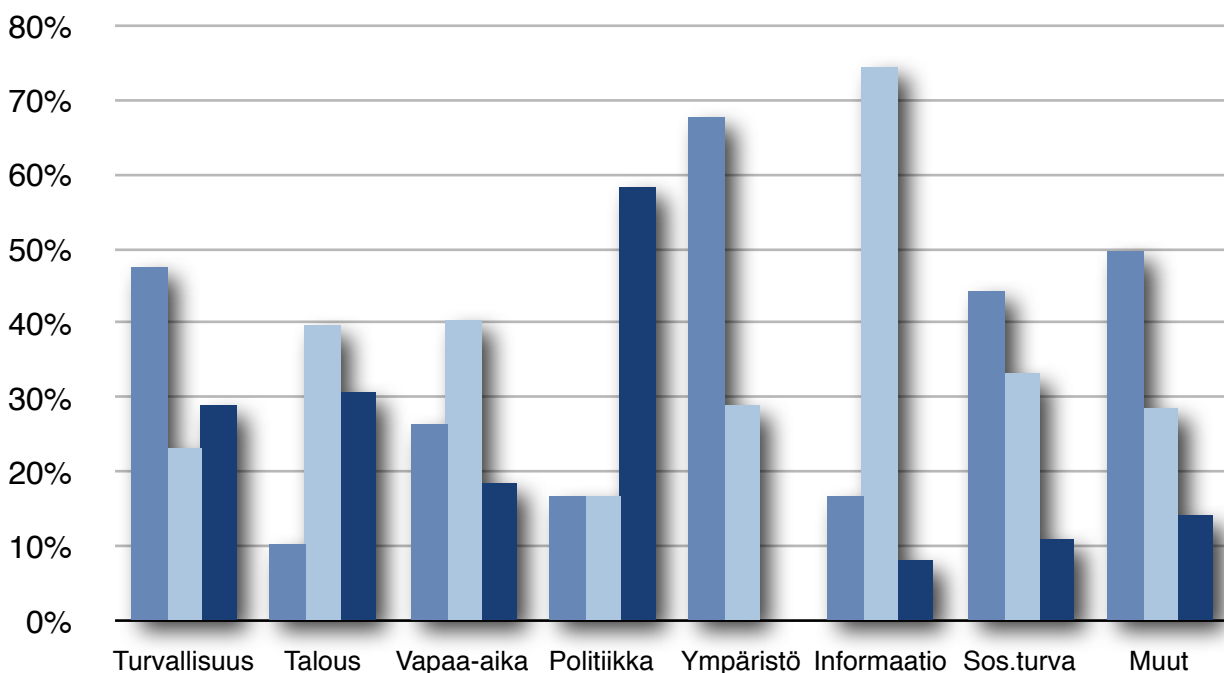
Verkkolehdistä paikalliset “rötökset” voidaan helposti priorisoida verkon jatkuvassa uutisvirrassa pääuutisiksi, kun taas sanomalehdissä ne eivät ylittäisi etusivun uutiskynnystä.

Politiikka-aiheista lähes 60 prosenttia sijoittui verkkolehdistä ulkomaille, kun taas sanomalehdissä politiikka-aiheet kiinnittyivät vahvasti paikallisuuteen. Kuten juttujen aihealueita välineittäin tarkastellessa tuli esille, kunnallispolitiikka on sanomalehdissä vahva pääuutisalue. Verkossa politiikka-aiheiden sijoittumiseen ulkomaille vaikutti etenkin Uusi Suomi, jonka uutisagendalla ulkomaiden politiikka on merkittävässä roolissa.

Talousaihepiiri painottui sekä verkkolehdistä että sanomalehdissä valtakunnallisiin aiheisiin. Talous-aiheista verkossa valtakunnallisuuden jälkeen pääpaino oli ulkomailla, sanomalehdissä paikallisissa talousaiheissa. Vapaa-aika-aihepiirissä verkkolehdet painottavat valtakunnallisia aiheita, sanomalehdet paikallisia. Kaikkein paikallisin sekä verkko- että sanomalehdissä oli ympäristöön, energiaan, liikenteeseen ja asumiseen liittyvä aihepiiri.

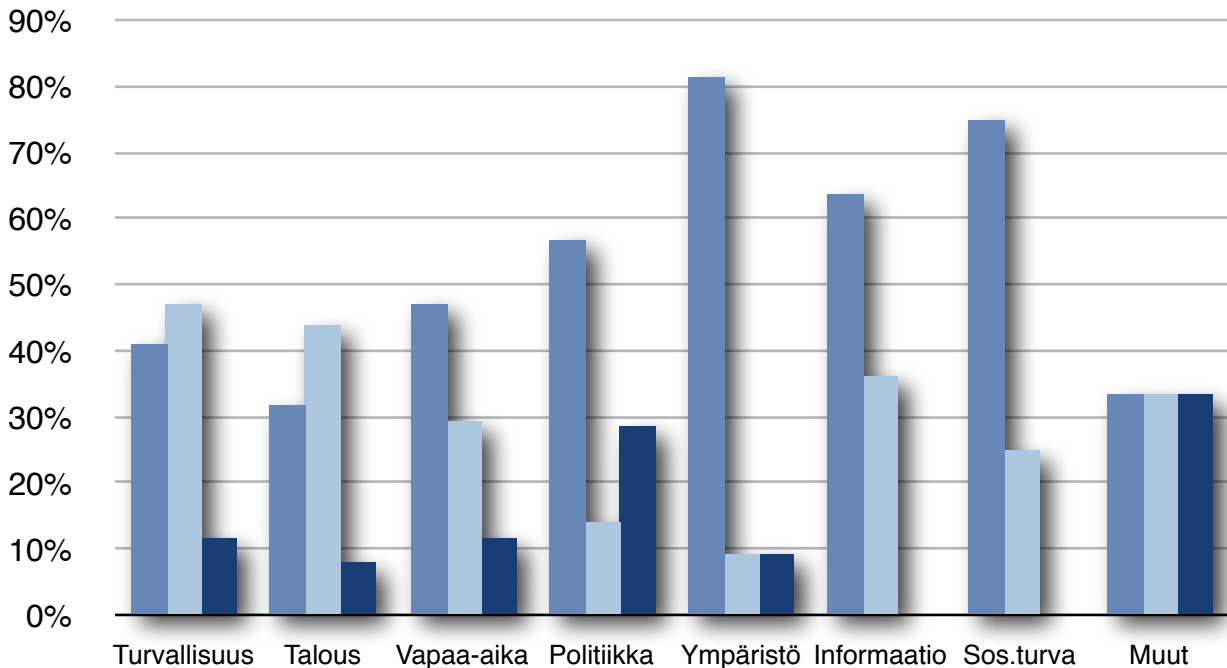
■ Paikallinen tai alueellinen ■ Valtakunnallinen ■ Ulkomainen

Kuvio 32: Pääuutisten maantieteellinen jakautuminen aihepiireittäin verkkolehdistä (N=293)



■ Paikallinen tai alueellinen ■ Valtakunnallinen ■ Ulkomainen

Kuvio 33: Pääuutisten maantieteellinen jakautuminen aihepiireittäin sanomalehdissä (N=102)



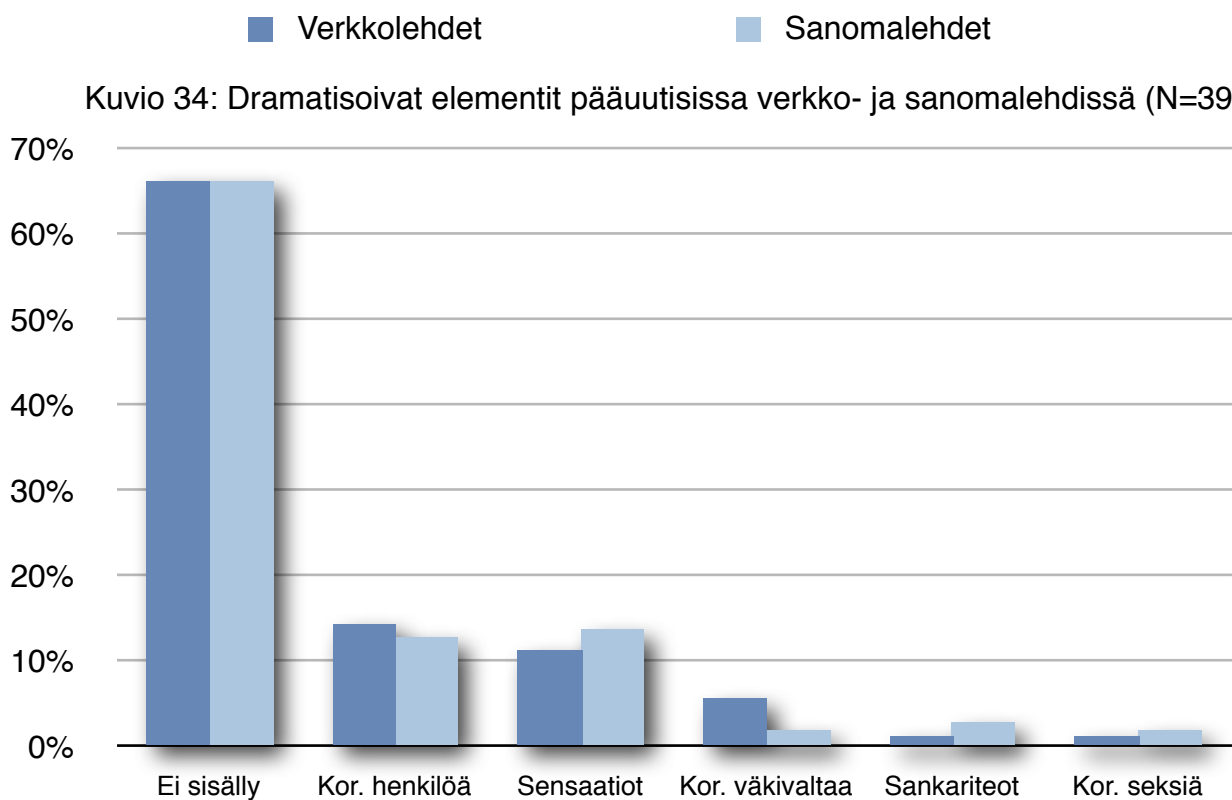
6.5. Iltapäivälehti dramatisoi eniten painettuna

Tässä tutkimuksessa dramatisoivien elementtien kuin myös päätoimijan viiteryhmän ja sukupuolen analysoinneilla etsitään viitteitä tabloidisaatiosta erityisesti verkkomediasta. Tutkimuksen kolmannen oletuksen mukaan *verkkolehdet "tabloidisoituvat" verkon kaupallisen luonteen takia*. Kriittisten puheenvuorojen (mm. Scott 2005) mukaan verkkolehtien kaupallisuus ja klikkauksiin perustuva talous ovat johtaneet verkkojournalismin viihteellistymiseen ja pinnallistumiseen. On siis puhuttu tabloidisaatiosta, mihin liittyy aiheiden käsittelyä mediassa kärjistäen, tapahtumien sitomista henkilöihin ja draaman rakentamista tiedonvälitykseen (Herkman 2003, 153). Dramatisoivien esitystapojen avulla uutisia työstetään viihteeksi ja elämyksiksi (Saloniemi & Suikkanen 2007, 63).

Juttua dramatisoivia elementtejä esiintyi melko tarkalleen kolmanneksessa (34%) koko aineiston pääuutisista. Myös ykkösuutisissa reilussa kolmanneksessa (35%) esiintyi jossain määrin dramatisointia. Määrä on suuri verrattuna *Suomalaisen uutismedian vuosiseurantaan* (emt., 63), jossa dramatisoivia esitystapoja esiintyi vain joka neljännessätoista jutussa. Tosin dramatisoivat elementit -muuttujan kohdalla koodaus on merkittävässä roolissa. Tässä tutkimuksessa muuttuja on

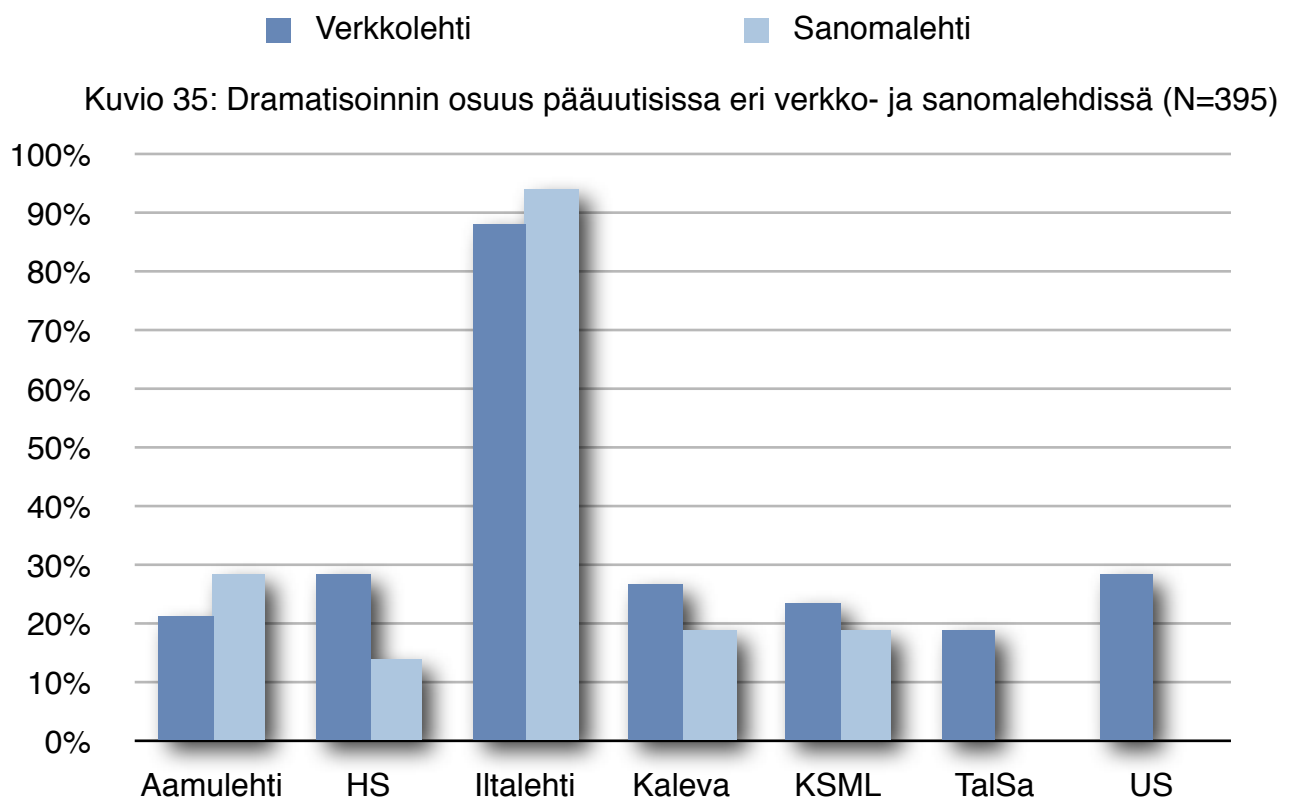
saanut esimerkiksi arvon “korostaa henkilöä tai sisältää paljastuksia henkilöstä”, jos juttu on selkeästi tehty esimerkiksi siksi, että se koskettaa tunnettua henkilöä, vaikka juttu muutoin olisi kirjoitettu ilman dramatisoivia tehokeinoja. Esimerkiksi Helsingin Sanomien verkkolehdestä julkaistu juttu “Mika Myllylälle ehdollista vankeutta” sai muuttujan arvon 3 (=korostaa henkilöä tai sisältää paljastuksia henkilöstä), vaikka juttu sinänsä oli varsin toteava uutinen. Sama uutinen voidaan myös otsikoida Iltalehden verkkolehden tavoin “Syyllinen kaikkiin syytteisiin. Myllylälle ehdollista. Sakot ja ajokielto”, jolloin juttu jo sanavalinnoillaan dramatisoi. Samoin juttu on saanut esimerkiksi muuttujan arvon “tekee ylipäättään sensaatiota tai liioittelee”, jos jutussa uhataan tai vaikkapa liioitellaan, kuten Kalevan verkkolehden otsikossa “44-vuotias on ihmiskunnan onnettomin tapaus”. Vain vahvasti dramatisoiviin esitystapoihin liittyvällä koodauksella lähinnä Iltalehti ja lehden verkkolehti olisivat saaneet “osumia”.

Tutkimusaineistossa dramatisoinnissa on pääasiassa kysymys henkilön korostamisesta tai henkilöön liittyvistä paljastuksista sekä sensaation tai liioittelun varaan rakentuvista jutuista tai ainakin otsikoista (kuvio 34). Hieman yllättäen verkko- ja sanomalehdissä ei juuri löydy eroja dramatisoivien esitystapojen suhteen, kuten kuviosta 34 käy ilmi. Ykkösuutisissa dramatisointia on hieman enemmän verkkolehdissä (37%) kuin sanomalehdissä (30%).



Kuvio 34: Dramatisoivat elementit pääuutisissa verkko- ja sanomalehdissä (N=395)

Dramatisoivien elementtien tasapainottuminen sanomalehdissä ja verkkolehdissä johtuu tutkimusaineiston iltapäivälehddestä, joka sekä verkossa että painetussa lehdessä vie pääosin nimiinsä dramatisoivien elementtien käytön (kuvio 35). Myös *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (2007, 64) dramatisoivat esitystavat kuuluivat miltei yksinomaan iltapäivälehtien etusivuille. Ko. tutkimuksessa yli 70 prosenttiin iltapäivälehtien jutuista sisältyi dramatisoivia elementtejä. Tässä tutkimuksessa yhteensä peräti 90 prosenttia Iltalehden ja Iltalehden verkkolehden etusivujen pääuutisista sisälsi dramatisointia. Painettu Iltalehti vei pitemmän korren, kun vain yhteen tutkimusaineiston 18 pääuutisesta ei sisällynyt dramatisoivia elementtejä. Iltalehden verkkolehdestä tällaisia juttuja löytyi viisi 42:sta. Ilman Iltalehteä ja lehden verkkolehteä dramatisoivien elementtien, joskin laadultaan varsin lievien, osuus aineistossa olisi kuitenkin ollut lähes 24 prosenttia.

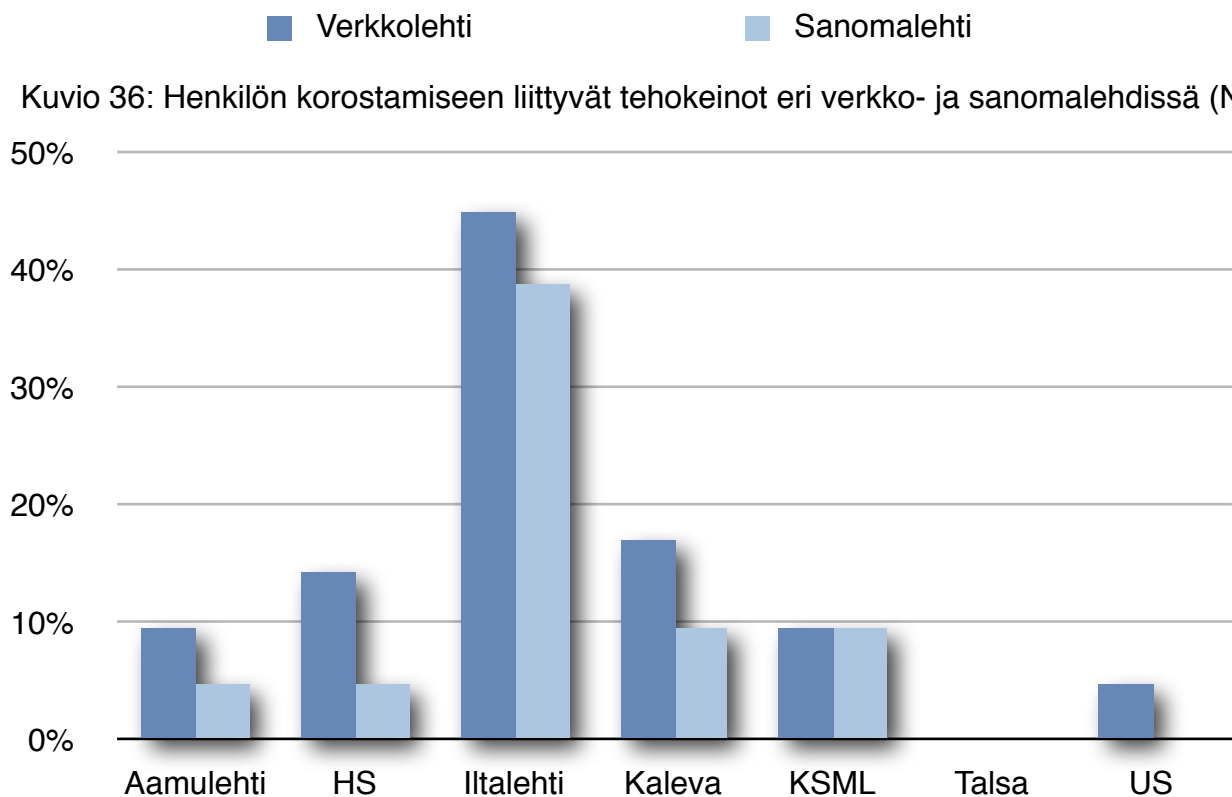


Verkkolehdissä dramatisoivien elementtien käyttö on vain aavistuksen verran yleisempää kuin aamulehdissä. Kaikkein vähiten – vain kolmessa jutussa 21:stä – dramatisoivia elementtejä oli painetussa Helsingin Sanomissa. Kaikkein eniten dramatisoivia tehokeinoja aamulehdistä käytettiin Aamulehdessä, mutta näitäkin juttuja oli vain kuusi ja tehokeinot lopulta varsin vähäisiä, kuten pientä liioittelun makua henkivässä Kiinan lumimyrskyihin liittyvässä kuvaotsikossa “200 000 jäi

vielä odottamaan junamatkaa”. Hieman enemmän dramatisointia oli jo Kaisa Variksen epo-käryyn (joka sittemmin peruttiin) liittyvässä otsikossa “Viimeinen laukaus ammuttu”.

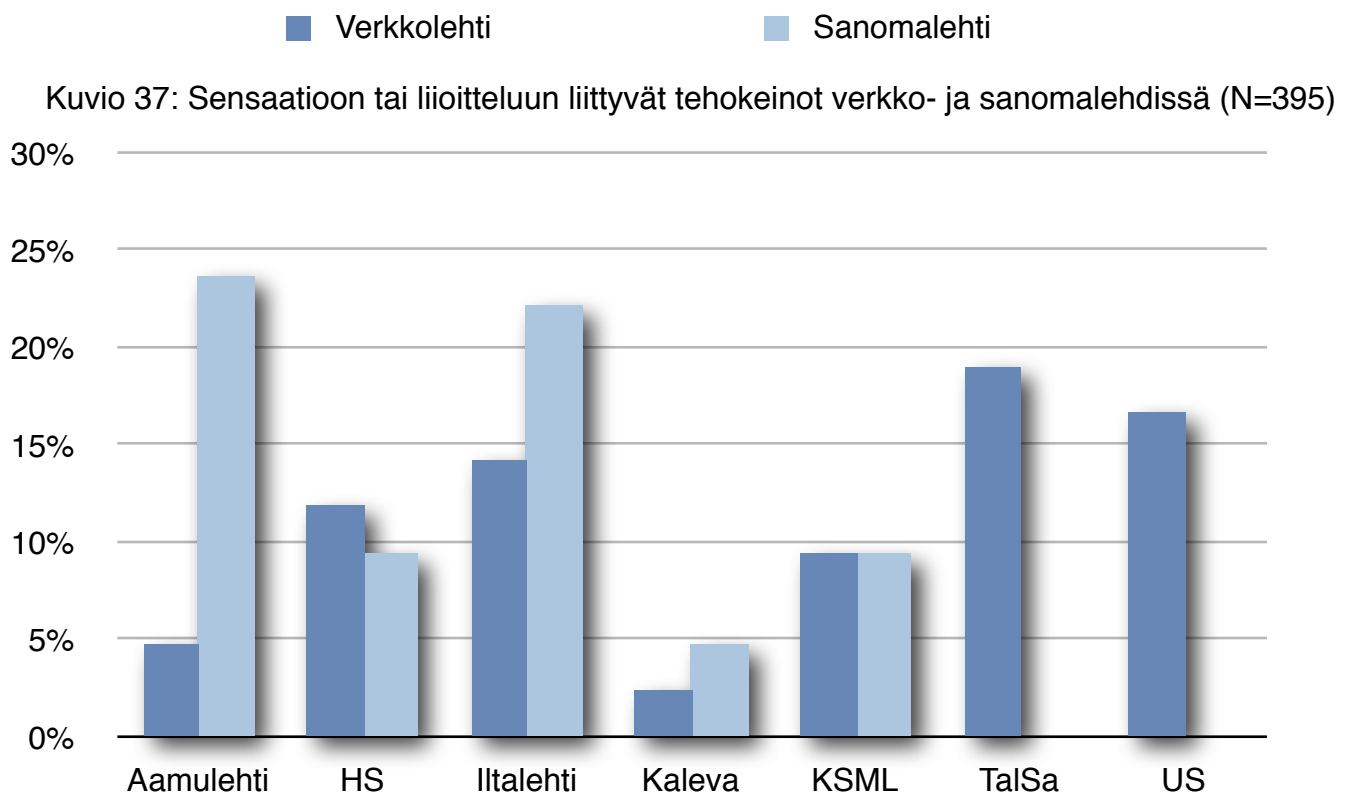
Aamulehtien verkkolehdistä sekä vain verkossa ilmestyvistä lehdistä eniten dramatisoivia elementtejä käytettiin Helsingin Sanomien ja Uuden Suomen verkkolehdissä. Helsingin Sanomien verkkolehdessä dramatisointi liittyi lähinnä henkilön korostamiseen tai liioitteluun, Uudessa Suomessa sensaation tai liioittelun varaan (kuviot 36 ja kuviot 37 sivulla 90). Vähiten dramatisointiin sortui Taloussanomat, jonka jutuista vajaa viidennes käytti jossain määrin tehokeinoja, ja ne kaikki liittyivät liioitteluun otsikossa.

Dramatisointiin liittyvä merkittävin yksittäinen luokka, henkilön korostaminen tai paljastusten tekeminen henkilöstä, on ennen kaikkea Iltalehden ja lehden verkkolehden tyyli, kuten kuviosta 36 nähdään. Aamulehtien verkkolehdissä henkilön korostus oli jonkin verran voimakkaampaa kuin sanomalehdissä. On mahdollista, että verkkolehdissä uutisointia pyritään kiinnostavuuden lisäämiseksi henkilöimään. Verkkolehdissä jutun lukeminen perustuu aina käyttäjän aktiivisuuteen, ja tällöin täky otsikossa voi olla merkittävä syy jutun klikkaamiseen luettavaksi.



Kuvio 36: Henkilön korostamiseen liittyvät tehokeinot eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395)

Sensaation tekemiseen tai liioitteluun sortuivat painetut lehdet verkkolehtiä enemmän pääuutisoinnissaan (kuviot 37). Sensaatio tai lähinnä liioittelu jäi aamulehdissä yleensä otsikon tasolle – sanomalehdissäkin otsikot rakennetaan lukemaan houkutteleviksi vaikka pienen liioittelun keinoin. Myös ulkoasuseikat vaikuttavat otsikointiin. Tutkimusaineistossa etenkin painetun Aamulehden pääuutisista löytyi lieviä liioittelun elementtejä, tosin näitä juttuja oli määrällisesti vain viisi 21 pääuutisen joukossa. Vähiten liioitteluun sortui Kaleva sekä painettuna että verkossa.



Juttuja dramatisoivia elementtejä löytyi eniten turvallisuus- ja vapaa-ajan aihepiireistä, jotka ovat iltapäivälehdien vahvoja alueita verkossa ja painettuna.

Koko aineistossa, jolloin verkkolehtien painoarvo on kolminkertainen, 65 prosenttiin turvallisuus-aihepiirin jutuista sisältyi dramatisoivia elementtejä; yli puolessa jutuista kysymys oli henkilön korostamisesta tai henkilöön liittyvistä paljastuksista. Turvallisuus-aiheisista verkkolehtien pääuutisista lähes 65 prosenttiin sisältyi dramatisoivia elementtejä: henkilöön, yleensä rikokseen sortuneeseen, liittyviä paljastuksia oli yli puolessa dramatisointia sisältävistä jutuista. Sekä liioittelua että väkivallan korostamista oli noin viidenneksessä dramatisointia sisältävistä uutisista. Sanomalehdissä hieman yli 70 prosenttiin turvallisuus-aiheisista jutuista liittyi dramatisoivia elementtejä. Näistä puolet sisälsi henkilöön meneviä paljastuksia. Tasavahvasti korostettiin myös

väkivaltaa, tehtiin sensaatiota tai esiteltiin sankaritekoja (15%). Sankariteot liittyivät erityisesti onnettomuus uutisiin.

Vapaa-ajan aiheista koko aineistossa lähes 45 prosenttiin sisältyi dramatisoivia elementtejä, joista hieman yli puolet liittyi henkilön esiintuomiseen. Sanomalehdissä vapaa-ajan aiheissa dramatisointia esiintyi noin 70 prosentissa pääuutisista, verkkolehdissä vajaassa 40 prosentissa. Verkkolehdissä lisäksi sää-aiheista löytyi lähes säännönmukaisesti vaaraa lietsovia elementtejä tyyliin “Myrsky iskee aamulla lounaisrannikolle”.

On muistettava, että yllä esitettyjen muuttujien luokkien prosenttien takana olevat juttumäärät ovat niin pieniä, ettei yleistyksiä juurikaan voi tehdä kuin iltapäivälehdien osalta – kahteen kolmasosaan koko aineiston pääuutisistahan ei sisältynyt minkäänlaisia dramatisoivia elementtejä. Aamulehtien ja näiden verkkolehtien pääuutisissa dramatisoivat tehokeinot olivat absoluuttiselta määrältään jokseenkin vähäisiä, kun taas iltapäivälehdessä enemmän sääntö kuin poikkeus. Kuten *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (Saloniemi & Suikkanen 2007, 65) todetaan:

Kaiken kaikkiaan niin sanotun vakavan uutisjournalismin etusivuilla lukijoihin ei vedota tirkistelemällä, heittämällä eroottisia täkyjä, tekemällä sensaatiota tai korostamalla väkivaltaa tai sen uhkaa. Iltapäivälehtien etusivuilla ei taas oikein muuta tehdäkään.

On kuitenkin huomattava, että tässä tutkimuksessa, tosin ankaralla koodauksella, joka kolmas pääuutinen kuitenkin sisälsi dramaattisia tehokeinoja vedoten vähintäänkin tirkistelynhaluun. Määrä on suhteellisesti huomattavasti suurempi kuin *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (Saloniemi & Suikkanen 2007, 63), jossa tällaisia juttuja 1199 jutun aineistosta oli joka neljästoista. (noin 6,5%). Jos dramatisointi on lisääntynyt, se on lisääntynyt entisestäänkin iltapäivälehdissä, mutta myös aamulehdissä. Tämän tutkimuksen aineiston mukaan dramatisoivien elementtien mahdollisen lisääntymisen takana eivät siis yksin ole verkkolehdet.

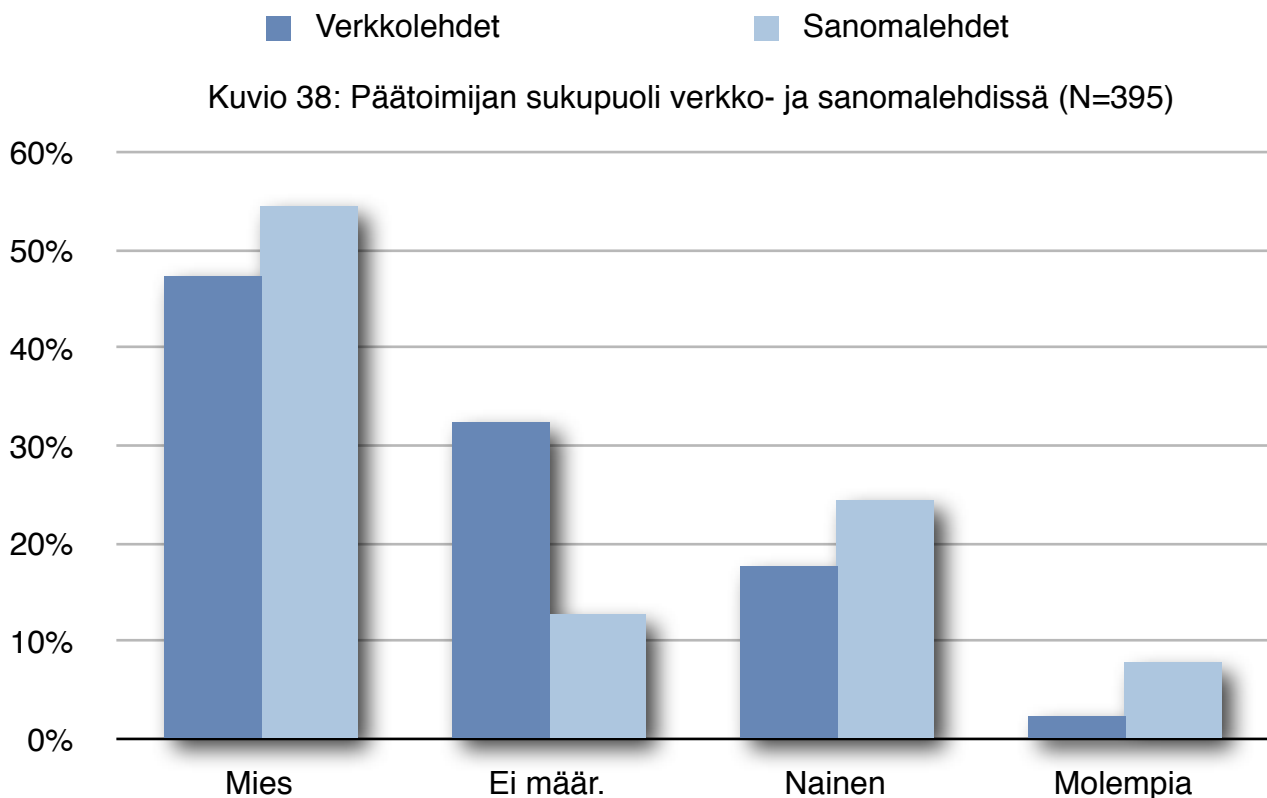
Tutkimuksen kolmas oletus – *verkkolehdistä löytyy sanomalehtiä enemmän merkkejä ns. tabloidisaatiosta* – ei kuitenkaan täysin kumoudu, vaikka verkkolehdistä ei tutkimusaineiston mukaan löytynyt sanomalehtiä juurikaan enempää dramatisoivia elementtejä. Verkkolehdissä pääuutisten aihevalinnat painottuvat turvallisuus- ja vapaa-ajan aiheisiin, etenkin rikoksiin ja urheiluun, kuten luvussa 6.3. tuli esille. Aihevalintojen kautta verkkolehdet ovat sanomalehtiä viihteellisempiä. Verkkolehtien suosikkiaiheiden, rikosten ja urheilun, ympärille tabloidisaation tapaan voidaan rakentaa draamaa. Näissä aiheissa tapahtumat tabloidisaation tapaan myös henkilöityivät.

6.6. Miehet päätoimijoina sanomalehdissä ja verkkolehdissä

Koko aineiston pääuutisissa puolessa päätoimijana oli mies. Nainen oli päätoimijana vain joka viidennessä jutussa. Pääuutisista 27 prosenttia oli sellaisia, joissa päätoimija ei ollut määriteltävissä eli ei ollut yksittäinen henkilö. Vain vajaassa neljässä prosentissa päätoimijoina esiintyivät molemmat sukupuolet. Myös *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (Saloniemi & Suikkanen 2007, 46) päätoimijoiden sukupuolijako oli samansuuntainen.

Ykkösuutisissa tässä tutkimuksessa sukupuolijako hieman tasoittui: 39 prosentissa koko aineiston ykkösuutisista päätoimijana oli mies, 22 prosentissa nainen. Reilusti yli kolmanneksessa ykkösuutisista (35%) päätoimija ei kuitenkaan ollut määriteltävissä. *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (emt., 46) ykkösuutisten päätoimijoista peräti 67 prosenttia oli miehiä. Ko. tutkimuksessa radio- ja tv-uutiset sisältyivät otokseen, mutta verkkolehdet eivät.

Tässä tutkimuksessa miesten osuus päätoimijoina oli suurin sanomalehdissä, 55 prosenttia (kuvio 38). Nainen oli päätoimijana joka neljännessä sanomalehden pääuutisessa. Verkkolehdissä miesten osuus päätoimijoina oli hieman vajaa puolet ja naisten osuus alle viidennes. Merkittävää on, että lähes kolmanneksessa verkkolehtien pääuutisista päätoimija ei ollut määriteltävissä. Sanomalehdissä osuus oli reilut 10 prosenttia.



Ykkösuutisissa miehet esiintyivät tasavahvasti noin 40 prosentin osuuksilla niin verkkolehdistä kuin sanomalehdissä. Naisten osuus ykkösuutisen päätoimijoina oli selkeästi suurempi sanomalehdissä (29%) kuin verkkolehdistä (19%). Ykkösuutisissa varsin usein päätoimija ei ollut määriteltävissä; verkkolehdistä tällaisia ykkösuutisia lähes 40 prosenttia ja sanomalehdissäkin yli neljännes.

6.6.1. Iltapäivälehti henkilöi, talouslehti anonyymein

Miesten osuus päätoimijoina oli korostunein painetussa Kalevassa ja Iltalehden verkkolehdessä, joissa kaksi kolmasosaa pääuutisten päätoimijoista oli miehiä (kuvio 39 sivulla 94). Kalevan pääuutisissa miesten osuus päätoimijoina korostui naisten vähäisyyden rinnalla – vain yhdessä pääuutisessa tutkimusviikolla jutun päätoimijana oli nainen. Myös painetussa Helsingin Sanomissa hieman yli 60 prosenttia pääuutisten päätoimijoista oli miehiä. Pienin miesten osuus pääroolissa oli vain verkossa ilmestyvässä talousmediassa; määrä oli kuitenkin lähes 40 prosenttia, mikä korostuu naisten lähes täydellisellä poissaololla. Vain kahdessa Taloussanomien pääuutisessa nainen oli päätoimijana tutkimusviikolla.

Naiset pääsivät eniten esille painetun Iltalehden ja Keskisuomalaisen pääuutisissa: Iltalehdessä lähes 40 prosenttia ja Keskisuomalaisessa kolmannes pääuutisten päätoimijoista oli naisia. Vähiten naisia oli päätoimijoina painetun Kalevan yhden pääuutisen lisäksi Taloussanomissa vain kahdessa pääuutisessa, kuten edellä tuli jo esille.

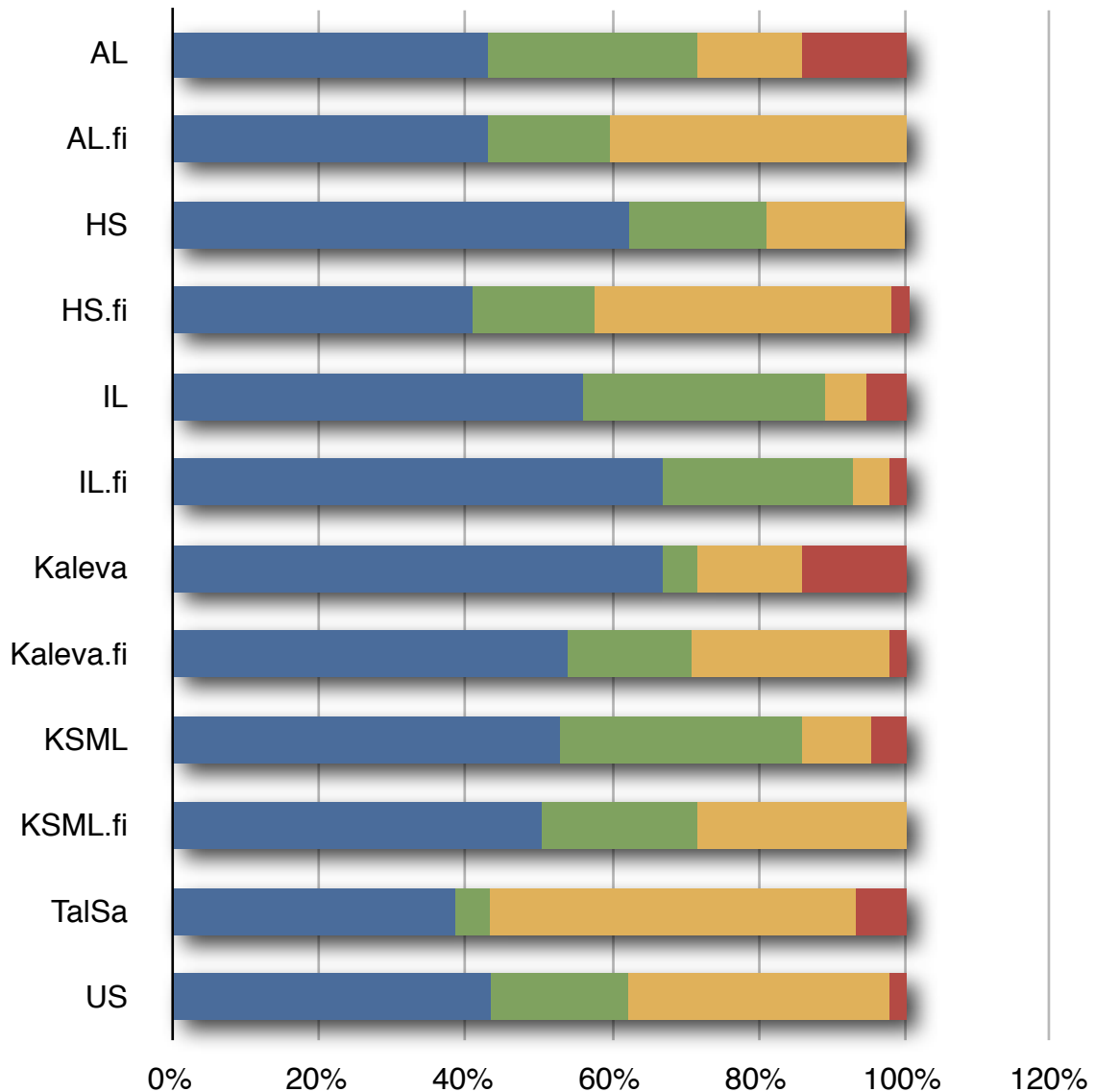
Verkkolehdistä kolmanneksessa pääuutisista päätoimijaa ei voinut henkilöidä, eikä siten myöskään määritellä päätoimijan sukupuolta. Etenkin vain verkossa ilmestyvän Taloussanomien pääuutisia leimasi anonyymius, kun puolessa jutuista päätoimija ei ollut määriteltävissä. Toisessa vain verkossa ilmestyvässä lehdessä, Uudessa Suomessa, ei-henkilöitäviä päätoimijoita oli reilussa kolmanneksessa pääuutisista.

Aamulehden ja Helsingin Sanomien verkkolehdistä myös varsin suuri osuus, hieman yli 40 prosenttia, pääuutisista oli sellaisia, joissa päätoimija ei ollut määriteltävissä. Keskisuomalaisen ja Kalevan verkkolehdistä vajaa 30 prosenttia päätoimijoista oli määrittelemättömiä.

Iltalehti sen sijaan henkilöi vahvasti sekä painettuna että verkossa, kun vain yhteensä kolmessa pääuutisessa päätoimijaa ei voinut määritellä.

■ Mies ■ Nainen ■ Ei määriteltävissä ■ Nainen ja mies

Kuvio 39: Päätoimijoiden sukupuoli eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395)



6.6.2. Miehet urheilusankareina, naiset rikosten teillä

Miesten osuus korostui verkkolehdistä vapaa-aikaa käsittelevissä jutuissa (kuvio 40 sivulla 95). Aihepiirin päätoimijoista kaksi kolmasosaa oli miehiä. Tämä selittyy urheilulla; verkkolehtien kaikissa urheiluun liittyvissä pääuutisissa päätoimijana oli tutkimusviikolla mies. Tilanne olisi toki ollut toisenlainen, jos tutkimusviikolla suomalainen nainen olisi niittänyt menestystä urheilukentillä. Tutkimusviikolle ei kuitenkaan osunut suuria urheilutapahtumia, joten urheilun osalta viikko oli todennäköisesti varsin normaali. Aamulehtien verkkolehdistä miesten osuus päätoimijoina vapaa-ajan-aihepiirissä (85%) oli selkeästi suurempi kuin iltaapäivälehtien

verkkolehdeissä (56%). On huomioitava, että urheilijoihin liittyviä rikos- ja oikeusjuttuja ei ole koodattu urheilu-luokkaan, vaan rikos- ja rangaistus -luokkaan.

Miehet olivat päätoimijoina yli puolessa verkkolehtien pääuutisista myös politiikkaa ja turvallisuutta käsittelevissä jutuissa. Poliittika-aihepiiriin kuuluvassa ulkomaita ja ulkomaiden politiikkaa käsittelevissä jutuissa miehet olivat 80-prosenttisesti päätoimijan roolissa. Rikos- ja rangaistus -aiheluokassa miehet olivat päätoimijoina 55 prosentissa jutuissa, onnettomuuksissa miltei samalla osuudella. Turvallisuus-aihepiirissä miehet esiintyivät päätoimijoina useammin iltapäivälehdien verkkolehdeissä (68%) kuin aamulehtien (50%) tai Uuden Suomen (44%) verkkolehdissä.

Sanomalehdissä miehet hallitsivat talous-aihepiiriä 76 prosentin osuudella. Myös ympäristö-, informaatio- ja politiikka-aihepiireissä yli puolessa päätoimijana oli mies.



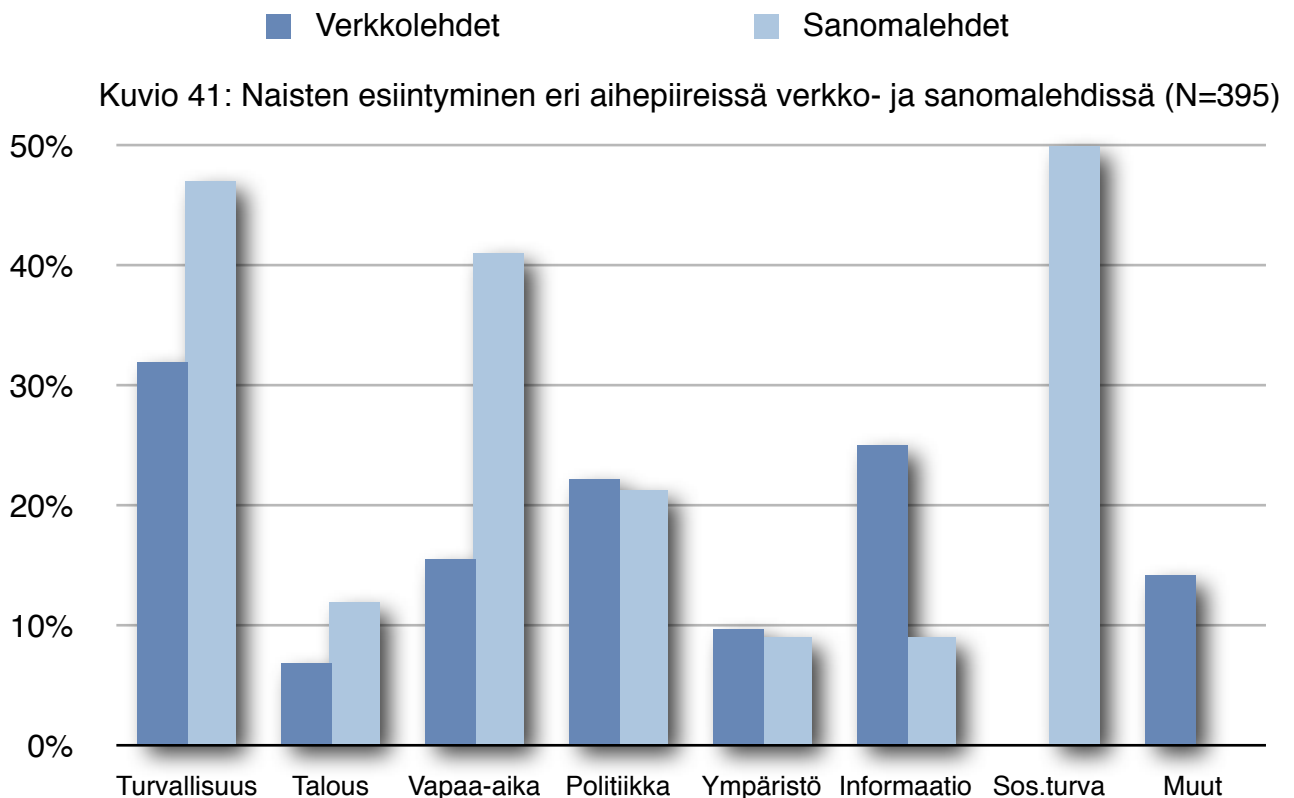
Naisten osuus oli suurin verkkolehdissä turvallisuus-aihepiirin jutuissa (kuvio 41 sivulla 96). Turvallisuus-aihepiiriin kuuluvissa rikoksiin ja rangaistuksiin liittyvissä pääuutisissa naiset esiintyivät pääosissa yli kolmanneksessa jutuista; varsin iso rooli tässä oli ampumahiihtäjä Kaisa Variksella. Turvallisuus-aihepiirissä naisten rooli oli hieman suurempi aamulehtien verkkolehdissä.

(34%) kuin iltapäivälehdessä (32%). Uuden Suomen verkkolehdestä osuus oli reilu viidennes (22%).

Sanomalehdissä naisten vahvinta aluetta oli sosiaaliturva ja terveys, kun puolessa jutuista nainen oli pääroolissa, määrällisesti tosin vain kahdessa jutussa neljästä. Lähes yhtä suuri, 47 prosenttia, oli naisten osuus turvallisuus-aihepiiriin kuuluvissa pääuutisissa. Osuus oli suurempi kuin miesten hieman yli 40 prosenttia. Aamulehdissä naiset liittyivät turvallisuus-aihepiiriin 60 prosentissa jutuista, kun osuus iltapäivälehdessä oli vain 30 prosenttia.

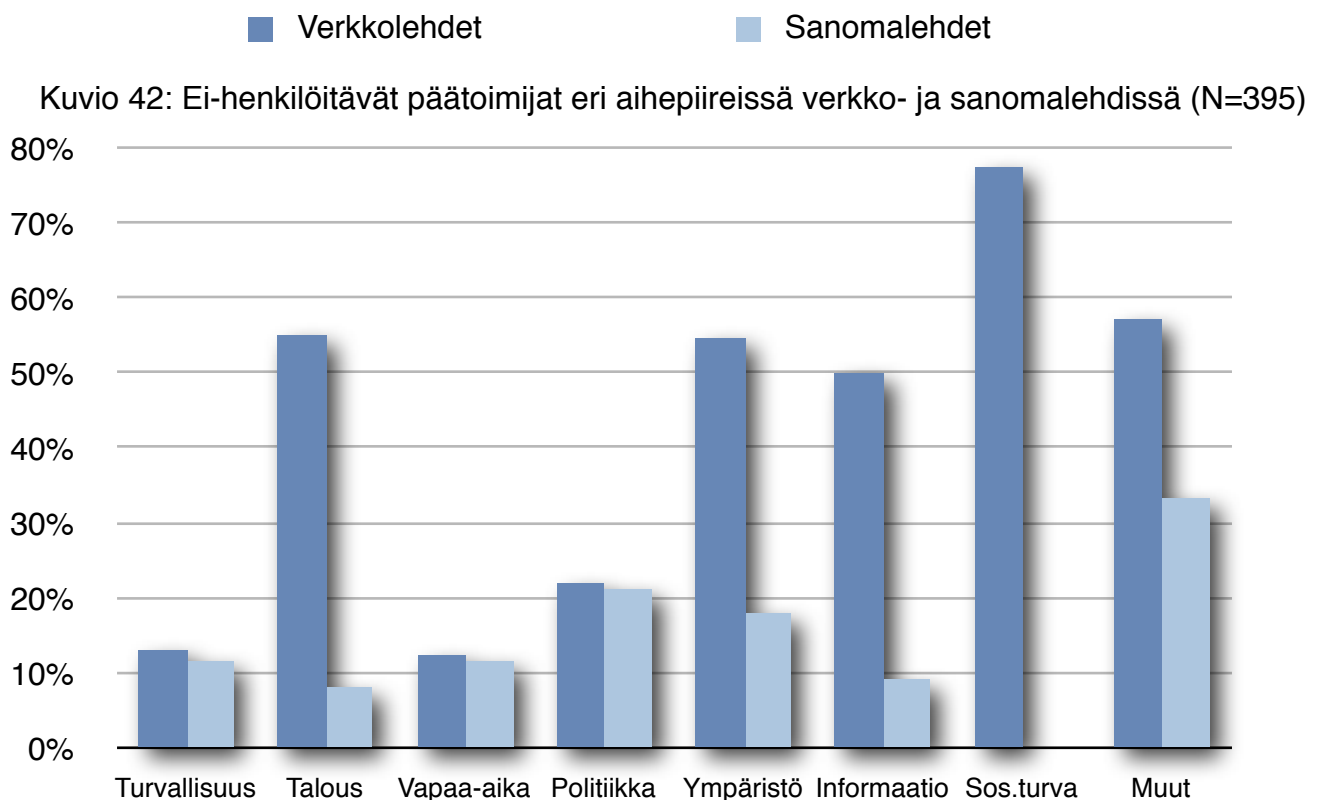
Turvallisuus-aihepiiriin kuuluvassa rikos ja rangaistus -aiheluokassa naiset esiintyvät sanomalehdissä selkeästi useammin kuin miehet, 54 prosentissa jutuissa, kun miesten osuus oli vajaat 40 prosenttia. Naisten osuus korostui sanomalehdissä myös vapaa-ajan aihepiirissä perhe- ja parisuhde -aiheiden ansiosta. Vapaa-ajan aiheissa naisten osuus iltapäivälehdessä oli puolet, aamulehdissä vajaa 30 prosenttia.

Politiikassa sekä verkko- että sanomalehdissä naisten osuus päätoimijoina oli reilu viidennes. Tämä selittyy lähes yksinomaan Suomen naispresidentillä; tutkimusviikolle osui useita juttuja, muun muassa presidentin maakuntamatka Keski-Suomeen sekä yhteisvastuukeräyksen alkaminen, joissa tasavallan presidentti Tarja Halonen oli pääroolissa.



6.6.3. Talouden päätoimijat eivät henkilöidy

Taloussanomien myötä aihepiireistä taloutta leimaa verkkolehdissä anonyymiys: yli puolessa talouteen liittyvistä pääuutisista päätoimijaa ei esitelty tai päätoimija ei ollut yksilöitävä henkilö (kuvio 42). Etenkin yritystaloutta ja rahamarkkinoita käsiteltiin anonyymeinä, kun henkilöitävä päätoimija puuttui lähes kahdesta kolmasosasta aihealueen verkossa julkaistuista pääuutisista. Myös sosiaaliturvaan (78%), ympäristöön (55%) informaatioon (50%) ja muihin aiheisiin (57%), lähinnä säähän, liittyvät aiheet olivat verkkolehdissä varsin usein anonyymejä. Kuriositeettina voidaan mainita, että kaikissa kunnallispolitiikka verkossa käsittelevissä pääuutisissa päätoimija oli määrittelemätön. Juttuja oli tosin määrällisesti vain neljä.

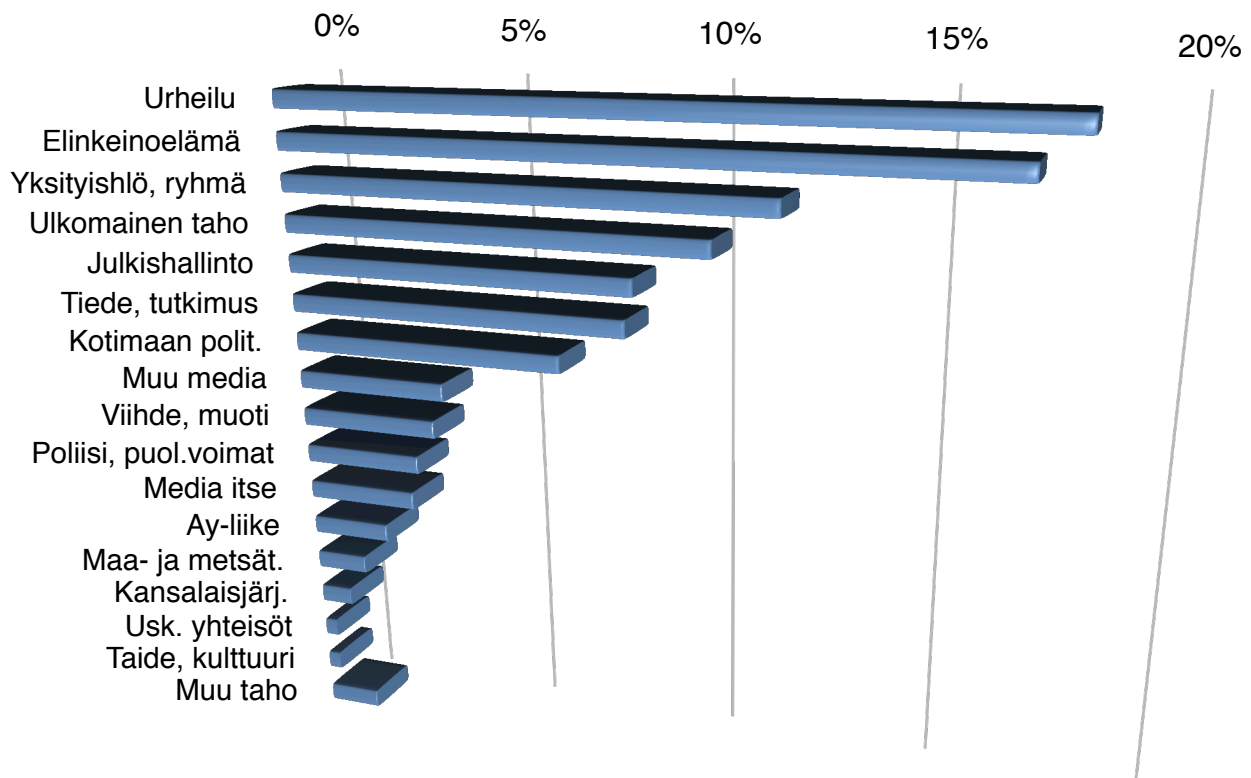


Kuvio 42 vahvistaa dramatisointia käsittelevän luvun 6.5. lopussa esiin tuodun verkkolehtien tabloidisaatiotrendin. Verkkolehtien suosituimmat aiheet turvallisuus ja vapaa-aika ovat vahvasti henkilöityjä ja siten myös dramatisoituja; näissä aihepiireissä kaikkein vähiten päätoimijat ovat anonyymejä. Sen sijaan ns. vakavammat aiheet talous, ympäristö, informaatio ja sosiaaliturva eivät tule verkkolehdissä henkilöiden kautta esille. Politiikka sen sijaan henkilöityy varsin selvästi.

6.7. Urheilun ja elinkeinoelämän edustajat päärooleissa

Kuten alaluvussa 6.2. kävi ilmi, sekä verkko- että sanomalehtiä hallitsevat kolme tasavahvaa aihepiiriä: turvallisuus, talous ja vapaa-aika. Näiden alaluokista erottuivat suosittuina aiheina rikokset ja rangaistukset, yritystalous, urheilu, työmarkkinat ja työelämä sekä ulkomaat ja ulkomaiden politiikka. Tätä taustaa vasten ei ole yllättävää, että koko aineistossa suurimmat päätoimijoiden viiteryhvät ovat urheilu, elinkeinoelämä, yksityishenkilöt ja ulkomaiset valtiot tai kansainväliset elimet. Myös julkishallinnon, tieteen ja kotimaan politiikan viiteryhmiin kuuluvat nousivat esiin (kuvio 43). *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (Saloniemi & Suikkanen 2007, 38) päätoimijoiden viiteryhmiä suuruusjärjestyksessä oli julkishallinto, kotimaan politiikka, elinkeinoelämä, ulkomaiset tahot, yksityishenkilöt ja urheilu eli pääosin samat ryhmät kuin tässä tutkimuksessa, mutta eri järjestyksessä.

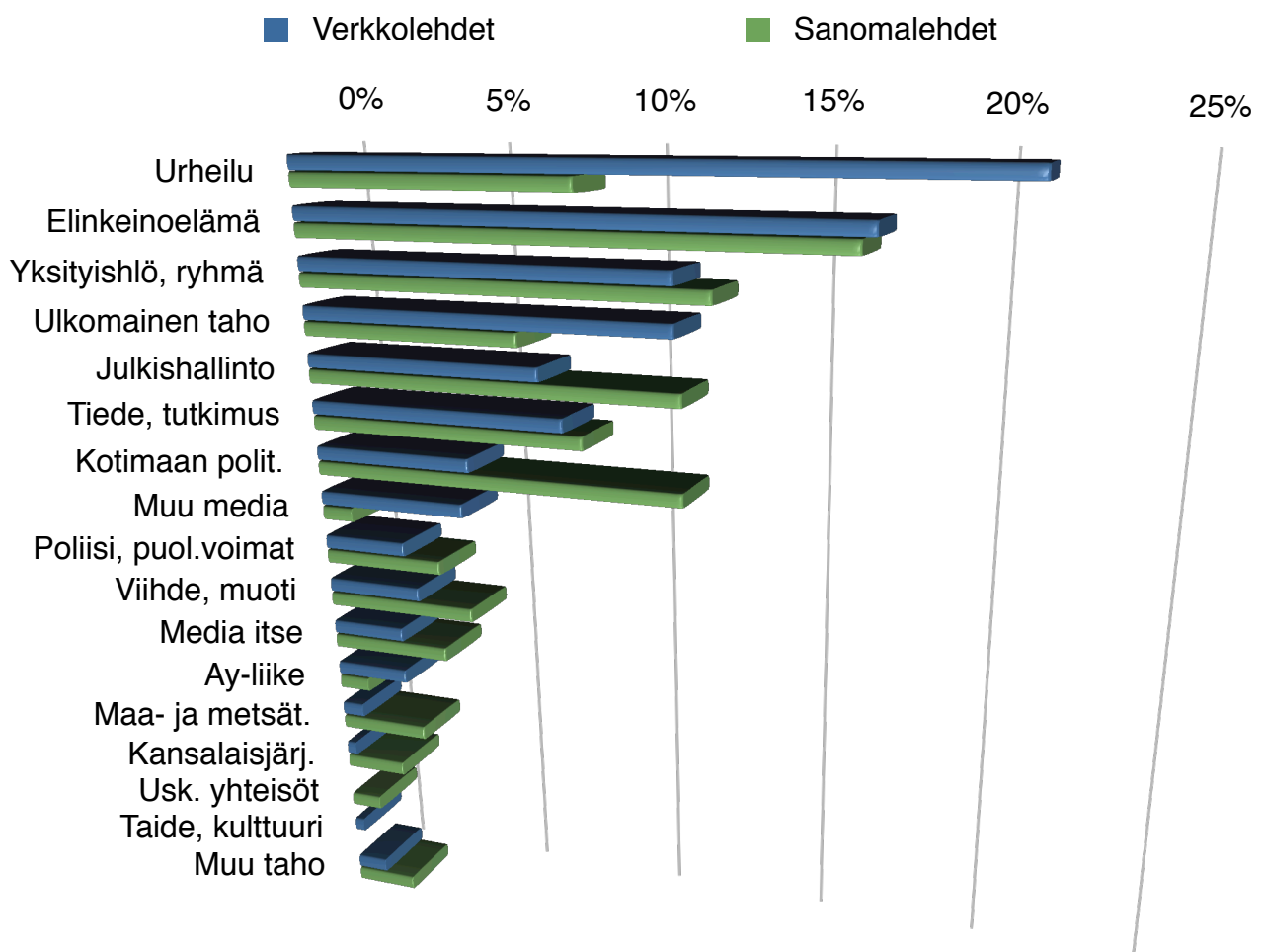
Kuvio 43: Päätoimijoiden viiteryhvät koko aineistossa (N=395)



Ykkösuutisissa koko aineistossa esiintyi eniten päätoimijoita elinkeinoelämän (17%) ja urheilun (14%) piiristä sekä yksityishenkilöitä (13%), joiden osuutta kasvatti Iltalehti. Ilman Iltalehteä ja lehden verkkolehteä yksityishenkilöiden osuus päätoimijoina putoaisi seitsemään prosenttiin.

Verkkolehdistä ylivoimaisesti suurin päätoimijoiden viiteryhmä oli urheilu yli viidenneksen osuudella (kuvio 44). Yksittäisistä aiheista urheilu oli toiseksi suosituin pääuutisista verkkolehdistä. Sanomalehdissä urheilun viiteryhmään kuului vajaat yhdeksän prosenttia päätoimijoista. Seuraavaksi merkittävin viiteryhmä verkkolehdistä oli elinkeinoelämä, mikä puolestaan sanomalehdissä oli suurin ryhmä. Talous oli yleisin aamulehtien pääuutisaihe ja lähestulkoon ainoa aihe vain verkossa ilmestyvässä Taloussanomissa. Yksityishenkilöt esiintyivät tasavahvasti 12–13 prosentin osuuksilla verkko- ja sanomalehdissä. Jakoa tasapainotti Iltalehti molemmissa välineissä. Sanomalehdissä päätoimijoiden viiteryhminä painoutuivat myös kotimaan politiikka ja julkishallinto, verkkolehdistä vastaavasti ulkomaiset tahot.

Kuvio 44: Päätoimijoiden viiteryhmät verkko- ja sanomalehdissä (N=395)



Urheilun piiristä tulevien päätoimijoiden määrä pääuutisissa oli suurin Iltalehden verkkolehdestä, reilusti yli kolmannes (kuvio 45 sivulla 101). Aamulehden ja Kalevan verkkolehdistä määrä oli vajaa kolmannes. Painetussa Helsingin Sanomissa ja Taloussanomissa osuus taas oli nolla. Koko

aineistossa urheilun päätoimijoita leimasi sijoittuminen turvallisuus-aihepiiriin juttuihin; 42 prosentissa aihepiiriin kuuluvissa uutisissa päätoimija tuli urheilun parista. Sanomalehdissä osuus (35%) oli hieman pienempi kuin verkkolehdissä (44%) johtuen urheilijoihin liittyvien rikosprosessien suuremmasta juttumäärästä verkkolehdissä. Vain hieman suuremmalla osuudella (43%) urheilun viiteryhmään kuuluvat kiinnittyivät vapaa-ajan aihepiiriin, käytännössä urheilu-uutisiin. Verkkolehdissä urheilun piiristä tulevien päätoimijoiden osuus vapaa-ajan aihepiirissä oli puolet, sanomalehdissä vajaa viidennes.

Elinkeinoelämän piiristä tulevat päätoimijat nousivat vahvimmin esille luonnollisesti Taloussanomissa (kuvio 45). Painetussa Helsingin Sanomissa elinkeinoelämän toimijoiden osuus oli vajaa 30 prosenttia ja painetussa Kalevassa lähes neljännes johtuen varsin runsaasta Kemijärven sellutehtaan laukkattamiseen liittyvästä uutisoinnista tutkimusviikolla. Painetussa Iltalehdessä elinkeinoelämän toimijoiden osuus oli nolla, kuten talous-aiheisten juttujenkin. Koko aineistossa elinkeinoelämän toimijat kiinnittyivät eniten talous-aiheisiin (46%), mutta myös ympäristö- (17%) ja vapaa-aika (14%) -aihepiireihin. Verkkolehdissä elinkeinoelämän piiristä tulevien päätoimijoiden osuus eri aihepiireissä oli samanlainen kuin koko aineistossa.

Yksityishenkilöt juhlivat painetun Iltalehden etusivulla, jonka pääuutisten päätoimijoista kolmannes oli tästä ryhmästä (kuvio 45). Iltalehden verkkolehdessä osuus oli hieman pienempi, 26 prosenttia. Kalevan verkkolehdessäkin joka viides päätoimija tuli yksityishenkilöiden ryhmästä. Yksityishenkilöt eivät päässeet päätoimijan rooliin kertaakaan Taloussanomissa. Yksityishenkilöt nousivat päärooliin koko aineistossa pääsääntöisesti turvallisuus-aihepiiriin jutuissa, joista lähes kolmanneksessa (31%) päätoimija oli yksityishenkilö. Verkkolehdissä (32%) turvallisuus-aihepiiri korostui vain hieman sanomalehtiä (29%) enemmän yksityishenkilöiden suuntaan.

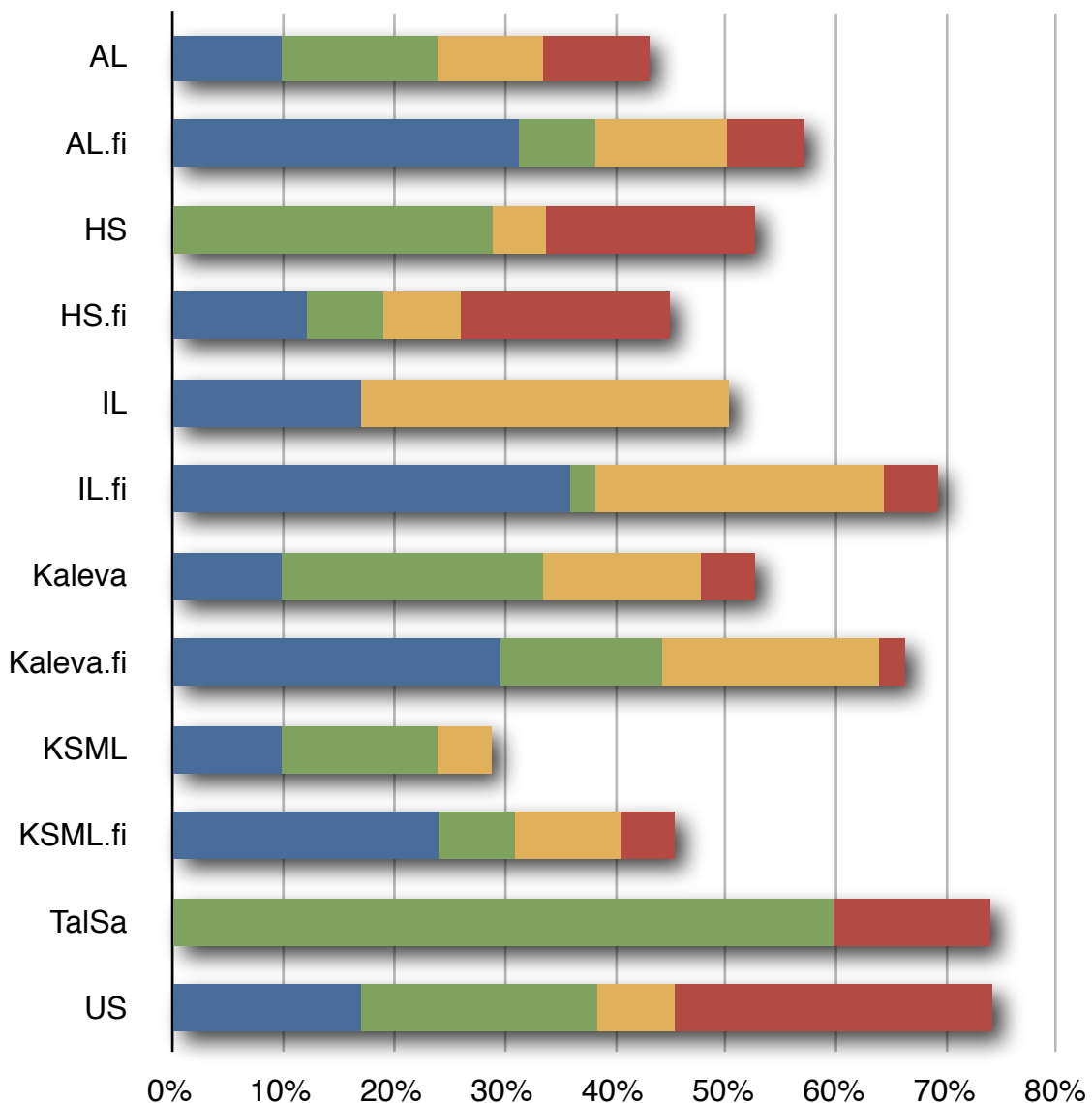
Ulkomaisia tahoja ja kansainvälisten elinten toimijoita nosti esille etenkin Uusi Suomi lähes 30 prosentissa pääuutisistaan (kuvio 45). Myös Helsingin Sanomissa painotus oli vahva viidenneksen osuuksilla sekä sanomalehdessä että verkossa. Iltalehdessä ja painetussa Keski-suomalaisessa ulkomaisia tahoja ei tutkimusviikolla esiintynyt. Ulkomaan toimijat olivat koko aineistossa pääosissa puolessa politiikka-aihepiiriin jutuista. Verkkolehdissä osuus oli Uuden Suomen ansiosta lähes 60 prosenttia, sanomalehdissä vajaat 30 prosenttia.

Kotimaan politiikan toimijat pääsivät eniten esiin painetussa Helsingin Sanomissa, lähes viidenneksessä lehden pääuutisista, julkishallinnon edustajat taas eniten painetussa Keski-suomalaisessa (24%) ja lehden verkkolehdessäkin (19%) kuntaliitosuutisoinnin myötä.

Tieteen ja tutkimuksen päätoimijoiden osuus oli vahva painetussa Aamulehdessä, lähes viidennes pääuutisten päätoimijoista. Helsingin Sanomien verkkolehdestä vajaa viidennes pääuutisten päätoimijoista liittyi tieteeseen ja tutkimukseen.

■ Urheilu ■ Elinkeinoelämä ■ Yksityishenkilöt ■ Ulkomaiset tahot

Kuvio 45: Suosituimpien viiteryhmiä osuus eri verkko- ja sanomalehdissä (N=395)

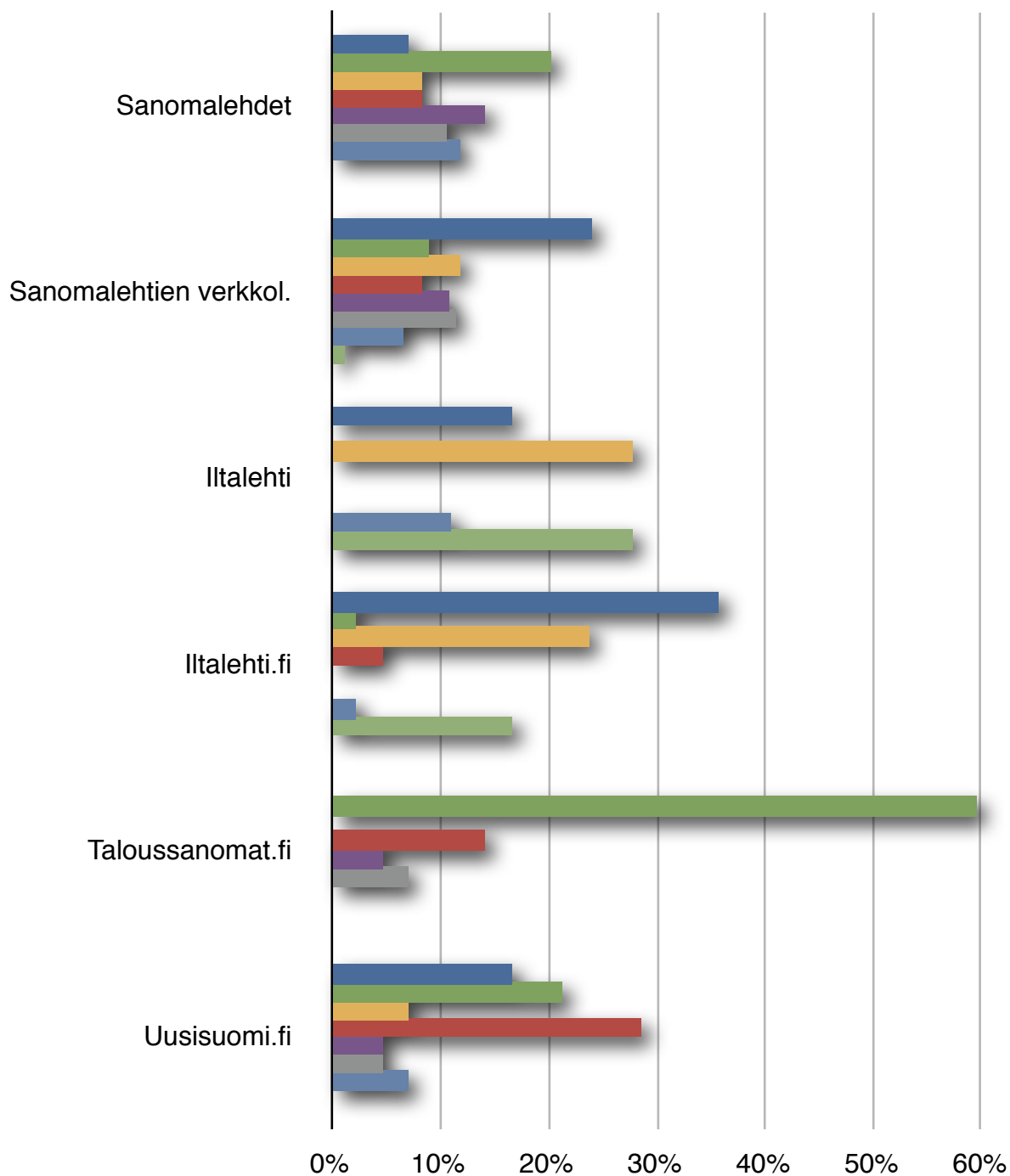


Kuten pääuutisten aihepiireissä löytyi selkeästi eri mediaryhmiin liittyviä ominaispiirteitä (kuviot 26 sivulla 79), myös päätoimijoiden viiteryhmiä esiin nostamisessa löytyy selkeitä eroja mediaryhmien välillä (kuviot 46 sivulla 102). Aamulehdet suosivat talouden, julkishallinnon ja kotimaan politiikan puhujia, kuten myös *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (Saloniemi & Suikkanen 2007, 41-43) tuli esille. Aamulehtien verkkolehdistä taas esiin pääsevät pääuutisissa

urheilun piiriin kuuluvat henkilöt, yksityishenkilöt, mutta myös tieteen ja tutkimuksen edustajat. Painetussa Iltalehdessä ja lehden verkkolehdestä esillä ovat pääuutisissa yksityishenkilöt sekä viihteen, muodin ja urheilun edustajat. Taloussanomissa painotus on luonnollisesti talouden edustajissa. Uusi Suomi painottaa ulkomaisia poliittisia tahoja, mutta myös elinkeinoelämän ja urheilun viiteryhmiin kuuluvia.

- Urheilu
- Elinkeinoelämä
- Yksityishenkilöt
- Ulkom. taho
- Julkishallinto
- Tiede, tutkimus
- Kotimaan polit.
- Viihde, muoti

Kuvio 46: Päätoimijoiden viiteryhmät mediatyypeittäin (N=395)



6.8. Sanomalehdet monipuolisempia uutisvälineitä

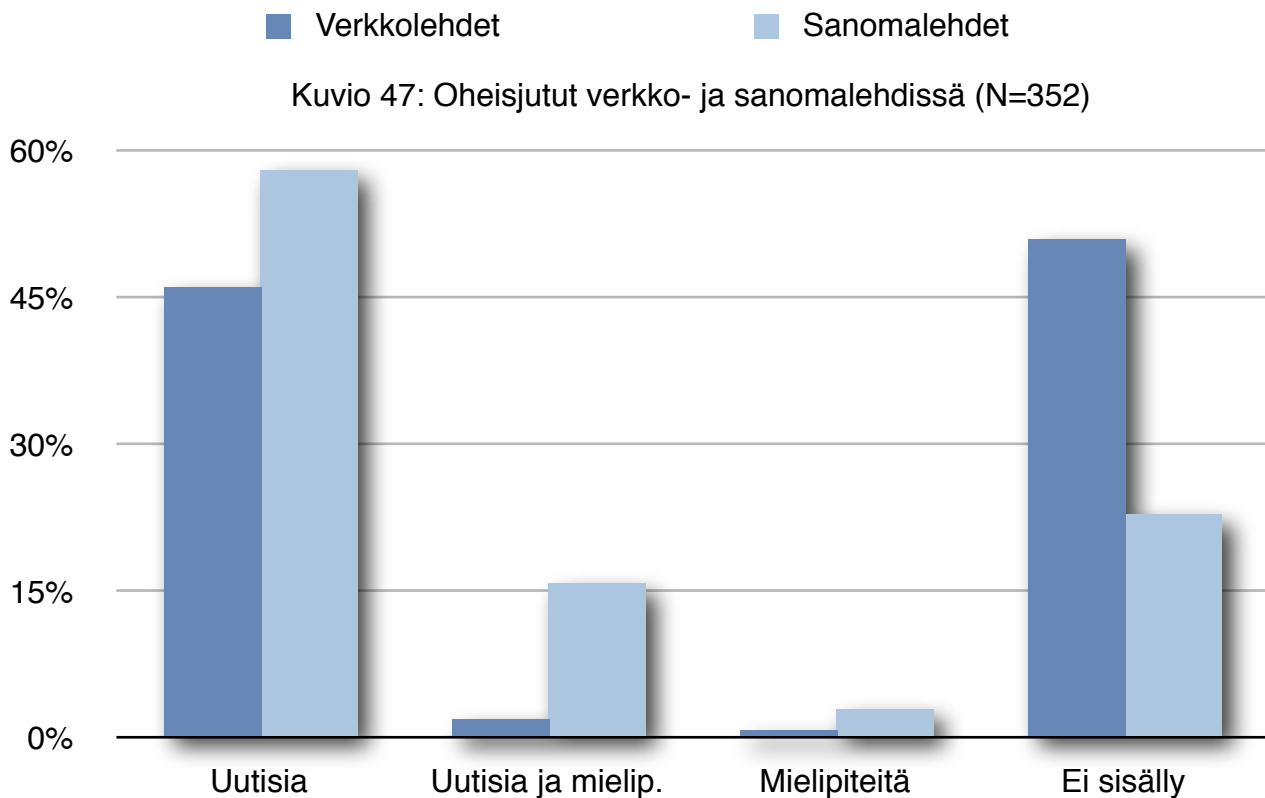
Pääuutisten monipuolisuutta ja syvyyttä verkko- ja sanomalehdissä voidaan kuvata juttuihin liittyvien oheisjuttujen luonteella ja määrällä. Verkkomediassa syvyyttä voidaan luoda lähes rajattomasti linkityksillä ja multimedian avulla, sillä tila ei aseta verkossa rajoituksia toisin kuin painotuotteessa. Teknisesti verkkolehdissä olisi mahdollisuus luoda moniarvoisia julkisuustiloja linkittämällä esimerkiksi jutun alkuperäisille lähteille, kommentoinnin mahdollisuudella, jopa wiki-tyyppisellä uutisen täydentämismahdollisuudella, kuten luvussa 2 kuvattiin.

Tässä tutkimuksessa pääuutisten monipuolisuutta ja syvyyttä tarkastellaan kolmen muuttujan avulla, jotka ovat jutturyppäeseen liittyvien oheisjuttujen luonne (uutisia, mielipiteitä) ja määrä (tietolaatikot, kainalojutut, kommentit) sekä multimedian käyttö. Multimedia-muuttujassa huomioidaan verkossa mahdollisten multimediaalisten elementtien lisäksi myös se, viitataanko sanomalehden jutusta verkkoon tai verkosta sanomalehteen, tai ohjataan verkossa julkaistusta uutisesta lähdemateriaaliin. Tutkimuksessa ei asetettu varsinaisesti oletusta verkko- tai sanomalehtien juttujen monipuolisuuden suhteen, joskin mahdollisuudet monipuolisuuden luomiseen olisivat paremmat verkossa.

Yllä kuvattujen muuttujien arvot puuttuvat aineistosta Aamulehden verkkolehdestä verkkoaineiston tallennustavan takia. Verkkokoaineiston etusivut tallennettiin ilman linkkejä, jolloin analysointivaiheessa jutut haettiin verkkolehtien sivuilta. Aamulehdessä hakumahdollisuutta ei ollut.

Aineiston perusteella sanomalehdet käsittelevät verkkolehtiä monipuolisemmin pääuutisiaan (kuvio 47 sivulla 104). Sanomalehdissä yli kolmeen neljäsosaan pääuutisista sisältyi oheisjuttuja, kun verkkolehtien pääjutuista vain puoleen liittyi oheisjuttuja ja nekin olivat valtaosin aiemmin julkaistuja aiheeseen liittyviä juttuja. Oheisjutuista valtaosa sekä sanomalehdissä että verkkolehdissä oli uutisluontoisia kainalojuttuja. Vain mielipidetyppeistä kommentteja tai kolumneja liittyi muutamiin pääuutisiin sekä sanomalehdissä että verkossa. Sanomalehdissä 15 prosenttiin pääuutisista liittyi sekä uutistyyppistä että kommentoivaa aineistoa, kun verkkolehdissä näiden osuus oli vain kaksi prosenttia.

Valtaosin pääuutisiin liittyi sekä sanoma- että verkkolehdissä yksi oheisjuttu, yleisimmin siis uutistyyppinen kainalojuttu. Sanomalehtien pääuutisissa oli kaksinkertaisesti suhteessa verkkolehtien pääuutisiin aiheita, joihin oli liitetty 2-5 oheisjuttua. Verkkolehtien 251 pääuutisesta vain kahdeksaan sisältyi enemmän kuin kuusi oheisjuttua.



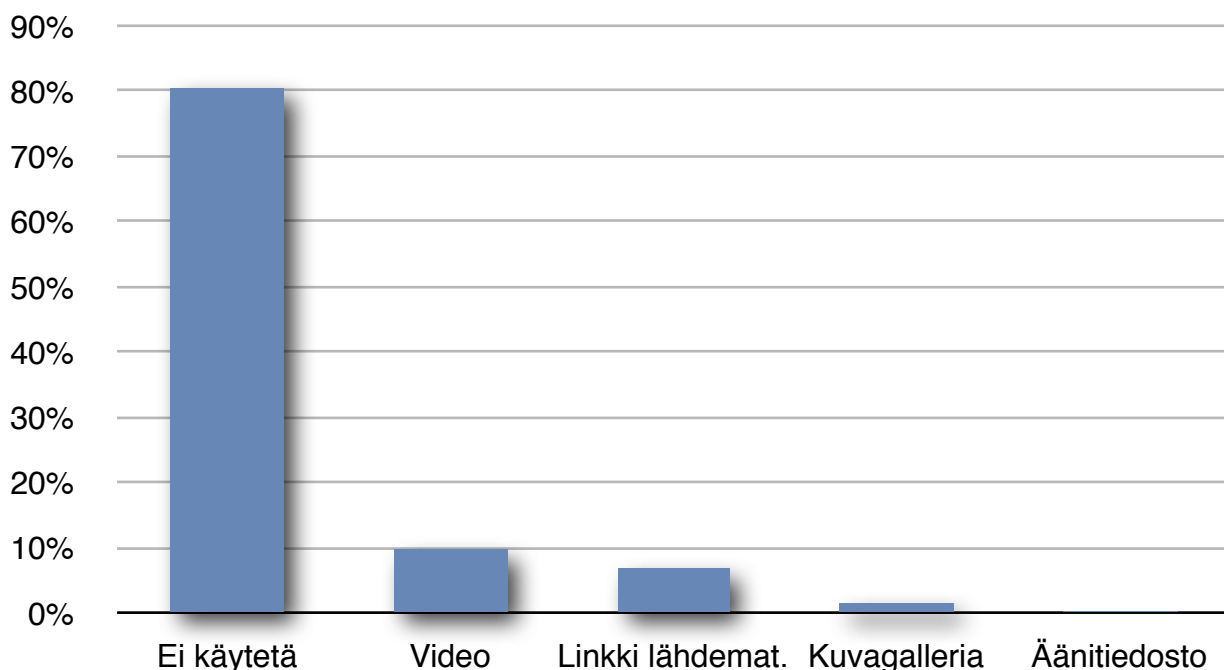
Liitettyjen juttujen osuus oli tutkimusviikolla pienin vain verkossa ilmestyvässä Uudessa Suomessa, jonka pääuutisista 60 prosenttia ei sisältänyt minkäänlaisia oheisjuttuja. Vastaavasti tutkimusaineiston toisessa vain verkossa ilmestyvässä lehdessä Taloussanomissa liitettyjen juttujen osuus oli suurin, kun yli 60 prosenttiin pääuutisista sisältyi muita juttuja.

Painetuista lehdistä Aamulehti käytti eniten oheisjuttuja, noin 90 prosentissa pääjutuista, vähiten Keski-suomalainen, vajaassa 60 prosentissa pääjutuista. Aamulehti käytti myös eniten, kolmanneksessa pääuutisaineistostaan, oheisjuttuina sekä uutisluontoisia juttuja että kommentoivaa materiaalia. Myös painettu Helsingin Sanomat käsitteli varsin monipuolisesti pääuutisia: 80 prosenttiin liittyi oheisjuttuja. Lähes kolmannes pääuutisista oli sellaisia, joita täydennettiin sekä uutis- että kommenttityyppisillä jutuilla. Jo aiemmin tuli esille, että verkkolehden uutisista kolmanneksessa ei voitu henkilöidä uutisten päätoimijaa (luku 6.6.). Tämä viittaisi yhdessä uutisten monipuolisuutta mittaavan muuttujan kanssa verkkolehden nopeaan, mutta pinnalliseen uutisointiin. Verkkolehden uutiset ovat tyypillisimmillään lyhyitä sähkeitä.

Multimedian käyttö oli oheisjuttujen käyttöäkin harvinaisempaa verkkolehden (kuvio 48 sivulla 105). Vain 12 prosenttiin verkossa julkaistuista pääuutisista sisältyi joko video, äänitiedosto tai kuvagalleria. Yleisin oli videon käyttö joka kymmenennessä jutussa. Äänitiedosto liittyi vain yhteen

juttuun ja kuvagalleriakin neljään. Lähdemateriaaliin linkitettiin 17 verkkojutusta, mikä on vajaa seitsemän prosenttia näytteen verkkoaineistosta.

Kuvio 48: Multimedian käyttö verkkolehtien pääuutisissa (N=251)



Multimedian käytössä ei löydy yhdistäviä tekijöitä mediatyypeittäin (esimerkiksi painettujen lehtien verkkolehdet ja vain verkossa ilmestyvät lehdet). Yksittäisistä verkkolehdistä löytyy sen sijaan kuriositeetteja. Suoraan lähdemateriaaliin linkittivät verkkolehden jutuista vain verkossa ilmestyvät Uusi Suomi ja Taloussanomat. Uuden Suomen analysoiduista pääuutisista joka kolmannesta oli linkki tai linkkejä lähdemateriaaliin, yleisimmin lainattuun verkkomediaan tai ulkomaiseen lehteen. Muutoin Uusi Suomi ei pääuutisissaan tutkimusviikolla käyttänyt verkonomaisia ilmaisutapoja, kuten videota, äänitiedostoja tai kuvagallerioita. Taloussanomilla oli video neljässä jutussa 42:sta. Kuvagallerioita käytti vain Kalevan verkkolehti neljässä jutussa, äänitiedosto löytyi vain yhdestä Helsingin Sanomien verkkolehden pääuutisesta. Videoita käytettiin eniten Iltalehden (21%) ja Keski-suomalaisen (17%) pääuutisissa. Helsingin Sanomissa oli kolme videota, Kalevassa kaksi.

Sanomalehtien ja näiden verkkolehtien “suhdetta” voidaan tarkastella viittausten määrällä sanomalehdestä verkkolehden ja päinvastoin. Sanomalehdistä Helsingin Sanomat ja Kaleva viittasivat tutkimusviikolla pääuutisistaan ahkerimmin lehtien verkkomedioihin, joka kolmannesta analysoidusta pääuutisesta. Keski-suomalainen viittasi neljästä jutusta ja Iltalehti kahdesta. Toisinpäin ahkerin oli Iltalehden verkkolehti, jonka joka viidennestä jutusta (21%) viitattiin

painettuun Iltalehteen. Yleensä verkkojuttu oli lyhyt, josta viitattiin sanomalehden laajempaan aineistoon aiheesta. Keskisuomalaisen verkkolehden pääuutisista kuudesta viitattiin sanomalehteen ja Helsingin Sanomien verkkolehdestä yhdestä pääuutisesta viitattiin painettuun Helsingin Sanomiin. Kalevan verkkolehdestä viittauksia ei tehty. Etenkin suuret kävijämäärät keräävä Iltalehden verkkolehti näyttäisi pyrkivän toimimaan sisäänheittotuotteena painetulle Iltalehdelle, jonka levikki taasen on laskenut parina viime vuotena⁵⁷.

Edellä esitettyjä multimedian ja hyperlinkkien käyttöön liittyviä tuloksia ei voi yleistää verkkolehtiin tällä hetkellä, koska näiden käytössä verkkomedia todennäköisesti edistyy koko ajan. Multimedian ja linkitysten käytön suhteen tilanne tällä hetkellä voikin olla jo toisenlainen kuin tämän tutkimuksen näytteen keruuhetkellä tammikuussa 2008. Viittaukset verkkolehdestä painettuun lehteen ja toisinpäin sen sijaan kertovat konvergenssista: samaa materiaalia, joskin hieman eri muodoissa, kierrätetään välineestä toiseen mediayhtiön sisässä. Sanomalehdistä yleensä vinkattiin verkkomediassa olevaan aiheeseen liittyvään videoon, verkkomediasta taas vinkattiin sanomalehden laajempaan käsittelyyn aiheesta.

6.9. Neljännes pääuutisista useammin kuin kerran verkkolehdissä

Perinteisessä agendatutkimuksessa uskottiin, että tiedotusvälineiden näkyvästi esiin nostamat aiheet vaikuttavat siihen, mitä asioita lukijat pitävät merkittävinä yhteiskunnallisina kysymyksinä (McCombs & Shaw 1972, 177). Vaikutusta tutkittaessa myös havaittiin, että eri tiedotusvälineet painottavat asioita varsin samalla tavalla (emt., 183-184). Havainto johti aikanaan medioiden välisen agendan tutkimiseen, jolloin huomio kiinnitettiin agendan yhtenäisyyteen eri medioiden kesken (Dearing & Rogers 1996, 33-35; McCombs 2004, 113-117). Uuden median aikakaudella agendatutkimusta on tehty esimerkiksi vertailemalla sanomalehtien ja näiden verkkolehtien uutisten tärkeysjärjestystä (luku 4.2.).

Kuten alaluvussa 6.3. kävi ilmi, verkkolehdissä pääuutisiksi nousevat useimmiten turvallisuuteen, etenkin rikoksiin ja rangaistuksiin, mutta myös onnettomuuksiin, liittyvät aiheet sekä vapaa-aikaan, etenkin urheiluun, liittyvät aiheet. Sanomalehdissä korostuivat talouteen liittyvät aiheet, mutta myös politiikka, jos iltapäivälehdien aineistoa ei huomioitu. Verkko- ja sanomalehtien agendat painottuvat siis eri tavalla verkkolehtien keskittyessä tapahtumauutisointiin ja sanomalehtien analyyttisempiin

⁵⁷ Lähde: <http://www.levikintarkastus.fi/levikintarkastus/tilastot/Trenditilasto1995-2008.pdf> / haettu 14.5.2009

talous- ja politiikka-aiheisiin. Tosin sanomalehdissäkin tämän tutkimuksen perusteella rikos- ja rangaistus -aiheluokka muodosti suosituimman yksittäisen aiheen pääuutisten joukossa.

Tässä luvussa tarkastellaan medioiden välistä agendaa välineryhmittäin: toistavatko verkkolehdet ryhmänä ja sanomalehdet ryhmänä samoja pääuutisia. Luvussa tarkastellaan myös medioiden sisäistä agendaa: toistavatko sanomalehden ja saman lehden verkkolehti samoja uutisia. Oletuksena agendasta on, että *verkkolehtien keskinäinen pääuutisagenda on yhtenäinen, mutta eroaa sanomalehtien pääuutisagendasta*. Näin ollen pääuutisagendat voivat ovat erilaiset myös saman median eri välineissä, joskin konvergenssi on johtanut myös saman sisällön kierrättämiseen välineestä toiseen. Todennäköisimmin sanomalehden ja verkkolehden agendat ovat yhtenäisimmillään aamulla, jolloin verkkolehdissä toistetaan päätuotteen uutisia.

Tutkimuksen 395 pääuutisessa käsiteltiin kaikkiaan 224:ää eri uutisaihetta. Uutisaiheista 69 eli lähes kolmannes (31%) oli sellaisia, joita käsiteltiin pääuutisten joukossa viikon aikana vähintään kaksi kertaa. 36 näistä ”yhteisistä” aiheista (52%) oli sellaisia, jotka esiintyivät pääuutisina kahdesti. 12 aiheet esiintyi kolmesti pääuutisten joukossa, samoin 12 aiheet neljästi. Viidesti tai enemmän esiintyi uutisaiheista yhdeksän, joista suosituinta, Jere Karalahden huumeoikeudenkäyntiä eri näkökulmista valotti peräti 23 eri pääuutista. Valtamediaan kuuluvissa sanomalehdissä ja verkkolehdissä yhdessä tarkasteltuna pääuutisaiheiden kirjo tutkittavalla viikolla oli siis kaiken kaikkiaan varsin monipuolinen.

Tutkimusaineiston mukaan verkkolehtien pääuutisagenda on oletuksen mukaisesti kuitenkin selkeästi yhtenäisempi kuin sanomalehtien pääuutisagenda. Tutkimusviikon aikana verkkolehtien 293 pääuutisessa käsiteltiin 182:a eri uutisaihetta. Näistä aiheista 47:ää eli neljännessä (26%) käsiteltiin viikon aikana kahdesti tai useammin. Valtaosa eli 28 samoista aiheista esiintyi kahdesti. Kahdeksaa eri aiheet käsiteltiin kolmesti ja neljää eri aiheet neljästi. Viidesti käsiteltiin viittä eri aiheet. Kolme uutisaihetta ylitse muiden sai verkkolehdissä vieläkin enemmän toistoja: USA:n presidentinvaalien esivaalikierrosta käsiteltiin kahdeksan kertaa, Kaisa Variksen epo-käryä 10 kertaa ja Jere Karalahden huumeoikeudenkäyntiä 20 kertaa.

Sanomalehtien 102 pääuutisessa käsiteltiin kaikkiaan 86:a eri uutisaihetta. Näistä uutisaiheista yhdeksää (10%) käsiteltiin kahdesti tai useammin. Viittä uutisaihetta käsiteltiin kahdesti, kolmea kolmesti ja yhtä eli Kemijärven sellutehtaan lakkauttamiseen liittyvää aiheet kuudesti, tosin varsin erilaisista näkökulmista.

6.9.1. Viidennes uutisista samaan aikaan useammassa verkkolehdessä

Tässä tutkimuksessa median samanaikaista agendaa on analysoitu samaan tapaan kuin *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (Saloniemi & Suikkanen 2007, 28) kahdesta luvusta (x/y) muodostuvalla indikaattorilla, jossa x =tarkasteluhetken eri pääuutisten määrä ja y =pääuutisten koko määrä tarkasteluhetkellä (kolme/media). Verkkolehtien uutisvalintoja on verrattu keskenään jokaisena otospäivänä kello 9 ja 17 ja sanomalehtien jokaisena otospäivänä. Sanomalehtien ja verkkolehtien välistä agendaa on tutkittu vertaamalla aamun sanomalehden ja verkkolehden pääuutisvalintoja sekä illan verkkolehden ja seuraavan aamun sanomalehden pääuutisvalintoja samassa mediassa. Vertailua ei ole tehty tilastollisesti, koska päivittäisessä vertailussa havaintoyksikköjen määrät jäävät varsin pieniksi. Verkkolehdissä samalla havaintokerralla oli maksimissaan 21 uutista ja sanomalehdissä 15. Sanomalehden ja lehden verkkolehden välisessä vertailussa tarkasteltavana oli kuusi uutista kullakin havaintokerralla. Kontrollina on kuitenkin julkaisupäivittäin käytetty avainsana-koodausta, jossa samaa aihetta käsittelevä uutinen on saanut saman avainsanan.

Verkkolehdissä viikon aikana kahden päivittäisen havaintokerran mukaan yli viidennes (21,5 prosenttia) kaikista pääuutisista oli sellaisia, jotka julkaistiin samaan aikaan useamman kuin yhden verkkolehden etusivulla. Sanomalehdissä viikon aikana vain kuusi prosenttia pääuutisista oli sellaisia, joita julkaistiin samana aamuna useamman kuin yhden lehden etusivun kolmen pääuutisen joukossa.

Taulukossa 2 (sivulla 109) on kuvattu päivittäin sanomalehtien ja verkkolehtien (kello 9 ja 17) eri pääuutisten määrä (x) suhteessa koko pääuutisten määrään (y). Mitä pienempi indikaattorin ensimmäinen luku on, sitä yhtenäisempi on uutisagenda ko. hetkellä.

Kuten taulukosta voi nähdä, verkkolehtien uutisagenda on selkeästi yhtenäisempi kuin sanomalehtien uutisagenda. Sanomalehdissä viikon aikana kolme päivää oli sellaisia, jolloin kaikkien näytteeseen kuuluvien viiden painetun lehden etusivun kolme pääuutisvalintaa poikkesivat toisistaan.

Näytteeseen kuuluvan seitsemän verkkolehden etusivujen kolme pääuutisvalintaa tarkistettiin kahdesti päivässä viikon ajan, ja jokaisella 14 havaintokerralla löytyi vähintään yksi uutinen, joka toistui vähintään kahdessa verkkolehdessä.

Taulukko 2: Pääuutisten yhdenmukaisuus verkko- ja sanomalehdissä

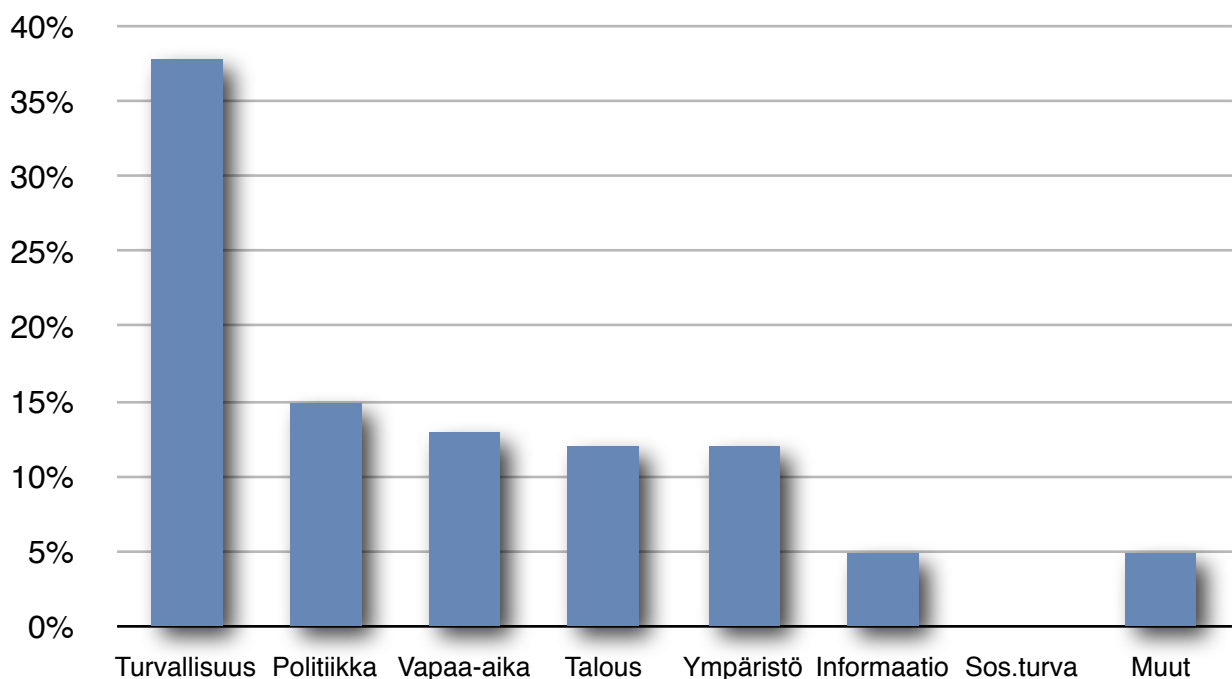
Päivämäärä (väline)	Eri pääuutisten määrä verkkolehdissä / kaikki	Eri pääuutisten määrä sanomalehdissä / kaikki
Maanantai 28.1.2008 (sanomalehti)		14 / 15
Maanantai 28.1.2008 klo 9 (verkkol.)	15 / 21	
Maanantai 28.1.2008 klo 17 (verkkol.)	15 / 20	
Tiistai 29.1.2008 (sanomalehti)		15 / 15
Tiistai 29.1.2008 klo 9 (verkkolehti)	14 / 21	
Tiistai 29.1.2008 klo 17 (verkkolehti)	14 / 21	
Keskiviikko 30.1.2008 (sanomalehti)		13 / 15
Keskiviikko 30.1.2008 klo 9 (verkkol.)	18 / 21	
Keskiviikko 30.1.2008 klo 17 (verkkol.)	16 / 21	
Torstai 31.3.2008 (sanomalehti)		13 / 15
Torstai 31.3.2008 klo 9 (verkkolehti)	18 / 21	
Torstai 31.3.2008 klo 17 (verkkolehti)	15 / 21	
Perjantai 1.2.2008 (sanomalehti)		14 / 15
Perjantai 1.2.2008 klo 9 (verkkolehti)	12 / 21	
Perjantai 1.2.2008 klo 17 (verkkolehti)	18 / 21	
Lauantai 2.2.2008 (sanomalehti)		15 / 15
Lauantai 2.2.2008 klo 9 (verkkolehti)	20 / 21	
Lauantai 2.2.2008 klo 17 (verkkolehti)	16 / 21	
Sunnuntai 3.2.2008 (sanomalehti)		12 / 12
Sunnuntai 3.2.2008 klo 9 (verkkolehti)	20 / 21	
Sunnuntai 3.2.2008 klo 17 (verkkol.)	19 / 21	
YHT. ERI UUTISET / KAIKKI UUTISET	230 / 293	96 / 102

6.9.2. Rikokset hallitsevat verkkolehtien yhteistä agendaa

Verkkolehtien pääuutisista siis reilu viidennes oli sellaisia, jotka oli priorisoitu kolmen pääuutisen joukkoon samaan aikaan vähintään kahdessa eri verkkolehdessä. Kun irrotetaan omaksi ryhmäkseen pääuutiset, jotka esiintyvät useammassa kuin yhdessä verkkolehdessä samaan aikaan, ja ryhmitellään ne aihepiireittäin, nähdään mitkä aihepiirit tutkimusviikolla nousivat herkimmin usean eri verkkolehden pääuutisagendalle. Ei ole enää mikään yllätys, että varmimmin eri verkkolehtien

pääuutisagendalle samaan aikaan nousevat aiheet liittyivät rikoksiin ja rangaistuksiin (kuvio 49). Kuten alaluvussa 6.3. tuli esille, turvallisuus-aiheet olivat verkkolehdissä suosituimpia pääuutisaiheita 23,5 prosentin osuudella. Ykkösuutisiksi, verkkolehden etusivun tärkeimmäksi priorisoiduksi uutisiksi, turvallisuus-aiheet nousivat lähes 30 prosentin osuudella. Vieläkin suuremmalla, lähes 40 prosentin osuudella muihin aihepiireihin verrattuna, nämä aiheet nousivat useiden eri verkkolehtien pääuutisagendalle samanaikaisesti.

Kuvio 49: Samaan aikaan pääuutisina olevien juttujen aihepiirit verkkolehdissä (N=100)



Tutkimusaineistossa verkkolehdet olivat yksimielisimpiä jääkiekkoilija Jere Karalahtea koskevaan huumeoikeudenkäyntiin liittyvien uutisten priorisoinnissa, kuten monesti on jo tullut esille. Tiistai-iltana 29. tammikuuta Karalahden pelikiellon kumoaminen oli viiden verkkolehden pääuutisten joukossa; vain Uusi Suomi ja Keski-suomalaisen verkkolehti eivät ko. hetkellä noteeranneet Karalahtea. Iltalehdessä Karalahdesta oli kaksi uutista kolmen pääuutisen joukossa. Karalahden oikeudenkäyntiä ennakoitiin jo kahdessa verkkolehdessä pääuutisten joukossa tiistai-iltana. Keskiviikkoiltana 30. tammikuuta kolme verkkolehteä huomioi Karalahden. Oikeudenkäynnin jatkuessa koko viikon uutinen oli vahvasti esillä myös perjantai-iltana 1. helmikuuta, jolloin viisi verkkolehteä huomioi jääkiekkoilijan. Neljän aiheena oli uuden sopimuksen julkistaminen, kun taas Iltalehden verkkolehti tarjosi Karalahden tunnustuksia tyyliin: “Karalahti avoimena: Olen juhlinut ja tarjonnut jätkille aina kaiken”.

Seuraavaksi suosituin usean eri verkkomedian uutisagendalle samaan aikaan noussut aihe oli ampumahiihtäjä Kaisa Variksen epo-käryn varmistuminen, joka tosin sittemmin kumottiin. Variksen käryä ennakoitiin jo torstai-aamuna 31. tammikuuta kolmessa verkkolehdessä. Kun b-näytteen tulos vahvistui, kaikki verkkolehdet Taloussanomian lukuun ottamatta uutisoivat asian sivustoillaan ykkösuutisena kello 17. Varis oli ainoa aihe, joka läpäisi näin vahvasti verkkolehtien ykkösuutisagendan.

Uhkaava myrsky nousi vahvaksi pääuutisaiheeksi verkkolehdissä perjantai-aamuna 1. helmikuuta, jolloin viisi seitsemästä verkkolehdestä uutisoi aiheesta otsikkoa myöten samoin – uutinen oli uutistoimisto STT:n välittämä. Perjantain 1. helmikuuta aamun uutisagenda oli yhtenäisin tutkimusviikon verkkolehdissä, kun myrskyn lisäksi Karalahti oli esillä viiden uutisen verran. Myös Motorolan kännykkäbisnes-pohdinnat olivat kahden verkkolehden pääuutisaiheina.

Suosituista uutisaiheista Yhdysvaltain tuolloisen presidentin George W. Bushin linjapuhe uutisoitiin tiistai-aamuna 29. tammikuuta neljässä verkkolehdessä. Samana aamuna esillä oli neljässä verkkolehdessä myös jääkiekkoilija Teemu Selänteen paluu jääkiekkokaukaloihin.

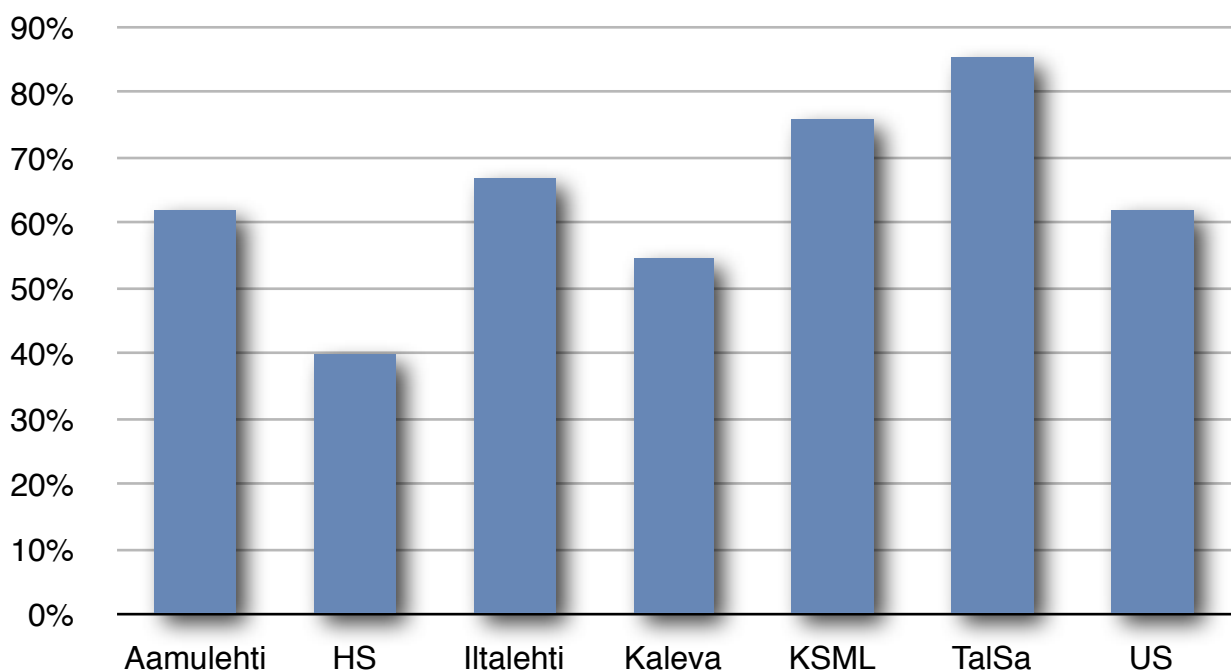
Muita aiheita, jotka nousivat usean verkkolehden joko aamu- tai iltauutisagendalle, olivat hiihtäjä Mika Myllylän rattijuopumusosoikeudenkäynti (maanantaina 28.1. aamulla kaksi ja illalla kolme uutista) sekä Yhdysvaltain presidentinvaalien esivaalikierros (keskiviikkona 30.1. kolmesti aamulla ja kahdesti illalla sekä kahdesti torstai-aamuna 29.1.).

Tutkimusviikolla uutisagenda verkkolehdissä oli kaikkein erilaisin viikonlopun päivinä lauantaina 2. helmikuuta ja sunnuntaina 3. helmikuuta. Lauantaina verkkolehtien pääuutisista 86 prosenttia oli eri aiheista ja sunnuntaina 93 prosenttia. Syynä erilaisuuteen voi olla uutisköyhä viikonloppu, jolloin ei ole selkeitä pääuutisvaihtoehtoja, ja uutisvalinnat erilaistuvat. Tiistai 29. tammikuuta puolestaan oli uutisagendaltaan yhtenäisin verkkolehdissä, kolmannes aamun ja illan uutisista oli samoja – uutisantia hallitsi aiemmin kuvatulla tavalla Karalahti. Jo aiemmin mainittiin, että perjantai-aamu oli yksittäisistä havaintokerroista yhtenäisin uutisvalinnoiltaan; 43 prosenttia pääuutisaiheista esiintyi useammassa kuin yhdessä verkkolehdessä.

Eri verkkolehtien uutisvalinnat olivat aavistuksen verran yhtenäisempiä illalla kello 17, jolloin 23 prosenttia pääuutisista esiintyi useammin kuin kerran. Aamulla kello 9 tällaisia juttuja oli 20 prosenttia. Ero on kuitenkin sen verran pieni, ettei sitä viikon tutkimusjaksolta voi yleistää.

Verkkolehdistä omintakeisin pääuutisvalinnoissaan oli talouteen keskittynyt Taloussanomat, jonka pääuutisista viikon ajalta peräti 86 prosenttia oli sellaisia, joita muilla analysoiduilla verkkolehdistä ei ollut (kuviot 50). Myös Keski-suomalaisen verkkolehden “omintakeisuusaste” oli varsin suuri, 76 prosenttia. Keski-suomalainen toi esille paikallisia ja alueellisia uutisia. Myös Iltalehden verkkolehdistä omintakeisuus oli varsin suurta, kun 67 prosenttia verkkolehdistä pääuutisista oli vain Iltalehden verkossa julkaisemia. Iltalehti painotti rikoksia, onnettomuuksia ja ihmiskohtaloita. Vähiten omintakeinen oli Helsingin Sanomien verkkolehti, jonka pääuutisista vain 40 prosenttia oli täysin omia. Helsingin Sanomat painottaa verkossa valtakunnallisia uutisia; lähes puolet kaikista tutkimusviikon pääuutisista oli lehden verkkolehdestä valtakunnallisia (luku 6.4). Nämä uutiset ovat todennäköisimmin myös muiden tiedotusvälineiden saatavilla uutistoimiston kautta. On myös mahdollista, että muut uutismediat seuraavat Helsingin Sanomia ja painottavat valtakunnallisia uutisia samankaltaisesti. Varhaisissa agendatutkimuksissa havaittiin, että vaikutusvaltaiset mediat vaikuttavat vahvasti muiden medioiden agendaan (esim. Dearing & Rogers 1996, 31).

Kuvio 50: Pääuutisten omintakeisuus verkkolehdistä (N=293)



6.9.3. Sanomalehtien pääuutisagenda hyvin monipuolinen

Sanomalehtien pääuutisagenda sen sijaan oli hyvin moninainen. Myös *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannassa* (Saloniemi & Suikkanen 2007, 29) aamulehdille yhteinen pääuutinen osoittautui harvinaiseksi. Ko. tutkimuksen aineistossa, jossa vertailtiin median ykkösuutisvalintoja keskenään,

vain kahdesti sama uutinen oli pääuutisena useammassa kuin yhdessä sanomalehdessä (emt., 29). Tässä tutkimuksessa sama uutisaihe nousi viisi kertaa useamman kuin yhden sanomalehden etusivulle, kun uutisvalinnoissa tarkasteltiin kolmea pääuutista jokaisesta lehdestä. Vain kahdesti sama aihe oli useamman kuin yhden lehden etusivun ykkösuutisena. Keskiviikkona 30. tammikuuta sekä Aamulehti että Kaleva uutisoivat Itä-Lapin puuvarantojen riittämättömyydestä sellutehtaan tarpeisiin, joskin Kaleva henkilöi uutisen ministeri Häkämieheen. Torstaina 31. tammikuuta Kaleva ja Keski-suomalainen nostivat etusivujensa ykkösuutiseksi kunnallisverotukseen liittyvät tilastot, tosin paikallispainotuksella. Helsingin Sanomissa aihe oli priorisoitu etusivun kakkosuutiseksi niin ikään paikallispainotuksella.

Sanomalehtien yhteisistä pääuutisaiheista kaksi liittyi talouteen, käytännössä Kemijärven tilanteeseen, kun puuvarantojen riittävyden lisäksi maanantaina 28. tammikuuta Helsingin Sanomat ja Kaleva uutisoivat pääuutistensa joukossa pääministeri Vanhasen vierailun Kemijärvellä. Yksi yhteisistä pääuutisaiheista liittyi julkistalouteen, käytännössä jo edellä mainittuun kunnallisverotukseen, ja kaksi rikoksiin, kun sekä Karalahti että Varis nousivat kahdesti sanomalehtien etusivujen pääuutisten joukkoon. Karalahti oli esillä Iltasanomissa ja Kalevassa, Varis Aamulehdessä ja Keski-suomalaisessa.

Aamulehtien omintakeisuuden pääuutisvalinnoissa on arveltu johtuvan kilpailusta. Etenkin alueellisissa sanomalehdissä oman levikkialueen uutinen on kilpailuvaltti, kun kilpailevina medioina ovat lähinnä sähköinen media ja internet. (Saloniemi & Suikkanen 2007, 31.) Oman levikkialueen uutinen ei ole menettänyt merkitystään internetin myötä, koska ainakin tämän tutkimuksen perusteella verkkolehdet ovat vähemmän paikallisia kuin aamulehdet. On todennäköistä, että verkkolehdissä ei haluta tarjota ilmaiseksi kuin lyhyitä sähköisiä alueen uutisista.

6.9.4. Iltalehdellä yhtenäisin agenda

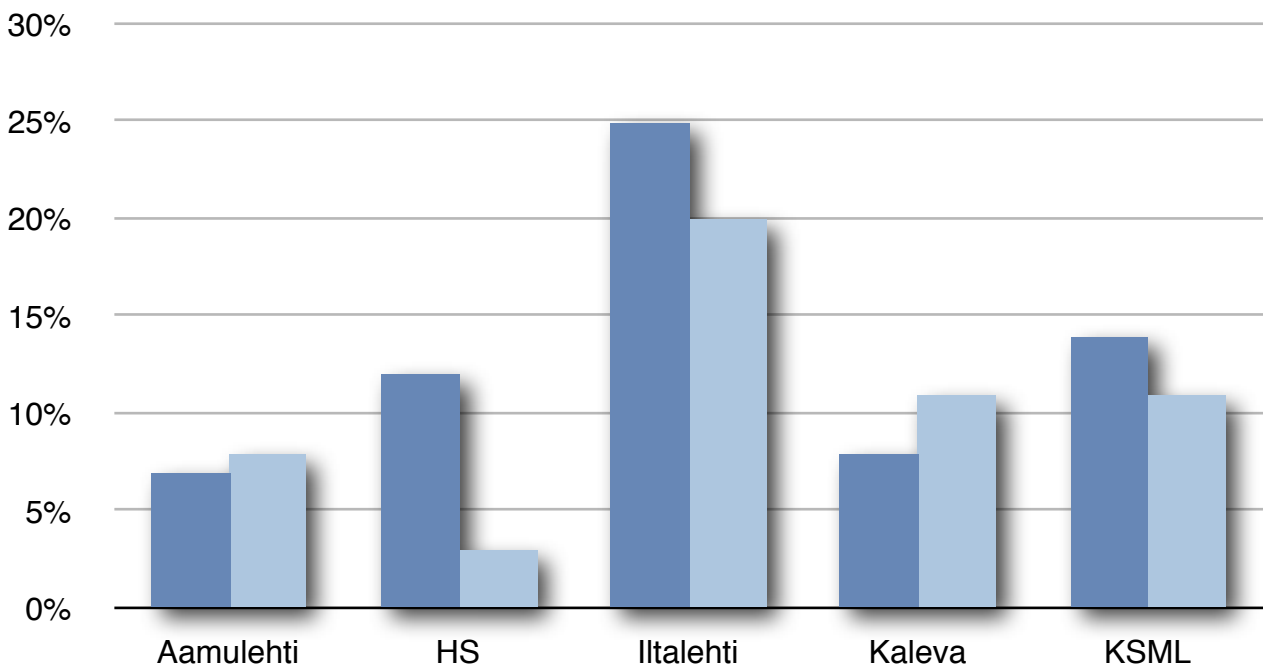
Tutkimusaineiston mukaan Iltalehdellä ja Iltalehden verkkolehdellä on mediaryhmistä yhtenäisin agenda. Viikon aikana 23 prosenttia painetun lehden ja verkkolehden pääuutisista käsitteli samaa aihetta. Aamuisin Iltalehden verkkolehdessä ja juuri ilmestyneessä painetussa lehdessä oli 25-prosenttisesti samat pääuutiset. Illan verkkolehden vaikutus seuraavana aamuna ilmestyvään painettuun lehteen oli vähäisempi, mutta viidennes pääuutisista oli kuitenkin samoja. Esimerkiksi maanantaina 28. tammikuuta painetun lehden ja verkkolehden pääuutinen käsitteli samaa aihetta, moottorikelkkaturmaa. Myös käytettyjen autojen hintavertailu oli molempien pääuutisten joukossa. Saman päivän iltana verkkolehden pääuutisena oli teinitytön äidilleen tilaama surma, mikä oli myös

seuraavana aamuna ilmestyneen painetun lehden pääuutisena. Toisena yhteisenä pääuutisaiheena oli Myllylän rattijuopumustuomio. Teinitytön äidilleen tilaama surma pysyi yhä myös tiistaiamuna verkkolehden pääuutisagendalla, tosin päivitettyinä. Ketjutus Iltalehdessä jatkui samaan tyyliin koko viikon: illan verkkolehdessä promotaan aiheita, jotka ovat seuraavan aamun painetun lehden pääaiheita, ja näitä aiheita käsitellään vielä aamun verkkolehdessäkin.

Muilla tutkimusaineiston sanomalehdillä ja verkkolehdillä yhteys ei ollut yhtä tiivis kuin Iltalehdellä. Aamulehdellä, Helsingin Sanomilla ja Kalevalla yhteisten uutisten osuus sanomalehdessä ja verkkolehdessä oli kahdeksan prosenttia, Keski-suomalaisella hivenen enemmän, 13 prosenttia. Näissä tiedotusvälineissä sekä aamun sanomalehden ja verkkolehden että illan verkkolehden ja seuraavan aamun sanomalehden uutisvalinnoista keskimäärin 10 prosenttia oli samoja (kuvio 51). Suurin “repeämä” oli Helsingin Sanomilla, joka neljänä aamuna seitsemästä toisti aamun verkkolehdessään painetun lehden ykkösuutista. Verkkolehden ilta-agendalta nousi viikon aikana vain yksi uutinen seuraavan aamun sanomalehteen. Uutinen liittyi USA:n presidentinvaalien esivaalikierrokseen, joskin illan verkkolehden ja seuraavan aamun painetun lehden sisältöpainotukset aiheesta olivat erilaiset.

■ Aamu-aamu ■ Ilta-aamu

Kuvio 51: Samat pääuutiset sanoma- ja verkkolehdissä aamu–aamu- ja ilta–aamu-agendalla

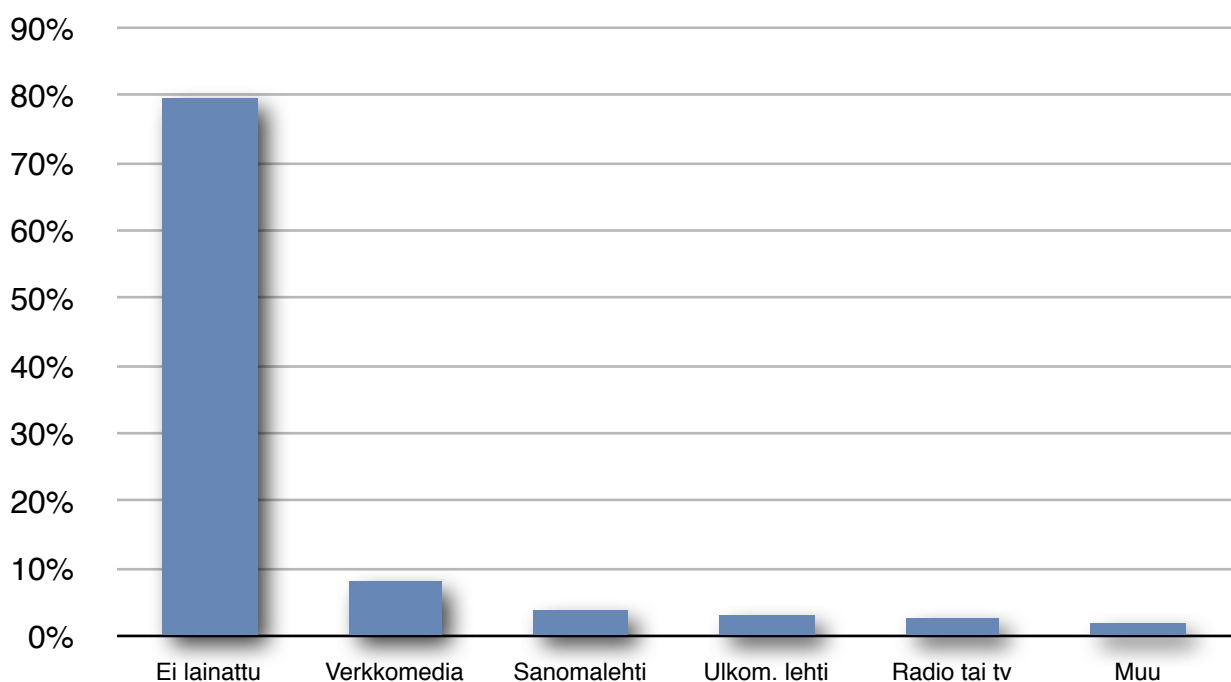


Tutkimusaineiston mukaan verkkolehtien keskinäiset uutisvalinnat samaan aikaan ovat yhtenäisempiä kuin mediaryhmien sisäiset agendat Iltalehteä lukuun ottamatta. Tutkimusaineiston perusteella ei voida yksiselitteisesti sanoa, ovatko verkkolehden ja sanomalehden uutisvalinnat aamulla yhteneväisempiä kuin illalla, jolloin vertailussa ovat illan verkkolehden ja seuraavan aamun sanomalehden pääuutiset. Tutkituista medioista kolmella aamuagenda oli ilta–aamu-agendaa yhteneväisempi, mutta kahdella tilanne oli toisinpäin.

6.9.5. Vain verkossa ilmestyvät lainasivat eniten

Tutkimusaineistosta on katsottu myös lainaukset: lainataanko verkkolehdessä tai sanomalehdessä julkaistu juttu jostakin toisesta mediasta. Tämä kertoo karkeasti medioiden välisestä agendasta: mitä enemmän lainauksia, sitä yhtenäisempi agenda. Kuten jo edellä kävi ilmi, sanomalehtien agenda on hyvin moninainen, eikä yhteisiä pääuutisia tutkimusviikolla juurikaan ollut. Sanomalehdet eivät myöskään perusta pääuutisiaan lainauksiin muista medioista. Tutkimusviikolla vain yksi 102:sta sanomalehden pääuutisesta perustui lainaukseen. Verkkolehdissä sen sijaan lainataan selkeästi enemmän: 20 prosenttia pääuutisista oli lainattu jostakin muusta mediasta (kuvio 52). Eniten verkkolehdet lainasivat uutisia toisista verkkolehdistä, mikä kertoo verkkomedian luonteesta. Uutiset julkaistaan mahdollisimman nopeasti ja verkkotoimitukset seuraavat toistensa uutissivustoja poimiakseen tarvittaessa uutisia omille sivustoilleen. Yleensä lainatuissa uutisissa hyvän lehtimiestavan mukaan mainitaan uutisen lähde.

Kuvio 52: Verkkolehtien lainaukset muista medioista (N=293)



Eniten muista medioista lainasi uutisia pääuutisikseen Uuden Suomen verkkolehti; lähes puolet (48%) uutisista perustui lainauksiin. Eniten Uusi Suomi lainasi muista verkkomedioista (60% lainatuista), etenkin ulkomaisista, joihin verkkolehti myös verkonomaiseen tapaan linkitti uutisensa. Kuten luvussa 6.8. tuli esiin, Uuden Suomen pääuutisista joka kolmannesta oli linkki lähdemateriaaliin. Uusi Suomi käytti uutislähteinään myös painettuja ulkomaisia lehtiä. Toiseksi eniten uutisia lainasi muista medioista tutkimusaineiston toinen vain verkossa ilmestyvä lehti, Taloussanomat. Talouslehden uutisista hieman yli viidennes perustui lainaukseen. Taloussanomakin käytti eniten lähteinään muita verkkomedioita (45% lainatuista), mutta myös sanomatai iltapäivälehtiä. Tämä tulos viittaisi siihen, että pelkästään verkossa ilmestyvät lehdet hankkivat vähemmän omia uutisia kuin sekä painettuna että verkossa ilmestyvät mediat. Sen sijaan uutishankinta perustuu etenkin muiden medioiden seuraamiseen. Taloussanomien muutosta kuvaavan tutkimuksen (Thurman & Myllylahti 2009, 19-21) mukaan iso osa – heinäkuun eli kiivaimman lomakauden otoksessa jopa 80 prosenttia – verkkolehden materiaalista oli peräisin uutistoimistolähteistä ja muista medioista. Lisäksi valtaosa työstä tehtiin toimituksessa; tutkimusviikon aikana vain kerran käytiin toimituksen ulkopuolelle jutun teossa. Sama ilmiö on havaittu useissa ulkomaisissa verkkotoimituksia koskevissa tutkimuksissa (Deuze 2003, 206).

Vähiten muista medioista tutkimusviikolla lainasi Keskisuomalaisen verkkolehti, vain kolme uutista 42:sta. Iltalehden ja Aamulehden verkkolehdet nostivat myös pääuutisiksi harvakseltaan lainauksia muista medioista (12%). Helsingin Sanomien ja Kalevan verkkolehtien pääuutisista 20 prosenttia perustui lainauksiin. Helsingin Sanomat siteerasi eniten radiosta tai televisiosta, Kaleva muista lehdistä.

Eniten lainattiin sosiaaliturvaan ja terveyteen liittyviä juttuja, käytännössä tutkimusviikolla *Lääkäri*-lehdestä juttu lääkärikoulutuksen käytännön harjoituksen puutteesta, mitä uutista lainasi kolme verkkolehteä maanantaiaamuna 28. tammikuuta ja yksi sanomalehti seuraava päivänä. Koska sosiaaliturvaan ja terveyteen liittyviä pääuutisia oli aineistossa hyvin vähän, ei tällä tuloksella ole merkitystä. Sen sijaan merkitystä on sillä, että lähes 20 prosenttia talous-aihepiirin pääuutisista perustui lainauksiin. Myös turvallisuus-aihepiiriin (16%) ja vapaa-aika-aihepiiriin (18%) kuuluvia juttuja lainattiin mediasta toiseen, yleisimmin verkkomediasta toiseen verkkomediaan.

6.9.6. Mediaryhmät profiloituvat

Kun tutkimusaineistoa tarkastellaan mediaryhmittäin siten, että painettu lehti ja painetun lehden verkkolehti muodostavat ryhmän, voidaan havaita mediaryhmien profiloitumista. Aineiston

perusteella Aamulehti, Kaleva ja Keskisuomalainen (painettuna ja verkossa) painottavat pääuutisiaan varsin samankaltaisesti. Eniten pääuutisista löytyi turvallisuuteen (20%), vapaa-aikaan (19%), etenkin urheiluun, sekä talouteen (16%) ja ympäristöön (15%) liittyviä aiheita. Tutkimusnäytteessä Aamulehti, Kaleva ja Keskisuomalainen edustavat vahvoja maakunnallisia medioita.

Helsingin Sanomissa painottuvat tasavahvasti politiikka ja talous (molemmat 24%) sekä turvallisuus- ja ympäristö-aihepiirit (molemmat 16%). Lähes samat aihepiirit korostuvat myös vain verkossa ilmestyvässä Uudessa Suomessa (politiikka 29%, turvallisuus ja talous 21%). Sekä Helsingin Sanomat että Uusi Suomi voidaan luokitella valtakunnallisiksi medioiksi, mitkä tässä aineistossa eroavat maakunnallisesta mediasta politiikan painotuksellaan.

Valtakunnallinen talousuutisointiin keskittynyt Taloussanomat painottaa luonnollisesti taloutta (69%) sekä vapaa-ajan aihepiiriä (17%). Jälkimmäisen aihepiirin kaikki jutut liittyivät kuluttamiseen.

Täysin oman profiilinsa muodostaa Iltalehti, aineiston ainoa iltapäivälehti, jossa pääuutisaiheet keskittyvät lähes yksinomaan turvallisuuteen (48%) ja vapaa-aikaan (43%). Verkossa turvallisuusaiheet korostuvat vapaa-ajan aiheiden kustannuksella.

6.10. Yhteenveto median agendasta

Pääuutisten aihepiireistä koko aineistossa painottuivat turvallisuus, talous ja vapaa-aika kukin hieman yli 20 prosentin osuudella. Turvallisuus-aihepiiristä suosituin yksittäinen aihealue oli rikokset ja rangaistukset, talous-aihepiiristä yritystalous ja vapaa-aika-aihepiiristä urheilu. Ykkösuutisina korostuivat entisestäänkin turvallisuusaiheet 28 prosentin osuudella. Aineistoon kuuluvan iltapäivämedian ja talousmedian poistaminen ei muuttanut aihepiirien suosituimmuusjärjestystä.

Aineiston verkkolehdistä turvallisuus-aiheisia oli lähes neljännes kaikista pääuutisista. Seuraavina tulivat vapaa-aika ja talous. Ilman talousmediaa politiikka olisi ollut verkkolehdistä hivenerä taloutta suosituimpi aihepiiri. Painetuissa lehdissä talous oli ylivoimaisesti suosituin aihepiiri. Seuraavina tulivat tasavahvasti turvallisuus ja vapaa-aika. Painetun iltapäivälehdien poistaminen aineistosta olisi muuttanut aihepiirien järjestystä: talouden ykkösasema olisi korostunut ja politiikasta olisi ollut toiseksi suosituin aihepiiri. Ympäristöön ja informaatioon liittyvät aiheet olisivat nousseet turvallisuus- ja vapaa-ajan aiheiden edelle.

Politiikka-aihepiiri oli vasta neljänneksi suosituin aihepiiri koko aineistossa, mutta sisälsi mielenkiintoisen eron painetun- ja verkkomedian kesken. Verkkolehdistä korostui ulkomaiden politiikka, painetuissa lehdissä paikallispolitiikka.

Yksittäisistä aiheista verkkolehdistä suosituimpia olivat rikokset ja rangaistukset myös iltapäivälehdessä verkkolehden aineiston poiston jälkeen. Urheilu oli toiseksi suosituin ja yritystalous kolmanneksi suosituin aihealue. Ilman talousmediaa tosin ulkomaihin ja ulkomaiden politiikkaan liittyvät aiheet olisivat nousseet talousaiheiden edelle. Ykkösuutisiksi priorisoiduista valtaosa liittyi rikoksiin ja rangaistuksiin.

Sanomalehdissäkin rikos ja rangaistus oli suosituin yksittäinen aihe, joskin ilman iltapäivälehteä aihealue olisi ollut kolmanneksi suosituin talousaiheiden jälkeen. Sanomalehdissä korostuivat myös paikallispolitiikka, perhe ja parisuhde sekä tiede, tutkimus ja tekniikka. Parisuhde-aiheet olisivat tosin pudonneet iltapäivälehdessä aineiston poiston myötä. Ykkösuutisina rikokset ja rangaistukset olivat niin ikään suosituimpia, mutta ilman iltapäivälehteä talous ja paikallispolitiikka olisivat nousseet rikosten ja rangaistusten edelle.

Aihepiireistä turvallisuus ja vapaa-aika olivat iltapäivälehdessä erikoisalaa verkossa ja painettuna; verkossa turvallisuus-aiheet painottuivat vapaa-aikaa enemmän. Myös aamulehtien verkkolehdet kurottautuivat kohti iltapäivälehteä turvallisuus- ja vapaa-ajan aiheiden korostamisella. Talous korostui talouteen erikoistuneessa verkkomediassa, mutta myös painetuissa aamulehdissä. Politiikka-aihepiiri korostui Helsingin Sanomissa painettuna ja verkossa, mutta erityisesti vain verkossa ilmestyvässä Uudessa Suomessa.

Tutkimusaineistosta sanomalehdet osoittautuivat pääuutispainotuksissaan verkkolehtiä paikallisemmiksi. Sanomalehtien pääuutisista alueellisia tai paikallisia oli puolet, verkkolehdistä kolmannes. Verkossa painottuivat sen sijaan ulkomaille sijoittuvat uutiset. Leimallisesti ei-paikallisia olivat vain verkossa ilmestyvät mediat. Vahvat alueelliset lehdet painottivat painettuna ja verkossa paikallisia tai alueellisia uutisia, tosin painettuna hieman enemmän. Valtakunnallisia uutisia painotti eniten Helsingin Sanomat painettuna ja verkossa. Uusi Suomi erikoistui ulkomaille sijoittuviin uutistapahtumiin.

Dramatisoivia elementtejä oli tasavahvasti painetuissa lehdissä ja verkkolehdistä. Ankaralla koodauksella dramatisoivia elementtejä liittyi peräti joka kolmanteen juttuun. Valtaosin dramatisointi liittyi henkilön korostamiseen tai liioitteluun. Dramatisoivia elementtejä käytti etenkin

iltapäivälehti sekä painettuna että verkossa; 90 prosenttia jutuista sisälsi dramatisointia.

Dramatisoivia elementtejä löytyi eniten iltapäivälehdien suosikkiaihepiireistä turvallisuudesta ja vapaa-ajasta.

Miehet olivat tutkimusaineistossa pääuutisia hallitseva ryhmä. Painetuissa lehdissä hieman yli puolet ja verkkolehdissä hieman vajaa puolet päätoimijoista oli miehiä. Naisia painettujen lehtien pääuutisten päätoimijoina oli neljännes, verkkolehdissä vajaa viidennes. Merkittävää on, että kolmanneksessa verkkolehtien pääuutisista päätoimijan sukupuoli ei ollut määriteltävissä. Miehet hallitsivat talous- ja urheiluaiheita, naiset nousivat esille rikos-aiheissa. Anonyymejä olivat talousaiheet.

Pääuutisissa eniten esiintyivät urheilun ja elinkeinoelämän piiristä tulevat henkilöt sekä yksityishenkilöt. Verkkolehdissä suurimman ryhmän muodostivat urheilun viiteryhmään kuuluvat, sanomalehdissä elinkeinoelämään kuuluvat. Yksityishenkilöt nousivat esiin onnettomuuksien ja rikosten yhteydessä.

Tutkimusaineistossa sanomalehdet osoittautuivat verkkolehtiä monipuolisemmiksi uutisvälineiksi. Sanomalehdissä yli kolmeen neljäsosaan pääuutisista liittyi oheisjuttuja, joko aiheeseen liittyviä kainalojuttuja tai kommentteja tai molempia. Verkkolehdissä vain puoleen pääuutisista oli linkitetty muita juttuja. Multimediaa käytettiin oheisjuttujakin harvemmin verkkolehtien pääuutisten yhteydessä. Vain 12 prosenttiin jutuista liittyi jokin multimediaalinen elementti, yleisimmin video.

Verkkolehtien uutisagenda osoittautui sanomalehtiä yhtenäisemmäksi, kun viidennes pääuutisaiheista esiintyi viikon aikana samaan aikaan useammassa kuin yhdessä verkkolehdessä. Sanomalehdissä yhteiset pääuutiset olivat harvinaisia sattumia. Todennäköisimmin verkkolehdissä priorisoidaan samoiksi pääuutisiksi rikos- ja onnettomuus uutisia.

Mediaryhmistä iltapäivälehdellä oli yhtenäisin uutisagenda painetun- ja verkkolehden kesken, kun neljännes pääuutisaiheista oli samoja. Tutkimusaineistoon kuuluvilla aamulehdillä ja näiden verkkolehdillä yhteisten uutisten osuus vaihteli 10 prosentin molemmin puolin.

Viidennes verkkolehdissä julkaistuista pääuutisista perustui lainauksiin muista medioista, yleisimmin toisesta verkkolehdestä. Eniten lainattiin talouteen, turvallisuuteen ja vapaa-aikaan liittyviä uutisia. Vain verkossa ilmestyvät mediat lainasivat eniten uutisia muista medioista.

7. Uskontoa, kriisejä ja arkea

Yleisön agendan tutkiminen verkkolehtien keskusteluosioiden kautta antaa viitteitä kunkin median yleisön agendasta: ovatko keskustelussa median esiin nostamat aiheet vai yleisön omat aiheet.

Yleisön mieltymyksiä voidaan hahmottaa myös verkkolehtien luetuimpien juttujen kautta.

Useimmat verkkolehdet listaavat luetuimpia juttuja ja keskustelluimpia aiheita ja näyttävät listaukset sivustoillaan yleisölle. Listaukset tarjoavat yleisölle vertaisarvioinnin mahdollisuuden, sillä listauksista voidaan nähdä, mitä muut ovat lukeneet tai mistä muut keskustelevat.

Toimitukselle ne tarjoavat välitöntä palautetta suosituimmista jutuista ja keskusteluaiheista.

Tässä luvussa luodaan katsaus tutkimusnäytteeseen kuuluvien verkkolehtien yleisöjen valinnoista, keskustelluimmista aiheista ja luetuimmista jutuista. Tutkimusnäytteen verkkolehdistä on päivittäin katsottu luetuimmat jutut sekä keskustelluimmat aiheet kello 17 mennessä tutkimusviikolla.

Näytteeseen kuuluvista verkkolehdistä Aamulehdessä ei ollut listausta luetuimmista jutuista.

Näytteen kaikissa verkkolehdissä on keskusteluosiot, joskaan toimintalogiikoiltaan ne eivät ole yhdenmukaiset. Aamulehdessä ja Iltalehdessä tutkitut keskustelut perustuivat osittain toimituksen keskusteluavauksiin. Uudessa Suomessa keskustelut koostuivat juttujen ja blogien kommentoinneista. Helsingin Sanomissa, Kalevassa, Keskisuomalaisessa ja Taloussanomissa keskustelut koostuivat uutisten kommentoinneista, mutta myös yleisön omista aiheista. Iltalehdessä kommentointimahdollisuutta ei ollut suoraan jutusta, vaan jutun yhteydestä ohjattiin verkkolehden keskusteluosioon. Joillekin keskustelupalstoille vaadittiin rekisteröinti, jolloin keskustelu jälkimoderoitiin (AL, KSML). Esimoderoidussa mallissa rekisteröintiä ei vaadittu (HS, Kaleva). Iltalehti ja Taloussanommat eivät vaatineet rekisteröintiä, ja keskustelua jälkivalvottiin. Ainakin Taloussanomissa oli mahdollisuus ilmoittaa asiattomista viesteistä ja arvottaa viestejä. Uusi Suomi valvoi rekisteröitymättömien kommentit etukäteen, mutta rekisteröityneiden jälkikäteen.

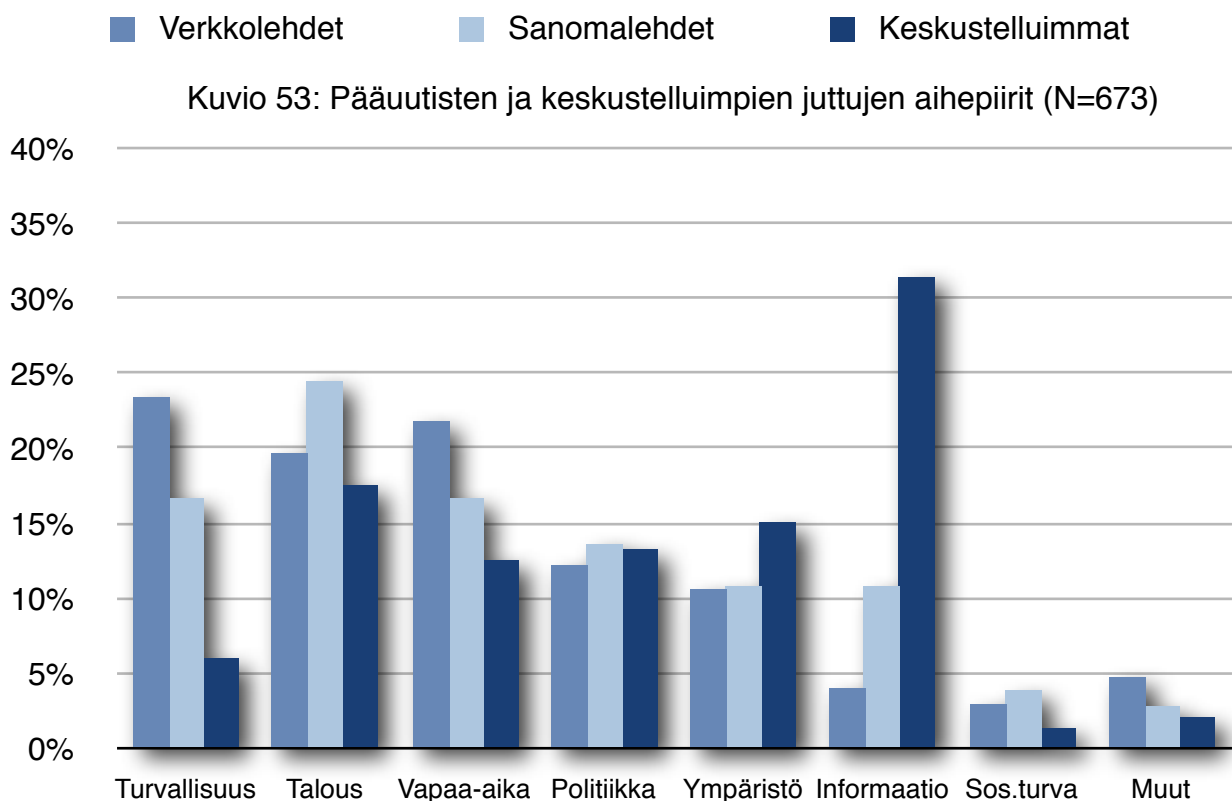
Yleisön agendan tutkimiseen verkkolehtien luetuimpien ja keskustelluimpien aiheiden kautta sisältyy varauksia. Keskustelua käydään yleensä median esiin nostamista aiheista, ja media valvoo keskustelua. Keskustelijoista ei ole saatavissa taustatietoja, joten keskustelupalstoja ei voida pitää edustavina yleisön suhteen. Luetuimmat-listaukset puolestaan perustuvat yleisön valintoihin median valinnoista, jolloin tarjonta ohjaa kysyntää, mutta myös kysyntä voi ohjata tarjontaa (esim. Mensing & Greer 2006, 288). Lisäksi listaukset ruokkivat itse itseään, sillä listoille nousseita juttuja luetaan entistä enemmän pelkän listauksen perusteella.

Varauksista huolimatta keskustelluimpien ja luetuimpien juttujen aiheita verrataan median pääuutisaiheisiin, joita kuvattiin edellisessä luvussa. Keskustelupalstoilta on katsottu päivittäin suosituimpien keskusteluketjujen otsikot, jonka perusteella ketjun aihe on määritelty.

Keskusteluketjujen sisältöä ei tässä tutkimuksessa ole katsottu. Keskusteluketjuissa keskustelu voi rönsyillä laidasta toiseen, eikä nimimerkkikirjoittelun varjossa asiattomuuksiltakaan yleensä vältyä. Keskusteluun osallistumisen motiivit eivät myöskään liity aina vaikuttamisen haluun. Yhtä lailla “lehtien keskustelut edustavat lähinnä ajantappoa, hetken aikalisää arkiasioista” (Mäkinen 2009a).

7.1. Uskonto, historia ja talous puhuttivat

Tutkimusnäytteen verkkolehtien keskustelupalstojen suosituimmat puheenaiheet tutkimusviikolla olivat varsin toisenlaisia kuin median pääuutisaiheet. Ylivoimaisesti keskustelluin aihepiiri oli informaation tuotantoon ja kiertoon liittyvä (kuvio 53). Lähes kolmannes suosituimmista keskusteluketjuista liittyi aihepiiriin. Median agendalla aihepiiri oli vähiten suosittujen joukossa. Sanomalehdissä aihepiiri oli kuudenneksi suosittu ja verkkolehdissä seitsemänneksi suosittu kahdeksan aihepiirin joukossa. Sen sijaan median suosima turvallisuus-aihepiiri ei juurikaan herättänyt intohimoja verkkokeskusteluissa.



Informaation tuotantoon ja kiertoon liittyvä aihepiiri koostuu koulutukseen, historiaan, uskontoon ja elämäkatsomukseen, joukkoviestintään sekä tieteseen, tutkimukseen ja tekniikkaan liittyvistä aihealueista. Keskustelupalstoilla aihepiirin suosiota selitti kaksi aiheetta ylitse muiden, uskonto ja historia, jotka olivat tutkimusviikon suosituimpien keskusteluaiheiden joukossa tutkimusnäytteeseen kuuluvissa verkkolehdistä (kuvio 54 sivulla 123). Keskusteluketjuista hieman yli 12 prosenttia liittyi uskontoon ja 11,5 prosenttia historiaan. Myös joukkoviestintä (7%) kuului suosituimpien keskusteluaiheiden joukkoon. Näistä aiheista oli tutkimusviikolla painetuissa lehdistä kolme juttua 102 pääuutisten joukossa ja verkkolehdistä yhdeksän juttua 293 jutun joukossa.

Uskontoa ja historiaa suositumpi yksittäinen aihe oli ainoastaan työmarkkinoita ja työelämää koskeva 12,5 prosentin osuudella, mikä nosti talousaiheen toiseksi suosituimmaksi aihepiiriksi keskustelualueilla.

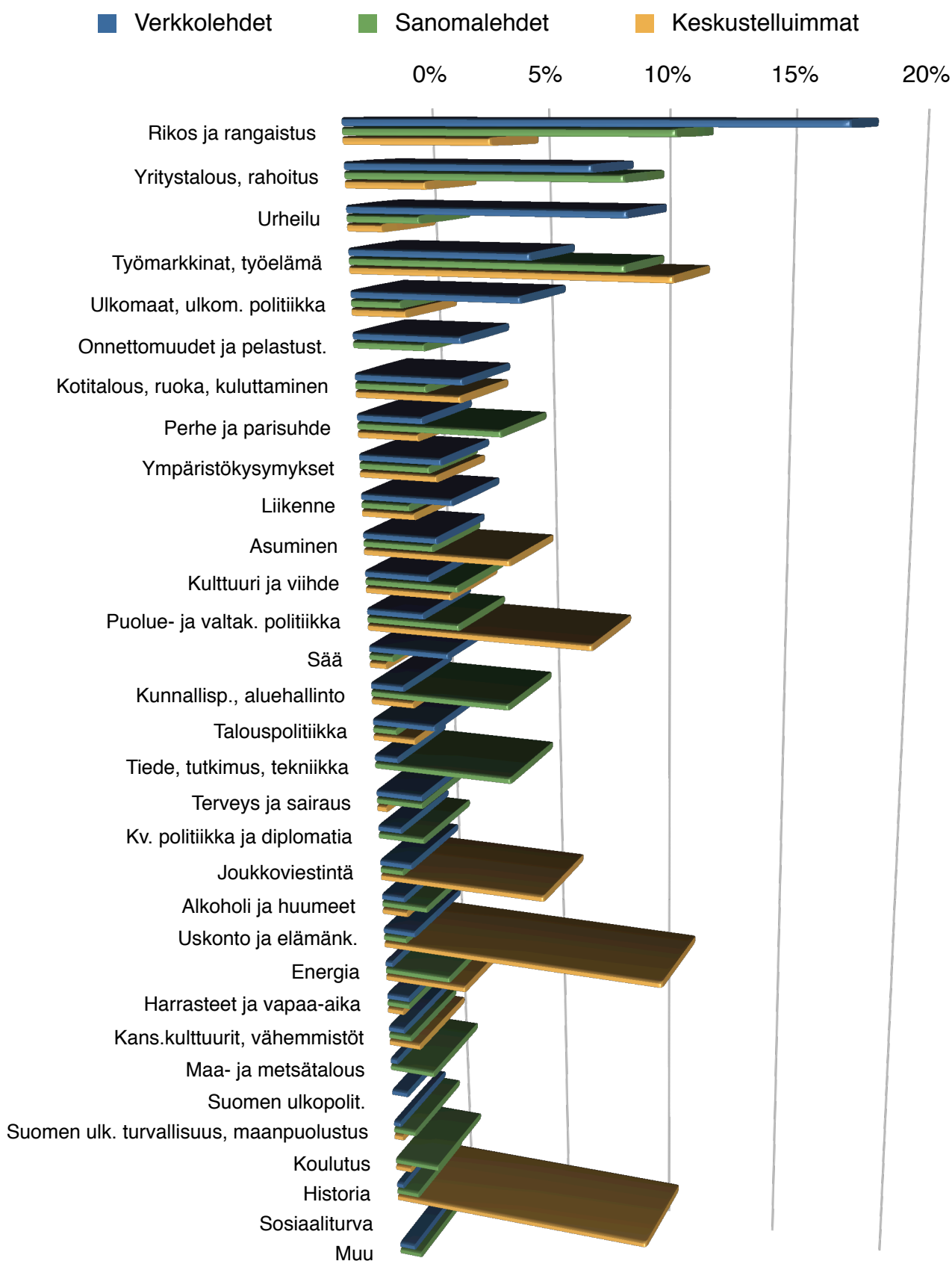
Asumiseen (6%), energiaan (4%), ympäristökysymyksiin (3%) ja liikenteeseen (2%) liittyvät aiheet olivat tasaisen suosittuja keskustelualueilla, joten kokonaisuutena ympäristö-aihepiiri oli kolmanneksi suosituin. Poliitiikka oli neljänneksi suosituin keskusteluaiheista ja se koostui miltei yksinomaan kotimaan politiikkaan (10%) liittyvästä keskustelusta.

Kuten kuvio 54 (sivulla 122) havaitaan, yleisö keskustelee verkkolehdistä uskontoon liittyvien asioiden lisäksi arkeen kiinteästi liittyvistä seikoista, kuten työelämästä ja omaan elinympäristöön liittyvistä asioista. Arjen kriisit nousevat esille, kuten Aamulehdessä rönstyillyt keskustelu Nokian pilaantuneesta juomavedestä tai Helsingin Sanomissa virinnyt keskustelu rakennusvirheistä. Jonkinasteisena kriisinä tai ainakin arkea hankaloittava tekijänä nousivat esille digiboksien ongelmat, Taloussanomien julkaisemasta uutisesta virinnyt keskustelu, jonka oli kommenttien määrän (262) perusteella vilkkain tutkimusaineistoon kuuluneista pääuutisista lähtenyt keskustelu.

Kriisiin, koko kansakunnan mittaiseen, liittyi myös historiaan liittyvä suosittu keskusteluaihe Suomen vuoden 1918 sisällissodasta, jota käytiin etenkin Uuden Suomen verkkolehdistä, mutta myös muissakin verkkolehdistä.

Poliitiikka nousi myös keskusteluissa esille selkeästi enemmän kuin pääuutisten joukossa. Iltalehden suosittu keskusteluavaus pohti, onko Sauli Niinistössä presidenttiaineista ja voiko Ilkka Kanerva ottaa vastaan moottoripyöräjengin lahjan. Pääministeri Matti Vanhasen vierailu Kemijärvellä sai Kalevassa huomiota. Pääministeriin kohdistuivat myös suosittu keskusteluketjut Helsingin Sanomissa ja Taloussanomissa Microsoftin lahjan junailusta Suomen kouluille.

Kuvio 54: Aiheluokat pääuutisissa ja suosituimmista keskusteluissa (N=673)



7.1.1. Uskonto puhutti Iltalehdessäkin

Uskonto-aiheet olivat tutkimusviikolla suosituimpia Aamulehden verkkolehdestä, jossa kolmannes päivittäin uusia viestejä keräävistä suosituimmista keskusteluketjuista käsitteli aihetta. Toinen ketju pohti naispappeusriitoja, toinen uskontojen valtaa. Nämä aiheet pysyivät koko viikon Aamulehden keskustelluimpien joukossa; aiheet olivat tosin vielä tätä kirjoitettaessa toukokuun puolivälissä 2009 Aamulehden keskustelupalstalla elossa.

Myös Keskisuomalaisen keskustelupalstalla uskonto nousi vahvasti esille; 31 prosenttia keskusteluketjuista käsitteli aihetta. Kaikkiaan viikon aikana uskontoon liittyi viisi suosittua keskusteluketjua, joissa pohdittiin muun muassa uskovaisten asemaa, evankelis-luterilaisen kirkon toimintaa ja yleensä ihmisen uskoa näkymättömään. Uskonnosta keskusteltiin myös Iltalehdessä, jossa suosituksi ketjuksi nousi uskovaisiin suhtautuminen Suomessa. Helsingin Sanomissa keskustelua herätti uutinen Iranin televisiossa esitettävästä tv-sarjasta Jeesuksen elämästä.

Informaatio-aihepiirin toinen suosittu aihealue keskusteluissa oli historia. Historia-keskustelua käytiin etenkin Uuden Suomen verkkolehdestä aktiivisesti koko tutkimusviikon. Aiheena kaikissa ketjuissa oli Suomen vuoden 1918 sisällissota, jonka alkamisesta tuli kuluneeksi 90 vuotta tutkimusviikon alla. Uuden Suomen suosituimmista keskusteluista yli puolet liittyi vuoden 1918 tapahtumiin. Aiheeseen liittyvä keskustelu nousi ajoittain suosituimpien joukkoon myös Iltalehden, Helsingin Sanomien, Kalevan ja Keskisuomalaisen palstoilla. Aamulehdessä aihetta ei nostettu keskustelualueelle.

Informaatio-aihepiiriin kuuluva kolmas suosittu aihe oli keskustelu joukkoviestinnästä. Keskustelua käytiin Uuden Suomen, Keskisuomalaisen ja Taloussanomien keskustelualueilla. Uudessa Suomessa keskustelua herätti lähinnä sananvapauden rajoituksia pohtinut blogi, Keskisuomalaisessa keskusteltiin verkkolehden keskustelupalstasta ja Taloussanomissa digiajan tv-lähetysten ja etenkin digiboksien ongelmista.

Suosituin yksittäinen keskusteluaihe, työmarkkinat ja työelämä, oli luonnollisesti suosittu Taloussanomissa (29%), mutta puhutti myös Aamulehdessä (17%), Helsingin Sanomissa (19%), ja Kalevassa (19%). Aamulehdessä pohdittiin, onko Suomessa akkavalta (ja pohdittiin edelleen tätä kirjoitettaessa toukokuun puolivälissä 2009). Ketju tosin polveilee laidasta laitaan, eikä käsittele yksin työelämää. Helsingin Sanomissa keskustelua herätti muun muassa eduskunnassa mahdollisesti tapahtunut seksuaalinen häirintä. Keskusteluaihe liittyi Helsingin Sanomien jo ennen

tutkimusviikkoa esiin nostamaan aiheeseen. Kalevassa pohdittiin Kemijärven kohtaloa sellutehtaan lakkautuessa.

Ympäristöön, energiaan, asumiseen ja liikenteeseen liittyviä aiheita käsiteltiin etenkin maakuntalehtien Aamulehden, Kalevan ja Keskisuomalaisen keskustelupalstoilla. Aiheet kiinnittyvät paikallisesti: Aamulehdessä keskusteltiin Nokian vesikriisistä (yli 20 000 viestiä!) ja susien määrästä, mitkä olivat näkyvästi myös painetun Aamulehden ja lehden verkkolehden uutisagendalla. Keskisuomalaisessa keskustelu liittyi paikalliseen energiantuotantoon ja voimalahankkeeseen. Kalevassa puheenaiheena olivat liikennejärjestelyt, joita myös Kalevan verkkolehti käsitteli ahkeraan.

Politiikasta keskusteltiin etenkin Helsingin Sanomien verkkolehdessä, mutta myös Iltalehden verkkolehdessä, tosin lievällä viihdepainotuksella, kun aiheena oli Sauli Niinistön presidenttiainesten lisäksi moottoripyöräjengiläisten onnittelukäynti silloisen ulkoministerin Ilkka Kanervan syntymäpäivillä.

Keskustelupalstoilla voidaan jossain määrin havaita jälleen eri mediaryhmien profiloitumista. Maakuntalehtien (AL, Kaleva, KSML) verkkolehdissä erottuivat uskonto ja paikalliset aiheet. Valtakunnallisessa Helsingin Sanomissa korostuivat politiikka ja talous. Iltapäivälehden keskusteluprofiili poikkesi selkeästi lehden turvallisuuteen ja vapaa-aikaan painottuvasta pääuutisprofiilista. Keskusteluissa esille nousivat niin politiikka, vapaa-aika kuin uskontokin. Rikos ja rangaistus -aiheista keskustelua herätti Kaisa Variksen dopingkäry. Taloussanomissa talous- ja tietotekniikka -aiheet erottuivat keskusteluissa. Uusi Suomi pui tutkimusviikolla erittäin vahvasti Suomen historiaa.

Kaikkein suosituimmissa keskusteluissa esillä olivat siis oletuksen mukaisesti hyvin erilaiset aiheet kuin pääuutisina. Tutkimusviikon aikana kunkin verkko- ja sanomalehden tarkastelluista 395 pääuutisesta suosituimpien keskustelujen joukkoon nousi 27 aihetta. Päivittäistä tai lähes päivittäistä keskustelujen limittyminen päivän pääuutisaiheisiin oli Helsingin Sanomien verkkolehdessä sekä Taloussanomissa. Lisäksi Aamulehdessä ja lehden verkkolehdessä oli esillä koko viikon Nokian vesikriisi, mihin liittyvä keskusteluketju oli syntynyt jo ennen tutkittavaa uutisviikkoa. Vähiten keskustelut liittyivät päivän pääuutisaiheisiin Keskisuomalaisen verkkolehden keskusteluosiossa, kun vain yksi aihe viikon aikana liittyi näytteen uutisaiheisiin.

Verkkolehdistä analysoiduista pääuutisaiheista vajaa kolmannes ei herättänyt keskustelua tutkimusviikolla tai sen jälkeen toukokuun puoliväliin 2008 mennessä. Viidennes keräsi yhdestä viiteen kommenttia ja hieman yli 10 prosenttia 6–10 kommenttia. Vajaa 40 prosenttia pääuutisista keräsi kuitenkin yli 10 kommenttia. Kaksi aiheetta keräsi yli 200 kommenttia. Nämä olivat Helsingin Sanomien juttu tietokoneiden sähkönkulutuksesta ja Taloussanomien juttu television digiboksien ongelmista. Vähiten (36%) tammi-helmikuun 2008 vaihteen pääuutisia oli kommentoitu toukokuun puoliväliin 2008 mennessä Keski-suomalaisessa. Eniten tutkimusviikon analysoituja pääuutisia oli kommentoitu Taloussanomissa, jossa kommentoimattomia ei ollutkaan. Myös Helsingin Sanomissa uutisten kommentointi oli suosittua. Vain neljä prosenttia tutkimusviikon pääuutisista ei ollut herättänyt vastakaikua kolmen ja puolen kuukauden kuluessa. Uuden Suomen pääuutisista vajaa 80 ja Kalevan pääuutisista vajaa 60 prosenttia oli kerännyt kommentteja.

Kommenttien määrä toukokuun puolivälissä 2008 oli löydettävissä 187:stä näytteen verkkolehdistä 28.1.-3.2.2008 julkaistusta pääuutisesta, joita oli kaikkiaan tutkimusaineistossa 293. Kommenttien määrät puuttuvat kokonaan Aamulehden ja Iltalehden verkkolehdistä. Helsingin Sanomien aineistosta 38 prosentissa kommentoinnin määrä ei ollut määriteltävissä. Kalevan, Keski-suomalaisen ja Uuden Suomen verkkolehdistä vain muutamista uutisista kommentoinnin määrää ei voinut määritellä. Taloussanomissa kaikista uutisista kommentoinnin määrä oli havaittavissa.

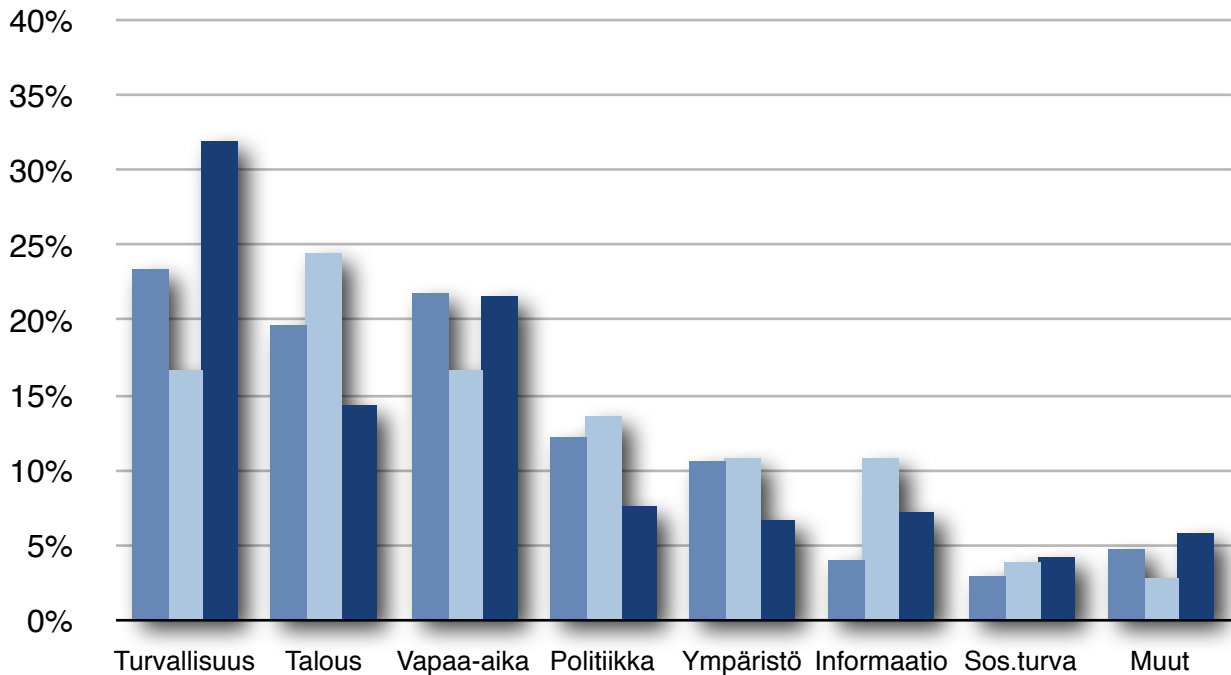
7.2. Luetuimmissa korostuu dramatiikka

Verkkolehtien luetuimmissa jutuissa esiin nousivat oletuksen mukaisesti pääuutiset, jotka verkon rakenteen takia ovat helposti luettavissa verkkolehden etusivulta. Verkkolehtien luetuimpien juttujen suosituimmat aihepiirit noudattivat samaa järjestystä kuin pääuutisten suosituimmat aihepiirit: turvallisuutta, vapaa-aikaa ja taloutta (kuvio 55 sivulla 127). Tutkimusaineiston pääuutisista viikon aikana luetuimpien joukkoon nousi 35 prosenttia. Aineisto tukee siis oletusta, jonka mukaan luetuimmat jutut ovat pitkälti samoja kuin pääuutiset.

Luetuimmissa tuli esille myös verkkojournalismin raadollinen puoli. Kolmannes luetuimmista jutuista liittyi rikoksiin, rangaistuksiin ja onnettomuuksiin eli tapahtumauutisointiin, joihin usein liittyy enemmän tai vähemmän dramatiikkaa. Verkon pääuutisista kuitenkin kymmenisen prosenttia vähemmän liittyi turvallisuus-aihepiiriin. Vapaa-aikaan liittyvät aiheet olivat myös luettuja. Talous-aihepiirin pääuutisten lukuarvoa nosti Taloussanomien sisältyminen otokseen.

■ Verkkoledhet ■ Sanomaledhet ■ Luetuimmat

Kuvio 55: Pääuutisten ja luetuimpien juttujen aihepiirit (N=630)



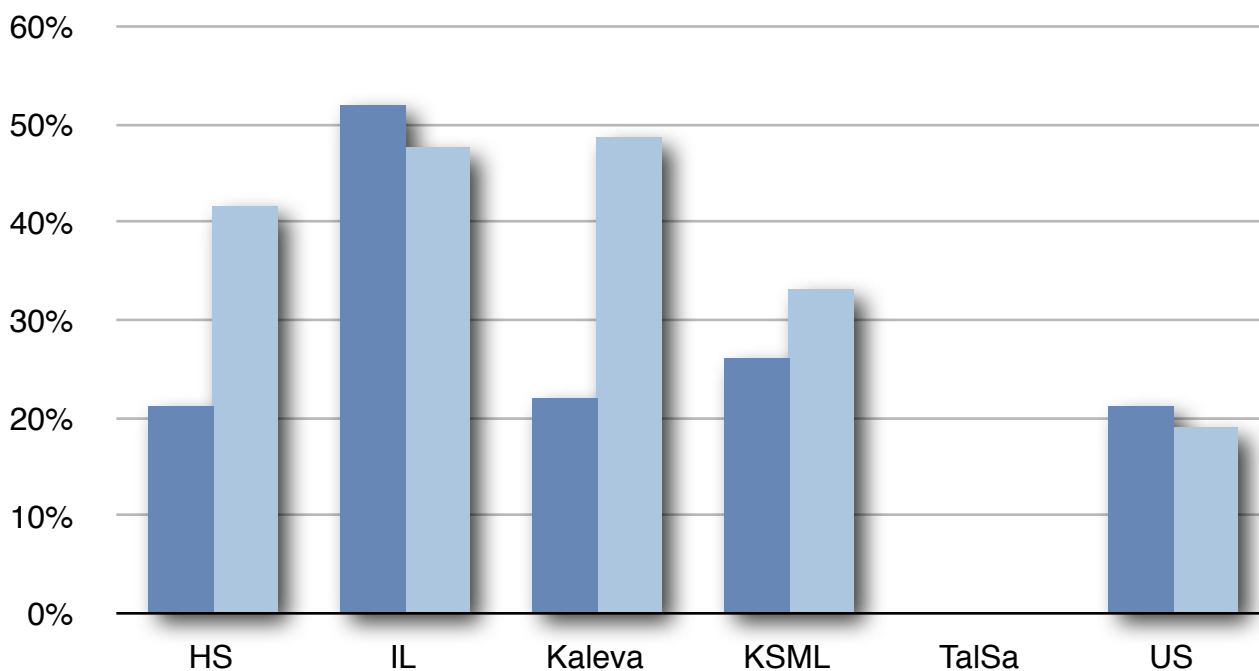
Kaikkein luetuimpia juttuja olivat rikoksiin ja rangaistuksiin liittyvät, joita luetuimpien listalla oli lähes neljännes (23%). Seuraavaksi suosituin yksittäinen aihe oli vapaa-aikaan liittyvä urheilu 12 prosentin osuudella. Nämä olivat myös suosituimmat pääuutisaiheet verkkolehdissä. Kolmanneksi luetuin yksittäinen aihe oli onnettomuudet (9%). Taloussanomien ansiosta yritystalouteen (9%) ja työelämään (5%) liittyvät jutut erottautuivat luetuimpien joukosta.

Turvallisuus-aiheisiin liittyviä pääuutisia luettiin eniten Kalevan verkkosivuilta (kuvio 56 sivulla 128). Tutkimusviikolla lähes puolet (49%) Kalevan luetuimpien listoille nousseista aiheista liittyi turvallisuuteen, käytännössä rikoksiin ja onnettomuuksiin. Tarjonta pääuutistasolla oli kuitenkin “vain” 22 prosenttia. Jopa Iltalehden verkkolehdessä osuus (48%) oli aavistuksen pienempi, vaikka tarjonta oli huomattavasti Kalevaa suurempaa; Iltalehden verkkolehden pääuutisista 52 prosenttia liittyi turvallisuus-aihepiiriin. Helsingin Sanomien verkkolehdessä luetuimmista lähes 42 prosenttia liittyi turvallisuus-aiheisiin tarjonnan pääuutistasolla ollessa puolet vähemmän, 21 prosenttia. Keski-suomalaisessa kolmannes luetuimmista oli turvallisuus-aiheisiä tarjonnan ollessa pääuutistasolla 26 prosenttia. Uudessa Suomessa viidennes luetuimmista liittyi turvallisuuteen, mikä vastasi tarjontaa. Taloussanomissa osuus oli nolla, koska aihepiiriin liittyviä juttuja ei ollut tarjolla. Verkkolehtien suosituimman pääuutisaihepiiriin ja luetuimman aihepiiriin turvallisuuden

kysyntä on siis aamulehtien verkkolehdissä tarjontaa selkeästi suurempi, mutta iltapäivälehdessä tarjonta tuntuu jo ylittävän kysynnän. Uudessa Suomessa tarjonta ja kysyntä aihepiirin suhteen näyttäisi olevan tasapainossa, tosin vain yhden tutkimusviikon perusteella.

■ Verkkolehtien pääuutiset ■ Verkkolehtien luetuimmat

Kuvio 56: Turvallisuus-aihepiiri verkkolehtien pääuutisissa (N=293) ja luetuimmissa (N=236)

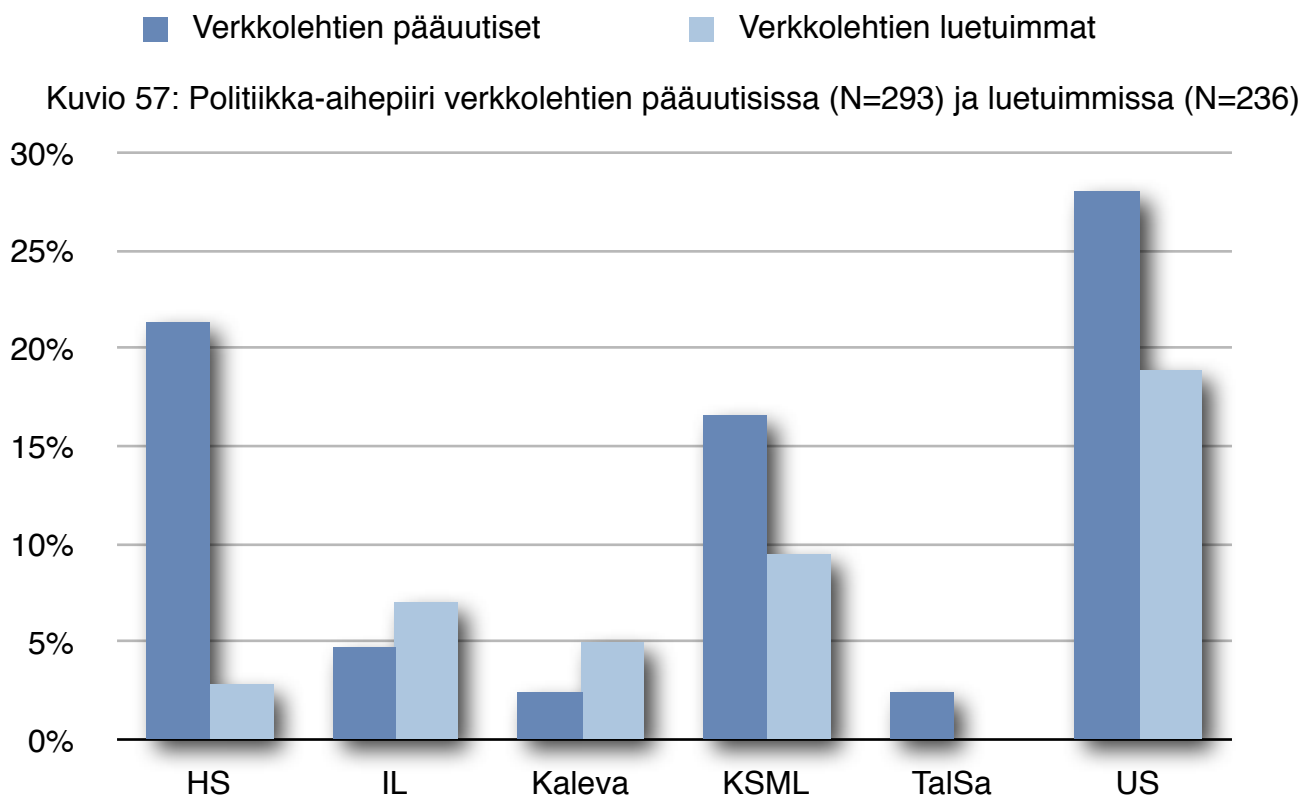


Vapaa-ajan aihepiiriin kuuluvat jutut olivat tutkimusviikolla suosituimpia Keski-suomalaisen verkkolehdestä, kun reilu kolmannes (36%) luetuimmista kuului aihepiiriin. Tarjonta oli kuitenkin vähäisempää, 17 prosenttia pääuutisista. Keski-suomalaisessa luetuimmissa korostui urheilu. Helsingin Sanomissa vapaa-aikaan liittyviä juttuja luettiin (17%) enemmän kuin juttujen osuus (10%) oli pääuutisten joukossa. Kalevassa puolestaan tarjonta (29%) oli huomattavasti kysyntää (8%) suurempi. Myös Iltalehdessä vapaa-aikaan liittyviä aiheita oli pääuutisina (38%) enemmän kuin niitä luettiin (31%). Taloussanomissa ja Uudessa Suomessa kysyntä ja tarjonta olivat tasapainossa. Taloussanomissa kuluttaja-aiheisia pääuutisia oli 19 prosenttia, ja aihepiirin jutut nousivat lähes samalla osuudella (20%) luetuimpien listoille. Uudessa Suomessa tarjonta ja kysyntä osuivat täysin yksiin, 17 prosenttiin.

Talous-aihepiiriin jutut nousivat tutkimusaineistossa kolmanneksi luetuimmaksi aihepiiriksi Taloussanomien ansiosta, jossa 63 prosenttia luetuimmista oli talous-aihepiiristä. Aihepiirin tarjonta pääuutistasolla oli 69 prosenttia. Helsingin Sanomissa aihepiirin tarjonta (19%) oli selkeästi

kysyntää (6%) suurempi, samoin Kalevassa, jossa pääuutisista 17 prosenttia liittyi talous-aiheisiin, mutta niitä luettiin kahdeksan prosentin osuudella. Myös Uudessa Suomessa tarjonta (21%) oli kysyntää (12%) suurempi. Keskisuomalaisessa niukka tarjonta (5%) vastasi yhtä niukkaa kysyntää. Iltalehdessä ei ollut talous-aihepiirin pääuutisia tutkimusviikolla, eikä niitä myöskään luettu.

Politiikka-aihepiirissä Uusi Suomi on onnistunut tavoittamaan myös lukijoita aihepiirin jutuille (kuvio 57). Aihepiirin tarjonta pääuutistasolla oli Uuden Suomen verkkolehdestä runsasta, lähes 30 prosenttia, mutta jutut myös nousivat lähes 20 prosentin osuudella eli yhtä suurella osuudella kuin turvallisuus-aihepiirin jutut luetuimpien joukkoon. Helsingin Sanomissa politiikka-aihepiirin tarjonta verkossa oli runsasta, kun yli viidennes pääuutisista liittyi aihepiiriin, mutta luetuimpien joukkoon aihepiiriin liittyvät jutut nousivat aniharvoin; käytännössä tutkimusviikolla yksi juttu. Todennäköisesti Helsingin Sanomien verkkolehdestä juttutarjonta on niin suurta, että ns. vakavampien aiheiden nouseminen luetuimpien juttujen listoille on harvinaista.



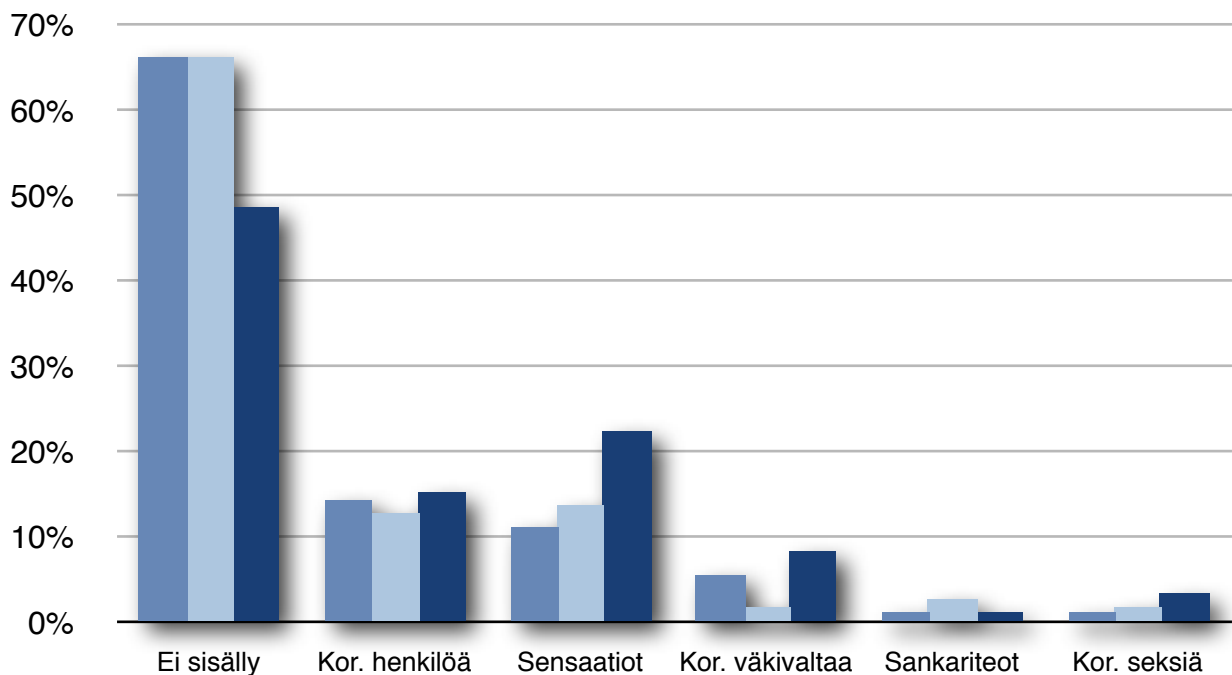
Luetuimmissa jutuissa korostuivat selkeästi dramatiikkaa korostavat elementit otsikoissa.

Luetuimmista jutuista hieman yli puolet oli sellaisia, joiden otsikoinnissa käytettiin dramatisointia sisältäviä elementtejä (kuvio 58 sivulla 130). Pääuutisissa dramatisoivien elementtejä oli noin kolmanneksessa jutuissa. Luetuimpien joukosta tällaisia dramatisoivia elementtejä sisältäviä juttuja

löytyi kaikista tutkimusnäytteen verkkolehdistä, kuten Helsingin Sanomissa maanantaina 28. tammikuuta ja vielä seuraavanakin päivänä luetuimpien joukossa ollut “Tutkimus: seksuaalisen suuntautumisen näkee kasvoista” tai “Eduskunnassa kuultua: “Hyvät hinkit”. Kalevan verkkolehden luetuin juttu 28. tammikuuta oli varustettu otsikolla “Vähäpukeisista naisista ei kuvia”. Uudessa Suomessa luetuimpien joukkoon nousi tiistaina 29. tammikuuta juttu, jonka otsikkona oli “Illaksi kotiin - alasti”. Keski-suomalaisen verkkolehdestä luetuimpien joukkoon nousivat 29. tammikuuta jutut “Hiiret olivat polttaa parisataa sikaa Keuruulla” sekä “Mies juotti koiranpentunsa humalaan Keuruulla” ja 1. helmikuuta “Odottavaa äitiä uhattiin keskenmenolla Jyväskylässä”. Taloussanomissa luetuimpien joukkoon nousi 3. helmikuuta juttu “Lolita-sänky oli liikaa vanhemmille”. Iltalehden verkkolehdestä tirkistelynhaluun vedottiin suoraan muun muassa otsikoilla “Obaman salainen ase onkin povipommi - katso video” tai “Lentoemo strippasi kapteenille kesken lennon - katso video”. Nämä olivat iltalehden luetuimpia juttuja 1. helmikuuta.

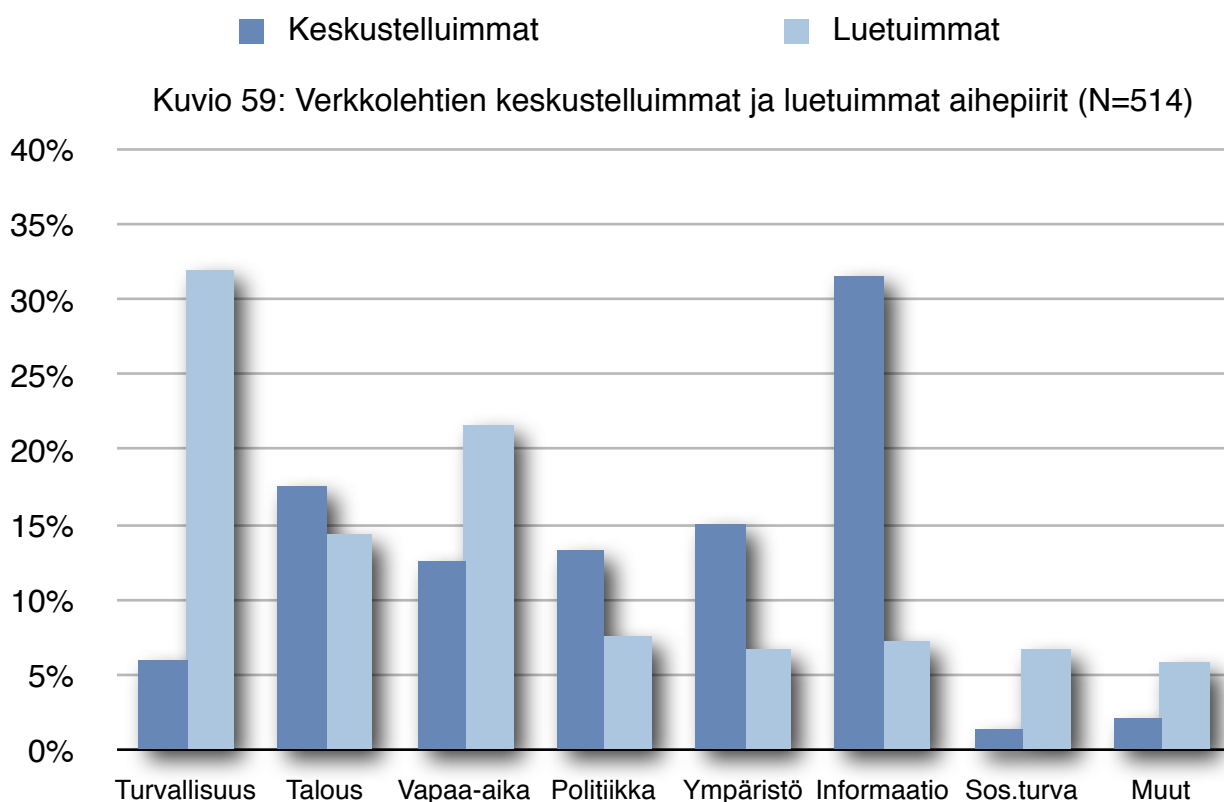
■ Verkkolehdet ■ Sanomalehdet ■ Luetuimmat

Kuvio 58: Dramatisoivat esitystavat pääuutisissa ja luetuimmissa jutuissa (N=630)



Kun verrataan luetuimpia ja keskustelluimpia aihepiirejä keskenään, lukijoiden agenda näyttäytyy hyvin ristiriitaisena (kuvio 59 sivulla 131). Kaikkein luetuimpia aiheita ei välttämättä kommentoida, toisaalta aiheet, joita tuskin edes löytyy luettaviksi, herättävät keskustelua. Turvallisuus-aihepiiriin kuuluvat rikokset, rangaistukset ja onnettomuudet ovat luetuimpia juttuja, mutta keskustelua ne

eivät näytä herättävän. Toisaalta aiheet, joista harvoin saa ainakaan repäiseviä uutisia, kuten uskontoon ja elämäntarkastukseen liittyvät asiat sekä historia, herättävät runsaasti keskustelua.



7.3. Yhteenveto yleisön agendasta

Yleisön valinnat verkkolehtien suosituimpien keskusteluaiheiden mukaan näyttävät hyvin erilaisilta kuin median pääuutisvalinnat. Pääuutisvalinnoissa korostuivat turvallisuus-, talous- ja vapaa-aika-aihepiirit. Keskustelluimmissa aiheissa sen sijaan esiin nousivat informaation kiertoon liittyvät aiheet, etenkin uskontoon, historiaan ja myös joukkoviestintään liittyvät. Pääuutisten suosikeista rikoksista, rangaistuksista ja onnettomuuksista ei juurikaan keskustella. Keskusteluissa suosittuja olivat myös ympäristöön liittyvät aiheet sekä Taloussanomien myötä talousaiheet.

Luetuimmissa jutuissa sen sijaan esiin nousivat median suosimat aihepiirit. Etenkin turvallisuus-aihepiiriin kuuluvat jutut olivat suosittuja. Luetuimpien listoille nousi aihepiiristä aiheita, joka eivät olleet pääuutisten joukossa. Näissä korostuivat vahvasti dramatisoivat elementit; yli puoleen luetuimmista jutuista sisältyi dramatisoivia elementtejä, yleisimmin sensaation tekemiseen tai liioitteluun liittyviä.

8. Johtopäätökset

Tutkielman empiirinen osuus median ja yleisön agendoista vahvasti suurimman osan tutkielman oletuksista, mutta myös kumosi osan. Tässä tutkielman päättävässä luvussa käydään lyhyesti oletukset ja tutkielman niihin antamat vastaukset läpi. Lopussa tuloksia peilataan tutkielmaa ohjaavaan teoreettiseen viitekehykseen ja arvioidaan tutkimuksen onnistumista tekijän näkökulmasta.

Tutkimuskysymyksenä oli, *millaisia ovat verkkomedian ja painetun median sekä yleisön agendat digitaalisella ajalla, ja miten agendat määrittävät julkisuustilaa*. Tähän kysymykseen pyrittiin vastaamaan seitsemällä oletuksella.

Ensimmäisen oletuksen mukaan *verkkolehdistä painottuvat tapahtumauutiset, kuten rikokset ja onnettomuudet. Sanomalehdet tuovat enemmän esille analyttisempiä aiheita, kuten politiikkaa ja taloutta*. Väite sai vahvistusta turvallisuus-aihepiirin noustessa verkkolehtien suosituimmaksi pääuutisaiheeksi. Ykkösuutisissa turvallisuus-aihepiiri korostui entisestäänkin. Turvallisuus-aihepiirin kuuluvat uutiset olivat myös niitä, jotka useimmin nousivat samanaikaisesti eri verkkomedioiden agendalle. Sanomalehdissä talous oli suosituin aihepiiri. Iltaapäivälehdien aineiston poiston jälkeen talouden osuus korostui entisestään ja politiikka nousi toiseksi suosituimmaksi aiheeksi. Ykkösuutisina korostuivat sanomalehdissäkin rikokset ja rangaistukset, tosin iltapäivälehdien ansiosta. Ilman iltapäivälehteä työmarkkinat ja kunnallispolitiikka olisivat olleet hivenen suosituimpia.

Toisen oletuksen mukaan *verkkolehdistä painottuu paikallisuus (hyperpaikallisuus) sanomalehtiä enemmän*. Väite ei vahvistunut tämän tutkielman perusteella, vaan sanomalehdet osoittautuivat pääuutisvalinnoissaan selkeästi verkkolehtien pääuutisvalintoja paikallisemmiksi. Verkkolehdistä ulkomaille sijoittuvat uutiset korostuivat.

Kolmannessa väitteessä oletettiin, että *verkkolehdistä löytyy sanomalehtiä enemmän merkkejä ns. tabloidisaatiosta*. Dramatisoivia elementtejä löytyi ankaralla koodauksella kolmanneksesta koko aineistosta ja tasavahvasti sanoma- ja verkkolehdistä. Vain verkkolehtien ykkösuutisissa dramatisointia oli enemmän kuin sanomalehdissä. Verkkolehdet kallistuvat kuitenkin tabloidisaation puolelle aihevalinnoillaan painottamalla rikoksia, onnettomuuksia ja urheilua eli aiheita, jotka voidaan henkilöidä ja joiden ympärille voidaan rakentaa draamaa ja sensaatioita. Tabloidisaatio-oletukseen liittyen analysoitiin myös päätoimijan viiteryhmä ja sukupuoli. Verkkolehtien

tabloidisaatiotrendi sai vahvistusta päätoimijan sukupuolen analysoinnista. Verkkolehdistä kolmanneksessa pääuutisissa päätoimijaa ei tuotu esille, mutta ne aiheet, joissa päätoimija useimmiten tuotiin esille, olivat draamaan ja henkilöintiin taipuvat turvallisuus ja vapaa-aika. Myös politiikkaa henkilöitiin. Jonkinasteista sensaatiohakuisuutta oli myös siinä, että naiset korostuivat päätoimijoina rikosjutuissa etenkin aamulehtien verkkolehdistä, mutta myös painetuissa lehdissä.

Neljännessä tutkimuskysymyksessä pääuutisten analyttisyyttä tarkasteltiin uutisten monipuolisuudella eli *oheisjuttujen luonteella ja määrällä verkko- ja sanomalehdissä*. Varsinaista oletusta ei asetettu verkko- tai sanomalehtien monipuolisuudesta. Taustalla oli kuitenkin uuden median teoriaan liittyen ajatus verkkomedian sanomalehtiä monipuolisemmista mahdollisuuksista luoda syvyyttä juttuun. Tämän tutkielman mukaan sanomalehdet ovat monipuolisempia uutisvälineitä kuin verkkolehdet, kun valtaosaan pääuutisista liittyi uutistyyppisiä kinalojuttuja, mutta myös kommentteja. Verkkolehdistä vain puoleen pääjutuista oli liitetty oheisjuttuja, lähinnä aiheeseen liittyviä aiemmin julkaistuja uutisia. Multimediaa käytettiin hyväksi vain murto-osassa verkkolehtien pääuutisista ja niistäkin valtaosa oli videoita.

Viidennen oletuksen mukaan *verkkolehtien keskinäinen pääuutisagenda on yhtenäinen, mutta eroaa sanomalehtien pääuutisagendasta*. Pääuutisagendat voivat ovat erilaiset myös saman median eri välineissä, painetussa lehdessä ja verkkolehdestä, joskin konvergenssi on johtanut saman sisällön kierrättämiseen välineestä toiseen. Todennäköisesti sanomalehden ja verkkolehden agendat ovat yhtenäisimmillään aamulla, jolloin verkkolehdistä toistetaan päätuotteen uutisia. Tutkimusaineisto vahvisti väitteen verkkolehtien keskinäisen pääuutisagendan samankaltaisuudesta verrattuna sanomalehtien pääuutisagendaan. Viidennes pääuutisista esiintyi samaan aikaan vähintään kahdessa verkkolehdestä, kun sanomalehdissä osuus oli kuusi prosenttia. Tutkimusaineiston mukaan todennäköisimmin verkkolehdistä samaan aikaan pääuutisiksi nousevat turvallisuus-aihepiirin jutut.

Viidenteen oletukseen liittyen keskimäärin kymmenes pääuutisista oli sellaisia, joita kierrätetään sekä verkko- että sanomalehdissä pääuutisina. Tutkimustulos toi esiin mediakohtaisia eroja: iltapäivälehdessä kierrätys on tehokkainta, kun noin neljännes pääuutisista oli samoja painetussa - ja verkkolehdestä. Tutkimuksessa ei pystytty osoittamaan, onko verkko- ja sanomalehtien ilta-aamu- tai aamu-aamu -agendoissa eroja, sillä näiltä osin tulos hajosi. Viikon tutkimusjakso näyttäisi olevan liian lyhyt verkko- ja sanomalehtien agendojen syvällisempään vertailuun. Viikon tutkimusjakso kuitenkin paljasti selkeästi sen, että vain verkossa ilmestyvät lehdet lainaavat eniten juttuja muista medioista, etenkin verkkomedioista.

Tutkielman kuudennessa väitteessä oletettiin, että *keskusteluaiheissa esille nousevat yleisöä lähellä olevat aiheet*, joten keskusteluagenda voi erota merkittävästi median pääuutisagendasta. Tutkimus vahvisti oletuksen pinnallisenkin tarkastelun perusteella. Suosituimpia keskusteluissa olleita aiheita olivat median pääuutisagendalla vähiten suosimat aiheet uskonto ja historia. Sanomalehtien suosituin aihepiiri talous, etenkin työelämään liittyvät aiheet, oli suosittu myös keskusteluissa. Sen sijaan etenkin verkkolehtien suosima turvallisuus-aihepiiri ei juurikaan herättänyt keskustelua. Selkeästi on havaittavissa, että keskusteluissa esille nousevat uskontoon ja elämäkatsomuksellisiin liittyvät aiheet, arkielämä ja erilaiset arkea tai yhteiskuntaa kohtaavat kriisit.

Tutkielman viimeisen oletuksen mukaan *verkkolehtien luetuimmista jutuissa korostuvat verkon rakenteen takia päivän pääuutiset*, koska ne ovat helposti luettavissa yleensä verkkolehden etusivulta. *Luetuimmista korostuvat myös skandaalihakuisuus ja viihteellisyys* eli asiat, jotka yleensä ovat houkuttelevat suuria yleisöjä. Tutkimus vahvisti molemmat oletukset, etenkin oletuksen skandaalihakuisuudesta. Luetuimmista jutuista kolmannes verkkolehdissä liittyi turvallisuus-aihepiiriin, mikä on kymmenisen prosenttia enemmän kuin aihepiirin tarjonta pääuutistasolla. Lisäksi puolet luetuimmista jutuista sisälsi otsikkotasolla erilaisia dramatisoivia elementtejä. Tutkimuksen mukaan kolmannes päivittäin luetuimmista jutuista on priorisoitu verkkolehtien pääuutisiksi, mikä jossain määrin vahvistaa oletusta luettavuudesta helpon saatavuuden takia, mutta kertoo myös siitä, että uutisia etsitään aktiivisesti myös etusivun ulkopuolelta. Todennäköisesti suurempikin osa luetuimmista jutuista on kuitenkin ollut verkkolehtien etusivujen pääuutisten joukossa, mutta ne eivät sattuneet olemaan pääuutisina havaintohetkillä.

On aika palata johdannossa esitettyyn kysymykseen: Onko median – uuden tai vanhan – agendalla enää edes merkitystä maailmassa, jossa yleisö on internetissä, uudenaikaisessa julkisuustilassa, nopeammin uutislähteillä kuin media tehden itse omat juttunsa ja vastaanottaen vain haluamaansa aineistoa?

Tilastotietoihin internetin käytöstä sekä internetin eri sivustojen kävijämääriin vedoten kysymykseen voidaan vastata myöntävästi, joskin hakusivustot ja yhteisölliset sivustot ovat mittaustavoista riippuen median sivustoja suosituimpia. TNS Gallupin Suomen web-sivustojen viikkoluku-mittausten⁵⁸ perusteella tätä kirjoitettaessa toukokuun 2009 viimeisellä viikolla Suomen kymmenen suosituimman web-sivuston joukkoon mahtui viisi perinteisen median edustajaa: Iltalehti, Ilta-Sanomat, MTV3, Yle ja Helsingin Sanomat. Näistä kaksi, Iltalehti ja Helsingin

⁵⁸ Lähde: <http://www.gallupweb.com/tnsmatrix/> / haettu 27.5.2009

Sanomat sisältyivät tämän tutkimuksen aineistoon. Maailmanlaajuisesti web-sivustojen kävijämääriä mittaavan Alexan⁵⁹ mukaan Suomen suosituimpien sivustojen kärki on hieman erilainen, mutta Iltalehti on kuitenkin suosituin medioista, seitsemäs hakukone Googlen sivustojen sekä yhteisöllisten sivustojen YouTuben, Facebookin ja IRC-gallerian sekä MNS-portaalin jälkeen. Iltta-Sanomat on 11:ksi, Yle 12:ksi, MTV3 13:ksi ja Helsingin Sanomat 16:ksi suosituin. TNS Metrixin mittauksista puuttuvat muun muassa Google ja Google Suomi -sivustot, YouTube sekä Facebook. Alexan mittauksissa kymmenen kärkeen mahtuivat myös Wikipedia ja keskusteluporttaali Suomi24.

Web-sivustojen kävijämäärien perusteella uutisia haetaan median uutissivustoilta, sillä suositut yhteisösivustot eivät ole uutisperusteisia. Hakukone Googlen suosio kertoo, että internetistä tietoa haetaan täsmähauilla; onkin uumoiltu, että median aiemmin merkittävä portinvartijan rooli on siirtymässä hakukoneille (Williams & Delli Carpini 2004, 1221).

Millainen on digitaalisen ajan uutisagenda julkisuustilaa määrittävän tekijänä? Tutkimuksen neljännessä luvussa digitaalisen ajan agenda hahmoteltiin neljän uuden median ominaispiirteen kautta, jotka olivat personointi, konvergenssi, vuorovaikutteisuus ja yhteisöllinen tuottaminen.

Personointi yleisön agendan pirstaloijana

Personoinnissa lähtökohtana on Negroponten 1990-luvun puolivälissä visioima persoonallinen sanomalehti *Daily Me*, johon tilaaja voisi valikoida haluamansa aineiston (Negroponte 1996 (1995), 162-163). Tutkimusotokseen kuuluvissa verkkolehdistä personoimismahdollisuuksia ei ollut RSS-syötteiden tilaamismahdollisuutta lukuun ottamatta. RSS-syötteet voivat vaikuttaa uutisten julkaisemisen nopeuteen. Verkkotoimitus, joka nopeiten julkaisee mielenkiintoisen uutisen, voi kerätä kävijöitä sivustolleen RSS-syötteen kautta. Tämä voisi selittää osaltaan verkkolehtien hyvinkin yhtenäistä uutisagenda isojen tai ainakin mielenkiintoiseksi koettujen uutisten osalta. Mikäli näin on, personoinnin mahdollisuus toimisi alkuperäisen ideansa vastaisesti yhtenäistämällä nopeiden uutisvälineiden eli verkkolehtien uutisagenda.

Sen sijaan on selvästi havaittavissa, että median agendat "personoituvat" välineen mukaan. Tämän tutkimuksen mukaan verkkolehdet painottuvat iltapäivälehtimäisesti tapahtumaluonteisiin rikoksiin, onnettomuuksiin ja urheiluun, sanomalehdet talouteen. Myös *Suomalaisen uutismedian vuosiseurannan* (2007, 23-24) mukaan sanomalehtiä hallitsee talous ja iltapäivälehtiä hallitsevat

⁵⁹ Lähde: <http://www.alexacom/topsites/countries/FI/> / haettu 27.5.2009

rikokset, viihde ja vapaa-aika. Ilmaisjakelulehtien profiili muistuttaa iltapäivälehtiä, ja radion ja television uutismaailmaa hallitsee politiikka. Nyky-yhteiskunnassa on siis monia suuren yleisön ulottuvilla olevia agendoja (McCombs 2004, 544) toisin kuin perinteisen agendatutkimuksen syntyessä 1970-luvun alussa, jolloin eri medioiden agendojen huomattiin olevan varsin yhtenäisiä.

Konvergenssi median agendan samankaltaistajana

Konvergenssi sanana tarkoittaa samankaltaistumista, yhteensulautumista. Kun informaatio – teksti, kuva, liikkuva kuva, ääni – voidaan digitalisoida, se voidaan lähettää samaa sähköistä kanavaa pitkin (Villi 2006, 101). Median parissa konvergenssi on nähty saman sisällön jakamisena eri välineissä (emt., 103). Tämän tutkimuksen mukaan samaa sisältöä pääuutistasolla ei kovin suuressa mittakaavassa jaeta eri välineisiin, sanomalehteen ja lehden verkkolehden poikkeuksena aineiston iltapäivälehti, jossa samat pääuutiset, tosin eri versioina, toistuivat muita medioita useammin sekä painetussa lehdessä että verkkolehdessä. Todennäköisesti saman sisällön jakamista sanomalehdistä verkkolehtiin on vähennetty, koska ilmaisen verkkolehden on havaittu syövän maksullisen sanomalehden levikkiä. Viime vuosina sanomalehtien levikit⁶⁰ ovat laskeneet samaan aikaan kun verkkolehtien kävijämäärät⁶¹ ovat nousseet. Syksyllä 2008 alkanut talouskriisi on murentanut myös mediayhtiöiden taloudellista perustaa levikin laskun kiihtyessä ja ilmoitustulojen vähentyessä. Viimeistään talouskriisin myötä on havaittu, että sisällöt on eriytettävä, ettei painettu lehti tuhoutuisi (Jäppinen 2009). Tämä voi johtaa verkkojournalismin kehittymiseen hidastumiseen tai jopa verkkojournalismista luopumiseen kristillisen *Kotimaa*-lehden tapaan. Lehti ilmoitti toukokuussa 2009 lakkauttavansa uutisverkkolehrensä, koska se ei ole taloudellisesti kannattava ja syö paperilehden resursseja. Sen sijaan verkkolehti pyritään käynnistämään uudestaan blogi-pohjaisesti (Palletvuori 2009), mikä onkin ominaisempaa Yochai Benklerin (2006) hahmottelemalle verkottuneelle julkisuustilalle.

Tietynasteisesta konvergenssista voidaan kuitenkin puhua eri verkkolehtien kesken, kun viikon aikana neljännes uutisaiheista oli yhteisiä, vaikka tutkittu uutisviikko oli uutistapahtumien suhteen laimeahko – uutisviikolle ei mahtunut yhtään terrori-iskua, maailmanlaajuisen pandemian uhkaa tai poliittista skandaalia, joten jäljelle jäi vain urheilijoiden reipashenkinen elämä. Sisältöjen samankaltaistuminen eri verkkolehtien kesken korostuu, mikäli samat uutisaiheet ovat uutistoimiston välittämiä ja siten miltei sanasta sanaan samat. Tässä tutkimuksessa pääuutisten

⁶⁰ Lähde: <http://www.levikintarkastus.fi/levikintarkastus/tilastot/Trenditilasto1995-2008.pdf> / haettu 27.5.2009

⁶¹ Lähde: <http://www.gallupweb.com/tnsmatrix/> / haettu 27.5.2009

lähdetä ei määritelty, mikä olisi tuonut lisävalaistusta verkkomedian agendan määräytymiseen. Todennäköisesti uutistoimisto STT olisi noussut merkittävään rooliin verkkosivustojen yhteisten pääuutisten lähteenä. Tässä tutkimuksessa STT:ltä lähtöisin oli muun muassa uutinen uhkaavasta talvimyrskystä, jolloin tutkimusaineiston seitsemästä verkkolehdestä kolme välitti uutisen jopa samalla otsikolla “Myrsky iskee aamulla lounaisrannikolle” ja kaksi muuta otsikkoa hieman muunnellen.

Verkkolehdissä konvergenssi näyttäytyy etenkin ns. tabloidisaationa eli uutisvalintojen samankaltaistumisena ja painottumisena viihteelliseen aineistoon, nousivathan rikokset, rangaistukset ja onnettomuudet, mutta myös urheilu vahvasti pääuutisagendalle. Taustalla on kaupallisuus ja mahdollisimman suurten kävijämäärien houkuttelemisen uutissivustoille. Suurten kävijämäärien on uskottu houkuttelevan myös ilmoittajia sivustoille. Näin ei kuitenkaan käynyt, vaan tuloutus verkkolehdissä on osoittautunut vaikeaksi, kun sisällöistä – uutisista – ei haluta maksaa. Lisäksi uutisista on verkossa ylitarjontaa. (Scott 2005.) Talouskriisin myötä tosin puheet uutissivustojen maksullisuudesta ovat voimistuneet etenkin Yhdysvalloissa.

Mahdollisimman suurten yleisön houkuttelemisen pienimmän yhteisen tekijän kautta – oli se sitten vaikkapa skandaalihakuisuus – on tyypillistä massamediavälitteiselle informaatiotaloudelle (Benkler 2006). Voidaankin väittää, että toistaiseksi perinteisten tiedotusvälineiden verkkosivustot ainakin pääuutistensa osalta edustavat täysin päinvastaista kehityskulkua kuin verkon kehityskulku muutoin. Verkossa kukoistaa ns. niche-kulttuuri tai markkinarakojen kulttuuri, jossa hittejä kysytään edelleen paljon, mutta hittien jälkeinen kysyntäkäyrä noudattaa ns. pitkää häntää eli on loppumattoman pitkä. Pitkän hännän talousmallissa, joka toteutuu digitaalisessa kaupassa, 98 prosenttia tuotteista tuottaa voittoa. Perinteisessä kaupassa vallitsee 80/20-sääntö, jonka mukaan 20 prosenttia tuotteista tuottaa 80 prosenttia myynnistä. (Anderson 2006.) Verkkolehdissä voidaan tosin nähdä häivähdys niche-kulttuurista hittikulttuurin rinnalla. Niche-kulttuuria edustavat keskustelupalstat, joissa keskustellaan aiheista, jotka eivät nouse uutisagendalle.

Vuorovaikutteisuus yleisön roolin vahvistajana

Yleisön rooli on muuttunut internetin myötä vuorovaikutteiseksi. Tämän tutkimuksen mukaan yleisö ei kuitenkaan pääse juurikaan vaikuttamaan uutisagendaan, jonka toimitus määrittelee. Myös aiemmissa tutkimuksissa (mm. Örnebring 2007) on havaittu sama asia. Tutkimusviikon aikana kaksi aihetta suosituimpien keskustelujen joukosta nousi median pääuutisagendalla. Aiheet olivat paikallisia koskien leveäkaistatiellä ajamista Oulussa ja susien määrää Pirkanmaalla.

Vuorovaikutteisuus näkyy pääuutisagendalla kuitenkin luetuimpien juttujen kautta, kun pääuutisten ja luetuimpien juttujen aihepiirien suosituimmuusjärjestys oli sama. Luetuimmissa korostuivat turvallisuus-aihepiiriin liittyvät rikokset ja onnettomuudet sekä skandaalihakuisuus. Tämän tutkimuksen perusteella ei voida sanoa, miten paljon verkkotoimitukset seuraavat juttukohtaisia laskureita ja julkaisevat juttuja kysynnän mukaisista aiheista. Taloussanomista tehdyn tutkimuksen (Thurman & Myllylahti 2009, 16-17) mukaan juttukohtaisten lukijamäärien seuraamisesta on kuitenkin tulossa merkittävä tekijä verkkolehden uutistuotannossa. Tutkimuksessa haastatellun toimittajan mukaan kävijämäärien laskiessa sivustolla julkaistaan lukijoiden houkuttelemiseksi “jokin populistinen uutinen, kuten juttu David Beckhamin alusvaatteista”. Etenkin otsikoinnissa pyritään räväkkyYTEEN, sillä otsikko on verkkolehden lööppi, elementti, jolla herätetään lukijan mielenkiinto: “Mitäänsanomattomilla otsikoilla ei verkon kilpailussa pärjää: pitää olla jännitystä, ristiriitaa ja selkeyttä” (Mäkinen 2009b).

On todennäköistä, että verkkolehtien pääuutisagendan painottuminen voimakkaasti rikoksiin ja rangaistuksiin johtuu kävijämäärien maksimoimisen tavoitteesta. Pahimmillaan uutisia hakevan yleisön ja uutisvalintoja tekevän toimituksen vuorovaikutus verkkolehdissä typistyy juttukohtaisten lukijalaskureiden seuraamiseen.

Verkkolehdet massamediavälitteisessä julkisuustilassa

Verkkolehdet toimivat verkottuneessa ympäristössä, mutta massamediavälitteisessä julkisuustilassa, jossa tuotanto on keskittynyttä ja voittoa tavoittelevaa. Benklerin (2006, 182-185) mukaan verkottunutta julkisuustilaa määrittävät laaja sisäänotto, aineiston yhteisöllinen suodattaminen ja arvottaminen, dialogi yleisen mielipiteen muodostamiseksi sekä valtiollisen kontrollin ulkopuolella oleminen. Verkkolehdissä sisäänotto on rajoitettua, sillä toimitukset määrittelevät – suodattavat ja arvottavat – näkyvimmän uutisagendan. Yleisö voi vaikuttaa agendaan pienimmän mahdollisen vuorovaikutuksen keinoin, klikkaamalla uutisia luettaviksi. Toki yleisölläkin on paikkansa verkkomediassa, mutta omilla keskustelufoorumeilla, jotka eivät verkon arkkitehtuurissa ole tasavertaisia pääuutisagendan kanssa. Lisäksi keskustelluimmat aiheet eivät näytä heijastuvan uutisagendalle, eikä palstojen dialogin tasokaan nouse välttämättä kovin korkealle (esim. Lehtinen 2008).

Millainen siis on digitaalisen ajan uutisagenda julkisuustilaa määrittävänä tekijänä? Lyhyesti vastattuna viihteellinen, sensaatiomaiseen tapahtumauutisointiin keskittynyt, jota keskustelupalstat periaatteessa voisivat täydentää ja tasapainottaa. Digitaalisella ajalla ei kuitenkaan ole yhtä ainoaa

agendaa, vaan monia eri agendoja, joita seurataan päällekkäin. Sanomalehtien liiton keväällä 2009 teettämän kyselyn mukaan 80 prosenttia suomalaisista pitää sanomalehteä arvostettuna viestimenä. Kolme neljästä pitää sanomalehtiä asiantuntevina ja ajankohtaisina uutisvälineinä. Niin ikään sanomalehtiä pidetään älykkäinä ja syvällisinä, ja näitä ominaisuuksia toivottiin lisääkin. Sanomalehti antaa myös puheenaiheita arkeen. Internetiä sen sijaan pidettiin vähemmän läheisenä, hyödyllisenä ja tärkeänä kuin vastaavassa kyselyssä vuotta aikaisemmin. (Mäkinen 2009c.)

Tämän tutkielman ei pitänyt olla sanomalehden puolustuspuhe, mutta sellainen siitä lopulta tuli uutisagendan analysoinnin jälkeen. Tutkimusaineiston mukaan sanomalehdet tarjoavat huomattavasti monipuolisemman ja yhteiskunnallisesti merkittävemmän uutisannin kuin verkkolehdet – ainakin pääuutistasolla. Tosin verkkolehdet ovat varsin eläväisiä tuotteita, joiden sisältöjen analyysi vaatisikin pitkittäistutkimusta, jossa voitaisiin havainnoidaan myös muutoksia sisällöissä. Sisältöjä pitäisi analysoida myös pääuutistasoa syvemmillä, mikä todennäköisesti tekisi verkkolehdille oikeutta.

Verkkolehtien näkyvimmän osan, etusivun pääuutistarjonnan perusteella verkkolehdet ovat kenties kulkeneet rikoksesta kriisiin, eikä benkleriläisestä verkottuneesta julkisuustilasta voida toistaiseksi kuin haaveilla.

Tutkimuksen arviointia tekijän näkökulmasta

Tämä tutkielma tarjoaa poikkileikkauksen suomalaiseen valtamediaan kuuluvien painettujen lehtien ja näiden verkkolehtien sekä kahden vain verkossa ilmestyvän lehden pääuutisagendasta yhdeltä uutisviikolta vuonna 2008. Näytteestä puuttuu tutkimusekonomisista syistä sähköinen valtamedia. Median uutisvalintoja oli selvitetty aiemmassa tutkimuksessa (Saloniemi & Suikkanen 2007) painettujen aamulehtien, iltapäivälehtien, ilmaisjakelulehtien ja sähköisen median osalta. Tutkimusta käytettiin tämän tutkielman empiirisessä osassa täydentäjänä ja vertailukohtana. Tutkielmassa käytettiin myös pitkälti samaa tutkijoiden Aira Saloniemen ja Risto Suikkasen kehittämää varsin täydellistä koodausrunkoa.

Tutkimuksessa haastavinta oli tutkimusaineiston koodaaminen. Etenkin uutiaiheiden sijoittaminen 32:een eri aiheluokkaan oli haastavaa, sillä varsinkin sanomalehtiaineistossa saman jutun olisi välillä voinut sijoittaa useampaankin eri luokkaan. Verkkolehdissä juttujen luokittelu oli selvästi helpompaa kuin sanomalehdissä johtuen juttujen sähkömäisyydestä; lyhyessä muodossa aiheen käsittely tyypistyy pääasiaan ja useimmiten yhteen näkökulmaan. Oma koodaustapaa on tutkielman

empiirisessä osassa peilattu Saloniemen ja Suikkasen tutkimuksen tuloksiin. Kun tulokset ovat olleet samansuuntaisia, tutkielman aineiston luokittelu on todennäköisesti ollut samantyyppistä. Vain dramatisoivat esitystavat -muuttujassa tutkimustulokset poikkesivat merkittävästi toisistaan johtuen todennäköisesti erilaisesta koodaustavasta, mikä tuotiin myös esille luvussa 6.5. Tämän tutkimuksen koodausrungossa olisi pitänyt olla mukana myös lähde, jossa olisi katsottu, onko juttu uutistoimiston välittämä vai toimituksen tekemä. Tällöin uutistoimiston merkitys verkkolehtien agendaan olisi tullut yksiselitteisesti esille. Lainaus-muuttujassa olisi voinut yksilöidä lainauksen lähteen, mikä olisi mahdollisesti paljastanut sen, mitkä mediat ohjaavat verkkolehtien, etenkin vain verkossa ilmestyvien, mutta paljon lainaavien, uutisagenda.

Koska tutkimusainesto kerättiin yhden viikon ajalta, tutkimustulos voi aiheiden osalta vääristyä. Tutkimusviikolla poikkeuksellisen paljon esillä olivat urheilijoiden tekemät rikokset. Muutoin uutisviikko oli laimea. Tästä näkökulmasta aineiston kerääminen vaikkapa eri viikonpäiviltä seitsemän viikon ajalta olisi järkevämpää. Toisaalta uutisagendan tutkimiseksi aineiston keruu yhden viikon ajalta oli perusteltua. Agendan tutkimiseksi tarvittaisiin ehkä jopa pitempi yhtenäinen tutkimusjakso.

Verkkoaineiston tutkiminen on haastavaa verkon online-luonteen vuoksi. Uutisia päivitetään tiuhaan, eikä staattista hetkeä tunnu olevankaan toisin kuin sanomalehdissä, jotka vangitsevat uutispäivän painetuille sivuilleen. Tutkielmassa aineiston offline-tallentamiseen käytetty Teleport Pro -ohjelmisto toimi oivallisesti tallentaen näytteen verkkolehdet ajastettuna samoilla määritellyillä kellonlyömillä läpi aineiston keruujakson. Aineisto on tallennuksen jälkeen käytettävissä sanomalehden tapaan, tosin digitaalisessa muodossa tietokoneen kovalevyllä tallennusohjelmiston kautta. Mikäli aineistoa on paljon ja verkkosivuja tallennetaan yhden tai useamman linkin syvyydeltä, tallennuskapasiteettia tarvitaan runsaasti ja tallentamisen suorittamiseen saatettaisiin tarvita useampia tietokoneita.

Tutkimus tarjoaa perustietoa verkkolehtien uutisvalinnosta ja -agendasta ja antaa myös aiheita ja ideoita jatkotutkimuksille, sillä internetin käytön kasvun myötä myös verkkolehtien lukeminen ja mahdollinen muu käyttö kasvaa koko ajan. Verkkolehdet ovat jo nyt merkittäviä uutisagendan luojia, eikä merkitys todennäköisesti vähene. Verkkolehdet kuitenkin toimivat kuten perinteisemmät sanomalehdet massamediavälitteisessä julkisuustilassa, eikä verkottuneen julkisuustilan mahdollisuuksia ole käytetty juuri ollenkaan. Millainen olisi benkleriläisessä verkottuneessa julkisuustilassa toimiva uutisverkkolehti, siinäpä kysymys.

Lähteet

Kirjallisuus ja tieteelliset artikkelit:

- Althaus, Scott L. & Tewksbury, David (2002): Agenda setting and the “new” news. Patterns of issue importance among readers of the paper and online versions of the New York Times. *Communication Research*, Vol. 29, No. 2, April 2002, s. 180-207.
- Anderson, Chris (2006): Pitkä häntä. Miksi tulevaisuudessa myydään vähemmän enempää. Suom. Kimmo Pietiläinen. Helsinki: Terra Cognita. (2006)
- Aula, Pekka, Matikainen, Janne ja Villi, Mikko (2006): Verkko yhteiskunnallisena tilana. Teoksessa Pekka Aula, Janne Matikainen & Mikko Villi (toim.) *Verkkoviestintäkirja*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Benkler, Yochai (2006): The wealth of networks. How social production transforms markets and freedom. New Haven, London: Yale University Press.
- Berelson, Bernard (1971): Content analysis in communication research. New York: Hafner. (1. painos 1953)
- Bowman, Shayne ja Willis, Chris (2005): The future is here, but do news media companies see it? *Nieman Reports*, Vol. 59, No. 4, s. 6-10.
- Bowman, Shayne ja Willis, Chris (2003): We media. How audiences are shaping the future of news and information. Edited by J.D. Lasica. The Media Center at The American Press Institute. Published in July 2003 in PDF-form and HTML: www.hypergene.net/wemedia/
- Dearing, J. W. ja Rogers, E. M. (1996): Communication concepts 6: Agenda-setting. Thousand Oaks, CA: Sage. (1. painos 1992)
- DeFleur, Melvin L. (1998): Scholarly milestones essay: Where have all the milestones Gone? The decline of significant research on the process and effects of mass communication. *Mass Communication & Society*, 1 (1/2), s. 85-98.
- Deuze, Mark (2007): Media work. Cambridge, Malden: Polity Press.
- Deuze, Mark (2003): The web and its journalisms: considering the consequences of different type of newsmedia online. *New media & society*, Vol 5 (2), s. 203-230.
- Fornäs, Johan (2006): Digitaaliset rajaseudut. Identiteetti ja vuorovaikutteisuus kulttuurissa, mediassa ja viestinässä. Teoksessa Järvinen, Aki & Mäyrä, Ilkka (toim.) *Johdatus digitaaliseen kulttuuriin*. Tampere: Vastapaino. 3. painos (1. painos 1999).
- Gillmor, Dan (2006): We the media. Grassroot journalism by the people, for the people. Paperback Edition. Sebastopol: O'Reilly. (1. painos 2004)
- Haas, Tanni (2005): From “public journalism” to the “public’s journalism”? Rhetoric and reality in the discourse on weblogs. *Journalism Studies*, Volume 6, Number 3, s. 387-396.

- Harper, Christopher (2003): Journalism in a digital age. Teoksessa Jenkins, Henry ja Thorburn, David (eds.) *Democracy and new media*. Cambridge, London: The MIT Press.
- Heikkilä, Tarja (2005): Tilastollinen tutkimus. 5.-6. painos. Helsinki: Edita. (1. painos 1998)
- Herkman, Juha (2003): Konvergenssi muuttaa kaiken? Teoksessa Vehkalahti, Pertti (toim.) *Journalismikritiikin vuosikirja 2003*. Tiedotustutkimus 1/2003. Vammala: Journalismin tutkimusyksikkö.
- Herkman, Juha ja Vähämaa, Miika (2007): Viestintätutkimuksen nykytila Suomessa. Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Helsingin yliopisto. Viestinnän laitoksen tutkimusraportteja 1/2007.
- Hirsjärvi, Sirkka, Remes, Pirkko ja Sajavaara, Paula (2007): Tutki ja kirjoita. 13. osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Inkinen, Sam (2006): Globalisaatio, digitalisaatio ja 'ajan henki'. Lähtökohtia vuosituhannen vaihteen aikalaisdiagnoosille. Teoksessa Järvinen, Aki & Mäyrä, Ilkka (toim.) *Johdatus digitaaliseen kulttuuriin*. Tampere: Vastapaino. 3. painos (1. painos 1999).
- Jenkins, Henry (2006): Convergence culture. Where old and new media collide. New York, London: New York University Press.
- Järvinen, Aki & Mäyrä, Ilkka (2006): Kulttuuri muodonmuutosten ajalla. Teoksessa Järvinen, Aki & Mäyrä, Ilkka (toim.) *Johdatus digitaaliseen kulttuuriin*. Tampere: Vastapaino. 3. painos (1. painos 1999).
- Koskinen, Ilpo (2006): Mobiili multimedia ja verkkoviestintä. Teoksessa Pekka Aula, Janne Matikainen & Mikko Villi (toim.) *Verkkoviestintäkirja*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Li, Xigen ed. (2006a): Internet newspapers. The making of a mainstream medium. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Li, Xigen (2006b): News of priority issues in print versus internet newspapers. Teoksessa Li Xigen (ed.) *Internet newspapers. The making of a mainstream medium*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Lim, Jeongsub (2006): A Cross-lagged analysis of agenda-setting among online news media. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 83, No. 2, s. 298-312.
- Lippmann, Walter (2004): Public opinion. New York: Dover Publications. 1. painos 1922.
- Lister, Martin, Dovey, John, Giddings, Seth, Grant, Ian ja Kelly, Kieran (2003): New media: a critical introduction. London: Routledge.
- Majava, Jere (2006): Kohti sosiaalista verkkoa. Teoksessa Pekka Aula, Janne Matikainen & Mikko Villi (toim.) *Verkkoviestintäkirja*. Helsinki: Yliopistopaino.
- McCombs, Maxwell (2005): A look at agenda-setting: past, present and future. *Journalism Studies*, Volume 6, Number 4, s. 543-557.

- McCombs, Maxwell (2004): *Setting the agenda. The mass media and public opinion*. Cambridge: Polity Press.
- McCombs M. E. ja Shaw, D.L. (1972): The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly* 36, s. 176-187.
- McQuail, Denis (2007): *McQuail's mass communication theory*. Fifth edition. London: Sage. (2005)
- Mensing, Donica ja Greer, Jennifer D. (2006): Above the fold: A comparison of the lead stories in print and online newspapers. Teoksessa Li Xigen (ed.) *Internet newspapers. The making of a mainstream medium*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Murdock, Graham (2000): Digital futures: European television in the age of convergence. Teoksessa Jan Wieten, Graham Murdock ja Peter Dahlgren (toim.) *Television across Europe*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Negroponte, Nicholas (1996): *Digitaalinen todellisuus*. Suom. Petteri Bergius. Helsinki: Otava. (1995)
- Nurmela, Juha (2006): Suomalaisten tieto- ja viestintätekniiikan käyttö – sosiologisia näkökulmia verkkoviestintään. Teoksessa Pekka Aula, Janne Matikainen & Mikko Villi (toim.) *Verkkoviestintäkirja*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Pietilä, Veikko (2007): Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä. Tutkimusalan kehitystä jäljittämässä. Tampere: Vastapaino. 3. painos (1. painos 1997).
- Pietilä, Veikko (1976): *Sisällönerittely*. Toinen korjattu painos. Helsinki: Gaudeamus.
- Pietilä, Veikko (2002): Verkkokeskusteluareenat - deliberatiivista julkisuuttako? *Politiikka* 44:4, s. 343-354.
- Poster, Mark (1995): *The second media age*. Cambridge: Polity Press.
- Saloniemi, Aira ja Suikkanen, Risto (2007): *Suomalaisen uutismedian vuosiseuranta. Pilottitutkimus 2006*. Journalismin tutkimusyksikkö, Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitos. Julkaisuja, sarja B 46. Tampere: Tampereen yliopistopaino - Juvenes Print.
- Schoenbach, Klaus, de Waal, Ester ja Lauf, Edmund (2005): Research note: Online and print newspapers. Their impact on the extent of the perceived public agenda. *European Journal of Communication*, Vol. 20, no. 2, s. 245-258.
- Scott, Ben (2005): A Contemporary History of Digital Journalism. *Television & New Media*, Vol. 6 No. 1, February 2005, s. 89-126.
- Seppänen, Janne (2005): *Visuaalinen kulttuuri. Teoriaa ja metodeja mediakuvan tulkitsijalle*. Tampere: Vastapaino.
- Singer Jane B. (2001): The metro wide web: Changes in newspaper's gatekeeping role online. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 78, No. 1, Spring 2001, s. 66-80.

- Sirkkunen, Esa (2006): Vertaismedia haastaa perinteisen joukkoviestinnän. Teoksessa Pekka Aula, Janne Matikainen & Mikko Villi (toim.) *Verkkoviestintäkirja*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Song, Yonghoi (2007): Internet news media and issue development: a case study on the roles of independent online news services as agenda-builders for anti-US protests in South Korea. *New media & society*, Vol. 9 (1), s. 71-92.
- Thurman, Neil ja Myllylahti, Merja (2009): Taking the paper out of news: A case study of Taloussanommat, Europe's first online-only newspaper. *Journalism studies*. http://www.city.ac.uk/journalism/dps/thurman_myllylahti.pdf
- Valli, Raine (2001): Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. Jyväskylä: PS-Kustannus.
- Villi, Mikko (2006): Mediakonvergenssi ja verkkoviestintä. Teoksessa Pekka Aula, Janne Matikainen & Mikko Villi (toim.) *Verkkoviestintäkirja*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Wallsten, Kevin (2007): Agenda setting and the blogosphere: an analysis of the relationship between mainstream media and political blogs. *Review of Policy Research*, Vol. 24, No. 6, s. 567-587.
- Williams, Bruce W. ja Delli Carpini, Michael X. (2004): Monica and Bill all the time and everywhere. The collapse of gatekeeping and agenda setting in the new media environment. *American Behavior Scientist*, Vol. 47 No. 9, s. 1208-1230.

Sanomalehtiartikkelit

- Jäppinen, Kaija (2009): Mediamurros ei vie lehdistön iskukykyä. Suomen Lehdistö 4/2009, s. 4-5.
- Kalliopää, Katri (2009): Sanoma News jatkaa säästötoimia. HS 8.5.2009, talous s. B7.
- Hintikka, Kari A. (2008): Otsikkosyöte auttaa uutis- ja hakuähkyyn. HS 4.3.2008, Tiede&luonto, s. D1.
- Hämäläinen, Unto (2008): Blogistanissa mikään aihe ei ole liian pieni. HS 26.10.2008, Sunnuntai, s. D2.
- Lehtinen, Aki Petteri (2008): Verkkokeskustelun säännöistä nousi kohu. HS 22.7.2008, kulttuuri s. C1.
- Lehtniemi, Ninni (2008): Kaikki haluavat kansalaisjournalistin. HS 19.7.2008, ulkomaat s. B1.
- Luukka, Teemu (2009): Lehtien kriisi uhkaa journalismia. HS 21.3.2009, kulttuuri s. C1.
- Mykkänen, Pekka (2008): USA on kahden todellisuuden maa. HS 31.10.2008, ulkomaat, s. B1.
- Mäkinen, Esa (2009a): Nettikeskustelija oikoo ja laukoo. HS 21.5.2009, kulttuuri s. C1.
- Mäkinen, Esa (2009c): Sanomalehti säilynyt arvostetuimpana medianana. HS 27.5.2009, kulttuuri s. C1.

- Mäkinen, Esa (2009b): Sotilaspappi sekstaili kännissä. HS 27.1.2009, kulttuuri s. C1.
- Mäkinen, Esa (2008): Suomen blogeista tulikin viihdesivustoja. HS 16.3.2008, kulttuuri s. C1.
- Niemi, Kaius (2008): Lukija kuvaa yhä useammin uutistilanteen. HS 8.5.2008, kotimaa s. A9.
- Nieminen, Tommi (2008): Googlen vangit. HS 21.9.2008, sunnuntai s. D6.
- Palletvuori, Kaarina (2009): Paperilehti menee verkkouutisten edelle. Suomen Lehdistö 5/2009, s. 10.
- Räikkä, Jyrki (2009): HS-raati: Sanomalehtien vaikeudet nakertavat kansanvallan eväitä. HS 3.4.2009, kulttuuri s. C1.
- Saarinen, Juhani (2007): Verkkoyhteisö löysi surmaaajan nopeasti. HS 9.11.2007, kotimaa s. A5.
- Sipilä, Annamari (2008): EU-komissio: Nopea internet oltava ainakin joka kolmannessa kodissa. HS 20.3.2008, talous s. B9.
- Suomen Lehdistö 6-7/2008. Suomen sanomalehdistö 2008.

Konferenssi- ja luentolähteet

- Reunanen, Esa (2007): Määrällinen sisällönerittely. Metodologian luento 12.12.2007 Tampereen yliopistossa.
- Quandt, Thorsten (2007): A 'whole new journalism' - stuck in the past? A comparative content analysis of online news in Europe and the US. Konferenssissa Future of newspapers, Cardiff, Semtember 2007.
- Örnebring, Henrik (2007): The consumer as producer - of what? User-generated tabloid content in The Sun (UK) and Aftonbladet (Sweden). Future of newspapers conference, Cardiff, Semtember 2007.

Verkkolähteet

- Ahokas, Kari (2007): Web 3.0 on palvelija. Tietoviikko 22.10.2007 http://www.tietoviikko.fi/doc.do?f_id=1248253 / haettu 11.2.2008 (ei haettavissa sivustolta enää 1.6.2009)
- Alexa: <http://www.alexa.com/topsites/countries/FI/>
- Astikainen, Arto (2008): Sanomalehti äänestäjän tärkein tietolähde kuntavaaleissa. HS.fi Uutiset: <http://www.hs.fi/politiikka/artikkeli/Sanomalehti+äänestäjän+tärkein+tietolähde+kuntavaaleissa/1135240527115> / haettu 12.4.2009.
- Economist: http://www.economist.com/surveys/displaystory.cfm?story_id=6794240 / haettu 28.3.2009

- Helske, Jukka (2008): http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT_Lukija_2007_tiedote.pdf / haettu 29.3.2009
- Iltalehti: http://www.iltalehti.fi/uutiset/200809238313028_uu.shtm / haettu 28.3.2009 (ei haettavissa sivulta enää 1.6. 2009)
- Jaakola, Laura (2007): Sanoma osti blogilistan Alex Niemiseltä. Taloussanomat.fi 26.11.2007. <http://www.taloussanomat.fi/markkinointi/2007/11/26/Sanoma+osti+Blogilistan+Alex+Niemiselt%E4/200729916/110> / haettu 16.3.2009.
- Kansallinen mediatutkimus KMT:
- http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT_Lukija_2007_tiedote.pdf / haettu 29.3.2009
 - http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT_Lukijatiedote_Syky_2007-Kevat_2008.pdf / haettu 29.3.2009
 - http://www.levikintarkastus.fi/mediatutkimus/KMT_Lukijatiedote_2008.pdf / haettu 6.4.2009
- Levikintarkastus: <http://www.levikintarkastus.fi/levikintarkastus/tilastot/Trenditilasto1995-2008.pdf> / haettu 14.5.2009
- Markoff, John (2006): Entrepreneurs see a web guided by common sense. New York Times, nytimes.com 12.10.2006. http://www.nytimes.com/2006/11/12/business/12web.html?_r=1&scp=1&sq=markoff+web%203.0&st=cse&oref=slogin / haettu 29.3.2009
- MuroBBS-keskustelupalsta:
- Jokelan kouluammuskelu: <http://keskustelu.plaza.fi/muropaketti/bbs/t510196> / haettu 28.3.2009
 - Kauhajoen kouluammuskelu: <http://keskustelu.plaza.fi/muropaketti/bbs/t549111> / haettu 28.3.2009
- Rosen, Jay: http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/pressthink/2003/10/16/radical_ten.html / haettu 29.3.2009
- Sanomalehtien Liitto: Verkkolehtien määrä kasvanut http://www.sanomalehdet.fi/index.phtml?1620_m=1622&1620_o=60&s=1125 / haettu 6.4.2009
- The State of the News Media 2009: http://www.stateofthedia.org/2009/narrative_online_intro.php?media=5&cat=0 / haettu 24.4.2009
- Suomen web-sivustojen viikkoluvut: <http://www.gallupweb.com/tnsmatrix/>
- Tilastokeskus: Tieto- ja viestintätekniikan käyttö <http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/index.html>
- Internetin käyttötarkoitukset keväällä 2008, prosenttia internetin käyttäjistä ikäryhmittäin: http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2008/sutivi_2008_2008-08-25_tau_001.html / haettu 28.3.2009, http://www.stat.fi/til/sutivi/2008/sutivi_2008_2008-08-25_tau_001.html / haettu 30.3.2009

— Internetin käytön muutokset. Tieto- ja viestintätekniikan käyttö 2008 -tutkimuksen tuloksia: http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2008/sutivi_2008_2009-04-27_tie_002_fi.html / haettu 12.5.2009

— Käyttänyt internetiä viimeksi kuluneen kolmen kuukauden aikana keväällä 2008, prosenttia 16-74 -vuotiaista ikäryhmän ja sukupuolen mukaan: http://www.tilastokeskus.fi/til/sutivi/2008/sutivi_2008_2008-08-25_kuv_005.html / haettu 8.9.2008

Wikipedia: http://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page

Wikipedia (suomenkielinen): <http://fi.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Etusivu>

— hakusana avoin lähdekoodi: http://fi.wikipedia.org/wiki/Avoin_lahdekoodi / haettu 30.3.2009

— hakusana hyperteksti: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Hyperteksti> / haettu 28.3.2009

— hakusana Nicholas Negroponte: http://fi.wikipedia.org/wiki/Nicholas_Negroponte / haettu 28.3.2009

— hakusana podcast: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Podcast> / haettu 28.3.2009

— hakusana uusi media: http://fi.wikipedia.org/wiki/Uusi_media / haettu 28.3.2009

— hakusana web 2.0: http://en.wikipedia.org/wiki/Web_2.0 / haettu 28.3.2009

— hakusana wired: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Wired> / haettu 28.3.2009

— hakusana www: <http://fi.wikipedia.org/wiki/Www> / haettu 28.3.2009

— hakusana kannettava tietokone jokaiselle lapselle: http://fi.wikipedia.org/wiki/Kannettava_tietokone_jokaiselle_lapselle / haettu 28.3.2009

Yle: <http://www.yle.fi/uutiset/kotimaa/oikea/id102375.html> / haettu 28.3.2009

Esimerkkisivustot

Blogisivustoja:

— <http://www.blogilista.fi/>

— <http://www.drudgereport.com/>

Personoitavia sivustoja:

— Google: <http://www.google.fi/ig?hl=fi>

— New York Times, My Times [http://www.nytimes.com/gst/betamail.html?URI=http://my.nytimes.com/&OQ=_rQ3D1&OP=2fd432f0Q2F5Q27XP5CtQ60XjHp5.Q60Q7DjEECQ225pZQ60PXQ60jE\)Q26Q60X.Q60XH5pZQ60tpXC2Q24Q60pw](http://www.nytimes.com/gst/betamail.html?URI=http://my.nytimes.com/&OQ=_rQ3D1&OP=2fd432f0Q2F5Q27XP5CtQ60XjHp5.Q60Q7DjEECQ225pZQ60PXQ60jE)Q26Q60X.Q60XH5pZQ60tpXC2Q24Q60pw)

— BBC:n kotisivu <http://www.bbc.co.uk/>

Sosiaalinen kirjanmerkkipalvelu: <http://del.icio.us/>

Uutissivustoja:

— <http://www.aftonbladet.se/>

— <http://www.thesun.co.uk/sol/homepage/>

— <http://www.nytimes.com/>

— <http://www.uusisuomi.fi/>

— <http://www.vartti.fi/etusivu>

Yhteisöllisiä uutissivustoja

— <http://www.allvoices.com>

— <http://digg.com/>

— <http://english.ohmynews.com/>

— <http://www.nowpublic.com/>

— <http://slashdot.org/>

Liite 1: Sanomalehtien levikit ja verkkolehtien kävijämäärät

Suomen 10 suurinta sanomalehteä levikin mukaan 2007:

Helsingin Sanomat	419 791
Iltta-Sanomat	176 531 (ei otoksessa)
Aamulehti	139 165
Iltalehti	131 150
Turun Sanomat	112 419 (ei otoksessa)
Maaseudun Tulevaisuus	83 960 (ei otoksessa)
Kaleva	81 593
Kauppalehti	81 363 (ei otoksessa)
Keskisuomalainen	74 945
Savon Sanomat	64 789 (ei otoksessa)

Lähde: Suomen lehdistö 6-7/2008.

Kävijämäärät tutkimusnäytteen verkkosivuilla tutkimusviikolla 5/2008 TNS Metrix -mittauksen mukaan (28.1.-3.2.2008)

Helsingin Sanomat, http://www.hs.fi/	918 995
Aamulehti, http://www.aamulehti.fi/	116 733
Iltalehti http://www.iltalehti.fi/etusivu/	1 329 574
Kaleva http://www.kaleva.fi/plus/index.html	131 669
Keskisuomalainen http://www.ksml.fi/	49 835
Taloussanomat, http://www.taloussanomat.fi/page.php	293 970
Uusi Suomi, http://www.uusisuomi.fi/etusivu (puuttui ko. kävijämäärämittauksista)	

Lähde: TNS Metrix, <http://www.gallupweb.com/tnsmetrix/> (viikko 5/2008)

Liite 2: Koodausrunko

Tutkimuksessa käytetyt muuttujat ja muuttujien arvot. Koodausrunko on osittain samanlainen kuin *Suomalaisen uutismedian vuosiseuranta. Pilottitutkimus 2006* -tutkimuksessa (Saloniemi & Suikkanen 2007, 87-96)

Jutun numero (Tutkimuksessa tarkastellaan verkkolehtien etusivujen kolmea ylimmäksi priorisoitua juttua. Sanomalehdistä tarkastellaan etusivun kolmea merkittävimäksi priorisoitua vinkkiä. Päävinkit sekä kakkos- ja kolmosvinkit määritellään visuaalisten ominaisuuksien perusteella eli otsikoiden ja kuvien kokojen mukaan. Sanomalehdissä päävinkki on yksiselitteinen, mutta kakkos- ja kolmosvinkit tulkinnallisia. Tässä tutkimuksessa kakkosvinkki on päävinkin jälkeen suurin vinkki sivulla; se on usein vinkki, johon liittyy sivun pääkuva. Iltalehdessä kakkosvinkiksi on systemaattisesti katsottu sivun vasemmassa yläreunassa oleva vinkki. Kolmosvinkki on sivun kolmanneksi suurin vinkki jäljellä olevista vinkeistä; mittarina on käytetty otsikon leveyttä. Ns. indeksivinkkejä ei ole huomioitu, paitsi silloin jos pää- ja kakkosvinkin jälkeen kaikki loput vinkit ovat indeksivinkkejä; tällöin suurimman painoarvon saanut indeksivinkki on luokiteltu.)

1. Media (Tiedotusväline, jossa juttu julkaistu)

1. Aamulehti
2. Aamulehden verkkolehti (Aamulehti.fi)
3. Helsingin Sanomat
4. Helsingin Sanomien verkkolehti (HS.fi)
5. Iltalehti
6. Iltalehden verkkolehti (Iltalehti.fi)
7. Kaleva
8. Kalevan verkkolehti (Kaleva.fi)
9. Keskisuomalainen
10. Keskisuomalaisen verkkolehti (Keskisuomalainen.fi)
11. Taloussanomat.fi
12. Uusisuomi.fi

2. Pvm (Jutun julkaisupäivämäärä) (kirjataan kuusinumeroisena lukuna muodossa pp.kk.vv)

3. Aika (Julkaisuaika) (Sanomalehdet koodataan kohtaan 1)

1. Aamu
2. Aamu klo 9
3. Ilta klo 17

4. Valinta (Onko juttu toimituksen vai lukijoiden valinta?) (Uutiset koodataan kohtaan 1, keskustelupalstojen aiheet kohtaan 2)

1. Toimitus
2. Lukijoiden suosikit
3. Lukijoiden keskustelluimmat
4. Verkkotoimitus

5. Prioriteetti (Onko juttu pääjuttu, kakkosjuttu vai kolmosjuttu?) (Verkkolehdistä etusivun ensimmäinen juttu saa arvon 1, toinen juttu arvon 2 ja kolmas juttu arvon 3. Sanomalehdistä etusivun pääuutinen saa arvon 1, toiseksi suurimman painoarvon saanut juttu arvon 2 ja kolmanneksi suurimman painoarvon saanut juttu arvon 3. Jutut luokitellaan kakkos- ja kolmosjutuiksi yllä Jutun numero -kohdassa kuvatulla tavalla.)

1. Pääjuttu (pääuutinen, luetuin juttu, keskustelluin aihe)
2. Kakkosjuttu (kakkosuutinen, toiseksi luetuin juttu, toiseksi keskustelluin aihe)
3. Kolmosjuttu (kolmosuutinen, kolmanneksi luetuin juttu, kolmanneksi keskustelluin aihe)

6. Otsikko (Jutun otsikko) (Ei koodattava: otsikot liitteessä 3 havaintoyksikköjärjestyksessä)

7. Aihe (Jutun aihepiiri)

1. Puolue- ja valtakunnan politiikka
2. Suomen ulkopolitiikka
3. Kansainvälinen politiikka ja diplomatia
4. Ulkomaat ja ulkomaiden politiikka
5. Kansalliset ja kulttuuriset vähemmistöt
6. Suomen ulkoinen turvallisuus ja maanpuolustus
7. Rikos ja rangaistus
8. Onnettomuudet ja pelastustoimi
9. Talouspolitiikka
10. Yritystalous ja rahoitusmarkkinat, liiketoiminta
11. Maa- ja metsätalous
12. Työmarkkinat ja työelämä
13. Energia
14. Ympäristökysymykset
15. Liikenne
16. Asuminen
17. Koulutus
18. Terveys ja sairaus
19. Sosiaaliturva
20. Kunnallispolitiikka ja aluehallinto
21. Joukkoviestintä
22. Kulttuuri ja viihde
23. Urheilu
24. Perhe ja parisuhde
25. Harrasteet ja vapaa-aika
26. Kotitalous, ruoka ja kuluttaminen
27. Alkoholi ja huumeet
28. Historia
29. Tiede, tutkimus ja tekniikka
30. Uskonto ja elämänkatsomus
31. Sää
32. Muu aihe

8. Jutun avainsana (Jutun avainsana)

(Juttu koodataan otsikon mukaan avainsanoiksi. Samasta asiasta kertova uutinen (näkökulmasta riippumatta) saa saman avainsanan.)

9. Alue (Jutun maantieteellinen alue)

0. Ei määriteltävissä
1. Paikallinen tai alueellinen
2. Valtakunnallinen
3. EU-tasoinen
4. Jossakin ulkomailla tai maailmanlaajuinen
5. Juttu yhdistää ulkomaan ja Suomen näkökulman

10. Dramatisointi (Juttua dramatisoivat elementit)

0. Ei sisälly
1. Korostaa seksiä
2. Korostaa väkivaltaa tai vaaraa
3. Korostaa henkilö tai sisältää paljastuksia henkilöstä
4. Esittelee sankaritekoja tai traagisia kohtaloita (ns. tavallisten ihmisten)
5. Tekee ylipäättään sensaatiota tai liioittelee

11. Päätoimija (Jutussa pääroolissa esiintyvän viiter ryhmä)

(Päätoimijaksi katsotaan jutussa selvimmin esillä oleva taho puhuja-asemasta riippumatta, ja se pyritään koodaamaan otsikon, jutun kärjen ja tarvittaessa vinkissä käytetyn kuvan perusteella)

1. Ylikansallinen tai ulkomainen poliittinen, taloudellinen, sotilaallinen tai muu liittoutuma, järjestö tai valtio (Ulk. valtio, EU, kv-elin)
2. Suomen valtiojohto (presidentti, valtioneuvosto, eduskunta) tai suomalainen poliittinen ryhmittymä (Kotimaan politiikka)
3. Julkishallinto tai julkinen palvelutuotanto. Valtio, maakuntaliitot, kunnat, kuntaliitot. Yleishallinto sekä sosiaali-, terveydenhuolto- ja sivistyspalvelut eli koulut ja kirjastot (Julkishallinto)
4. Poliisi- tai puolustushallinto (Poliisi, puolustus)
5. Tieteen ja tutkimuksen harjoittajat, tutkimuslaitokset, esim. Tilastokeskus (Tiede, tutkimus)
6. Elinkeinoelämän järjestö tai yritykset. Rahoituslaitokset. Työnantajaliitot, toimialaliitot, myös yksittäiset yritykset (Elinkeinoelämä)
7. Ammattiyhdistysliike, myös esim. Veronmaksajain Keskusliitto (Ay-liike)
8. Kirkollinen tai uskonnollinen yhteisö (Uskonnolliset yhteisöt)
9. Maa- ja metsätalous, kalatalous, maanviljelijät, maatalouden etujärjestöt (Maa- ja metsätalous)
10. Kansalaisjärjestöt
11. Urheilu, urheilujärjestöt (Urheilu)
12. Taide, kulttuuri, niiden laitokset ja järjestöt (Taide, kulttuuri)
13. Tiedotusväline tai sitä edustava henkilö, esimerkiksi toimittaja (Muu media)
14. Viihde- ja muotiteollisuus, populaarikulttuuri (Viihde, muoti)
15. Yksityishenkilö tai ryhmä – ei mainittu mitään erityistä taustatahoa (Yksityishenkilöt tai ryhmä)
16. Media itse
17. Muu taho tai epäselvä

12. Sukupuoli (Jutussa pääroolissa esiintyvän henkilön sukupuoli)

- 0. Ei määriteltävissä tai päätoimija ei ole yksittäinen henkilö tai ihminen (Ei määriteltävissä)
- 0. Nainen
- 1. Mies
- 2. Molempia

13. Jutturyppäät (Jutturyppäeseen sisältyvien juttujen luonne)

(Koskee toimituksellista aineistoa eli verkkolehtien jutuissa jutturyppäeseen ei lasketa jutun yhteydessä mainittuja yleisön kommentteja. Kommentteille on oma muuttuja.)

- 0. Ei sisälly
- 1. Uutisia
- 2. Mielipiteitä
- 3. Uutisia ja mielipiteitä

14. Liitetyt (Verkkojutuissa juttuun liittyvien linkkien määrä, sanomalehdissä oheisjuttujen määrä)
(Verkkolehtien jutuissa ei lasketa juttuun liittyvien kommenttien määrää, koska kommentteille on oma muuttuja)

- 0. Ei linkkejä
- 1. Yksi linkki
- 2. Kaksi linkkiä jne.

15. Multimedia (Multimedian käyttö tai viittaus multimediaan jutussa)

(Verkkojutuissa video- ja äänitiedostot, kuvagalleriat, linkit ulkopuolisiin lähteisiin sekä viittaukset painettuun lehteen. Painetuissa lehdissä viittaukset verkkolehden tai muuhun multimedialliseen esitystapaan)

- 0. Ei käytetä
- 1. Viittaus sanomalehdestä verkkolehden
- 2. Viittaus verkkolehdestä sanomalehden
- 3. Video
- 4. Äänitiedosto
- 5. Kuvagalleria
- 6. Linkki lähdemateriaaliin

16. Kommentit (Juttuun liittyvien yleisön kommenttien määrä)

(Koodataan vain verkkolehtien jutuissa. Kommenttien määrä on katsottu havaintoyksiköistä 7.-11.5. hakemalla jutut verkkolehdistä haku-toiminnon avulla. Tällöin juttuihin liittyvä kommenttien määrä on kertymä kommentteista tutkimusviikolta analysointiviikolle saakka; kommentit keskittyvät jutun julkaisuhetken lähelle tai julkaisua seuraaviin lähipäiviin. Aamulehdestä ja Iltalehdestä kommenttien määrä puuttuu; Aamulehdessä ei ole haku-toimintoa ollenkaan ja Iltalehdessä juttuun liittyvät kommentit eivät näy jutun yhteydessä kuten muissa näytteen verkkolehdissä.)

- 0. Ei kommentteja
- 1. Yksi kommentti
- 2. Kaksi kommenttia jne.

17. Lainaus (Onko juttu lainattu toisesta mediasta?)

0. Ei lainattu
1. Lainattu sanoma- tai iltapäivälehdessä
2. Lainattu radiosta tai tv:stä
3. Lainattu toisesta verkkomediasta
4. Lainattu muusta lehdestä (aikakauslehdessä, paikallislehdessä, tieteellisestä julkaisusta)
5. Lainattu ulkomaisesta lehdestä

Uutisvalintojen yhdenmukaisuus analysoitu kaksilukuisena indikaattorina x/y , jossa x =eri pääuutisaiheiden määrä ja y =kaikkien pääuutisten määrä. Agenda on sitä yhtenäisempi, mitä pienemmän arvon x saa. Tarkemmassa analyysissä on eroteltu omaksi ryhmäkseen ne jutut, jotka esiintyivät useammassa kuin yhdessä tiedotusvälineessä.

Liite 3: Otsikkolistaus tutkimusaineistosta

Pääuutiset (N=396)

Maanantai 28.1.2008

Sanomalehdet ja verkkolehdet klo 9:

Aamulehti

1. Kansa ei halua taloyhtiön estävän tupakointia
2. Seniorit jaksavat pyöriä tanssin huipulla (Pyörteissä: Winter Dance Festival toi lämpöä Tampereelle)
3. Vuoden 1918 lataus elää vielä nykyisinkin vahvana

Aamulehti.fi

4. Lääkärit valmistuvat vailla käytännön taitoja
5. Mika Myllylän oikeudenkäynti alkaa tänään
6. Jos savu haittaa, enemmistö on väärässä

Helsingin Sanomat

7. Pääkaupunkiseudulla löytyy vakavia virheitä uusista taloista
8. Islantilaiset puhuvat pankeistaan vain hyvää
9. Vanhasen lupaukset eivät kelvanneet Kemijärvellä

HS.fi

10. Rakennusvirheet lisääntyneet pääkaupunkiseudun työmailla
11. Asunnonostajat uskovat vesikriisin vaikuttavan asuntojen hintaan Nokialla
12. Lääkärit valmistuvat vailla käytännön taitoja

Iltalehti

13. Kelkkaturma mökkirannassa. Kolme lasta menetti äitinsä
14. Anne Hedman yksin uuteen kotiin
15. IL selvitti: näin paljon käytetty auto maksaa nyt

Iltalehti.fi

16. Traaginen moottorikelkkaturma. Kolme lasta menetti äitinsä
17. Maddy-epäilty vakoili pikkupoikia
18. IL:n hintavertailu: Uusi auto vai käytetty? Neljä vuotta ikää, hinnasta puolet pois

Kaleva

19. Massaliike ärhäköityi vierailusta. Vanhasen käynti romutti taas kemijärveläisten odotukset hallituksen avusta
20. "Muslimien YouTubea" pyöritetään Espoossa
21. Suharton kuolinuutinen ristiriitaisesti vastaan

Kaleva.fi

22. Enemmistö suomalaisista hyväksyy parveketupakoinnin
23. Pieni pyristelee suurten puristuksissa
24. Mika Myllylän oikeudenkäynti alkaa Haapajärvellä

Keskisuomalainen

25. Kaupunkioravalle voi nyt tulla lähtö

26. Kaukolämmölle olisi ottajia
27. Ylitöitä yksityisten sijasta

Keskisuomalainen.fi

28. Enemmistö hyväksyy parveketupakoinnin
29. Kaupunkioraville voi nyt tulla lähtö
30. Suharto laskettiin sukhautaan

Taloussanomat.fi

31. Korkoloukku uhkaa asuntovelkaisia
32. Fed ratkaisee markkinoiden suunnan
33. Alihankinta on lisännyt rakennusvirheitä

Uusisuomi.fi

34. Huijarin pelipotti suurempi kuin Suomen valtion
35. Lääkäreiksi valmistuvilla käytännön taidot hakusessa
36. Amiraali Kaskeala kertoi olevansa "punikin" pojanpoika

Verkkolehdet klo 17

Aamulehti.fi

37. Nokian paperitehtaalta lähtee 70 työpaikkaa
38. Stuart Baxter jalkapallomaajoukkueen päävalmentajaksi
39. Suomi euroviisuilee ensimmäisessä semifinaalissa

HS.fi

40. Lasten sieppaajat antautuivat Pakistanissa
41. Teini-ikäisen tyttären epäillään tilanneen äitinsä surman
42. Mikä Myllylälle ehdollista vankeutta

Iltalehti.fi

43. 16-vuotias tyttö tilasi palkkamurhan äidilleen. Palkkasi neljä miestä tappamaan jalkajousella
44. Pakistanin koulukaapparit antautuivat
45. Syyllinen kaikkiin syytteisiin. Myllylälle ehdollista. Sakot ja ajokielto

Kaleva.fi

46. Myllylälle yli kolme kuukautta vankeutta
47. Lipon ja verottajan tilit nyt tasan
48. -

Keskisuomalainen.fi

49. Kummatkin hallitukset kuntaliitoksen puolesta
50. Presidentti Halonen Jyväskylässä torstaina
51. Leivonmäen kolarissa kuoli jyväskyläläinen mies

Taloussanomat.fi

52. Pakkomyyntit jyrkentävät kurssilaskua
53. Pankkien kinastelu lykkää europankkikorttia
54. Kallasvuo neuvotteli Bochumin tehtaan tilojen jatkosta

Uusisuomi.fi

- 55. Vajeilla lamaa vastaan
- 56. Kirjat netin myydyin artikkeli - kehitysmaissa suuret markkinat
- 57. Baxter: "Tapanani ei ole tarttua mahdottomiin tehtäviin"

Tiistai 29.1.2008

Sanomalehdet sekä verkkolehdet klo 9

Aamulehti

- 58. Nokian valtuusto pakoilee vastuutaan vesikriisissä
- 59. Harjoitus tekee mestarin kanyloinnissakin (Koulutus: Lääkäriopiskelijat saavat liian vähän käytännön oppia)
- 60. GER1=ROM10 (Nokian Bochumin tehtaen tuotannon siirto Romaniaan)

Aamulehti.fi

- 61. Teemu Selänne jatkaa uraansa Anaheimissa
- 62. Hodgson: Litmanen loppukaudeksi Fulhamiin
- 63. Bushin viimeinen linjapuhe keskittyi talouteen

Helsingin Sanomat

- 64. Pohjolan pörssien alamäki muuta Eurooppaa jyrkempi
- 65. Kuluttajien luottamus talouteen horjuu
- 66. Tasa-arvovaltuutettu Mäkinen: Tasa-arvolaki ei koske kansanedustajia

HS.fi

- 67. Bush patisti senaattia hyväksymään elvytyspaketin
- 68. Jere Karalahti saapui oikeuden eteen Vantaalla
- 69. Stora Enso varoittaa kemijärveläisistä mustamaalauksen seurauksista

Iltalehti

- 70. Tyttö tilasi äidin murhan. Viisi pidätetty
- 71. Motoristijengi Kanervan juhliin. "Tutustuin TPS:n pelissä"
- 72. Myllylälle ehdollista vankeutta

Iltalehti.fi

- 73. Jere saapui klo 8.15. Käräjät alkavat
- 74. Teinityttö tilasi äidin palkkamurhan. Poliisi järkyttynyt ja ymmällään: motiivi oli omituinen
- 75. Maajusseilla on haku päällä netissä

Kaleva

- 76. Yliopisto sai Oululta miljoonan
- 77. Ex-liikekumppani kitkerä kitkerä Kemijärven uusille yrittäjille
- 78. Ystävykset toipuvat kauhunhetkistä jäällä

Kaleva.fi

- 79. Pyry pelasti ystävänsä Oulujoesta
- 80. Lentomäki ei ratkaise Suomen mäkimenestystä
- 81. Selänne palaa NHL-kaukaloihin

Keskisuomalainen

- 82. Kotimaiset kortit voivat säilyä

- 83. Lapset Halosen vierailun teemana
- 84. Maalaiskuntalaiset eivät saa äänestää liitoksesta

Keskisuomalainen.fi

- 85. Hyppymäkien maa
- 86. Maalaiskunta tyrmäsi kansanäänestyksen
- 87. Selänne palaa NHL-kaukaloihin

Taloussanomat.fi

- 88. Puheluissa leimahti hintakisa
- 89. USA:n taantuma ei kolhisi Suomen pahasti
- 90. Bush vakuutti puheessaan talouden puhtia

Uusisuomi.fi

- 91. Bush vaati piristystä talouteen ja malttia Irakiin
- 92. Medvedev jatkaa näytösluonteista etenemistä Venäjän presidentiksi
- 93. Selänne palaa tositoimiin

Verkkolehdet klo 17

Aamulehti.fi

- 94. Jere Karalahden pelikielto kumottiin
- 95. Puolustusvoimat epäilee kahta alikersanttia simputuksesta
- 96. Taysin ensiavun sisäänkäynti muuttui

HS.fi

- 97. Urheilun oikeusturvalautakunta pyörsi Karalahden pelikiellon
- 98. Pekkarinen hiiltyi kemijärveläisten kapinakokouksessa
- 99. Alikersantteja epäillään simputuksesta Dragvikissa

Iltalehti.fi

- 100. Tässä ovat Tanssii tähtien kanssa -kilpailijat!
- 101. Karalahden pelikielto kumottiin
- 102. Lainasi Jerelle 10000 euroa. Olli Jokista kuultiin todistajana

Kaleva.fi

- 103. Karalahdelle vaaditaan kuuden vuoden vankeutta, pelikielto kumottiin
- 104. Anaika Group kaavailee pellettituotantoa Kemijärvelle
- 105. 44-vuotias on ihmiskunnan onnettomin tapaus

Keskisuomalainen.fi

- 106. Keljonlahden työmaalta kivi lähelle öljyvarastoa
- 107. Janne Ahonen jättää Jyväskylän kisat väliin
- 108. Paviljongin sortumasta syytetyille ei tuomiota

Taloussanomat.fi

- 109. Velkasijoittajat suosivat indeksilainoja
- 110. Metsä-Botnia ei riistäkään uruguaylaisia
- 111. Ranska varoittaa Societe Generalen kaappaamisesta

Uusisuomi.fi

- 112. Taiteilijat pettyivät työttömyysturvaan

113. Karalahti saa pelata, ainakaan HIFK ei huoli
114. Valmisruuissa voi vaania oksetustauti

Keskiviikko 30.1.2008

Sanomalehdet sekä verkkolehdet klo 9:

Aamulehti

115. Itä-Lapin puut eivät riitä edes uudelle tehtaalle
116. Tungos: Lumimyrsky on sekoittanut Kiinan talouden ja liikenteen. 200 000 jäi vielä jonottamaan junamatkaa
117. Tekstarivaroitukset olisivat auttaneet

Aamulehti.fi

118. Pirkanmaalla tuiskuttaa iltapäivästä puoleen yöhön
119. Piispaehdokkaat tänään Siperian piinapenkissä
120. Työeläkesijoitusten tuotot kutistuivat loppuvuonna

Helsingin Sanomat

121. Tietokone syö sähköä kuin saunan kiuas
122. Poliitikon surma kiihdytti Kenian väkivaltaisuuksia
123. Pääministeri Vanhasen entinen avustaja pohjusti Microsoftin lahjoitusta

HS.fi

124. Helsinki verottaa kevyesti, Kokkola ankarimmin
125. McCain voitti Floridan ja nousi republikaanien ykkösehdokkaaksi
126. Tietokone syö sähköä yhtä paljon kuin saunan kiuas

Iltalehti

127. Helena-äidin tuska. 4-vuotias Felix kuolee, ellei hän saa pikkusisarta
128. Jere syöksyi huipulta huumeisiin. 6 vuoden vankeus uhkaa
129. IL esittelee tanssiparit. Maria haastaa miehet

Iltalehti.fi

130. Kamppailu elämästä. Vain geneettisesti räätälöity pikkusisar voi pelastaa Felixin
131. Missiextra: "Minua häiriköitiin"
132. Tässä menevät Jeren rahat. Huumejutun päätekijä: Ystävien välistä rahanlainausta

Kaleva

133. Häkämies avaisi metsien suojelun
134. Tuulesta tuli riesa tuulimyllyn pystytystöissä
135. Syyttäjä hiillostaa Karalahtea telekuuntelutiedoilla

Kaleva.fi

136. Leveäkaistatiellä ajetaan yhä väärin
137. Kokkokankaan alikulku veden ja jään vallassa
138. Korvien heiluttaja kuulee narskeen

Keskisuomalainen

139. Espoon yliopisto vain verhoiltua aluepolitiikkaa
140. Mäkihyppy: Matti Hautamäki sai kultapokaalin kaimaltaan Nykäseltä
141. Pieksämäen Ideaparkiin oma rautatie asemineen

Keskisuomalainen.fi

- 142. Ampumaradan melu ärsyttää Leppävedellä
- 143. Yhdysvallat ja Nato riitelevät Afganistanista
- 144. Hautamäki liiteli ylivoimaisesti SM-kultaan

Taloussanomat.fi

- 145. Varovaisuus valtasi suomalaiset
- 146. Kilpailijat noukkivat Tietoenatorilta parhaat työntekijät
- 147. Pöytä tietokoneen sähköllä voi sauna

Uusisuomi.fi

- 148. McCain voittoon Floridan esivaaleissa Irakin sodan kannattajien äänin
- 149. Clinton peittosi Obaman Floridan haamuvaaleissa
- 150. Poistu Botnia -viesti leviää argentiinalaisissa seteleissä

Verkkolehdet klo 17

Aamulehti.fi

- 151. Leinonen: Tappara ei harkitse Karalahden palkkaamista
- 152. Piispaehdokkaat pian Siperian piinapenkissä
- 153. Maija-Liisa Lahtinen esiintyy MOT-ohjelmassa

HS.fi

- 154. Lehti: Nokian Bochumin-tehdas teki voittoa 134 miljoonaa
- 155. John Edwards luopuu presidenttikilpailusta
- 156. Lumi- ja räntäsade haittaa liikennettä

Iltalehti.fi

- 157. Ylikonstaapeli menehtyi auttaessaan uhria. Poliisit surevat iloista ja pidettyä työtoveria.
Auttaminen kuvastaan Paavon luonnetta
- 158. Vauva heitettiin autosta tienposkeen kuolemaan
- 159. Jere Karalahden henkeä uhattiin. "Etkö ihmettele tarkka-ampujia, jotka tähtäävät rintaasi?"

Kaleva.fi

- 160. Anaika aloittaa helmikuussa työntekijöiden haun Kemijärvellä
- 161. Rantakatu suljetaan torstai-iltana
- 162. Vuokralaisia huijannut nainen sai ehdollista

Keskisuomalainen.fi

- 163. Pihtiputaan pohjavesi vaarantui kolarin vuoksi
- 164. Muuramelaismies ikuisti harvinaisen asteroidin
- 165. Hytönen ja Pihlman jälleen leijonapaitaan

Taloussanomat.fi

- 166. Euroopan metalliväki: Nokian Bochum-virhe on tutkittava
- 167. Anaika käynnistää Kemijärven rekrytoinnit jo helmikuussa
- 168. Ceassescun suosikkimerkki pääsee Suomen teille

Uusisuomi.fi

- 169. Asuntomarkkinoiden voittajat ja häviäjät kaupungeittain
- 170. Edwardsin poisjäännistä kiivaita spekulatioita

171. Hbl: Karalahden henkeä uhattiin

Torstai 31.1.2008

Sanomalehdet sekä verkkolehdet klo 9:

Aamulehti

172. Nokian tehokloorauksessa jo useita puhtaita tuloksia

173. Tampereen hiippakunta saa pätevän piispan

174. Pirkanmaalla kolme susilaumaa

Aamulehti.fi

175. Pirkanmaa herää lumiseen aamuun

176. Nokian veden tehoklooraus näyttää tuottaneen tulosta

177. Kaisa Variksen kohtalo selviää tänään

Helsingin Sanomat

178. Sipoo ja Kirkkonummi halutaan osaksi metropolia

179. Uudellamaalla raskaimmin ja keveimmin verotettavat kunnat

180. McCain voitti Floridan esivaalin

HS.fi

181. Pikavippifirmojen lainananto rikkoo henkilötietolakia

182. Pellettien pelätään vievän Kalasatamasta asuntoja

183. Giuliani luopui Presidenttikilvasta

Iltalehti

184. Sankaripoliisi pelasti naisen - kuoli itse

185. Veli kertoo Kirkan viime hetkistä. Vuosi kuolemasta

186. Yllätyskäänne. Kaveri tunnusti

Iltalehti.fi

187. Veli paljastaa, mitä todella tapahtui. Kirkan viime hetket

188. Karalahti edustaa huumeikärijilläkin sponsorivaatteissa

189. Poliisi epäilee: Maajoukkuetähti kärysi kokaiinista

Kaleva

190. Verottaja rokottaa pohjoista

191. Rantakangas vaatii hallitukselta selontekoa aluepolitiikasta

192. Anaika Group aloittaa työvoiman värväyksen helmikuussa

Kaleva.fi

193. Koripallotuloksia NBA:sta

194. Naisen euro on kutistunut pääkaupunkiseudulla

195. Riitan kotona asuu yli sata eläintä

Keskisuomalainen

196. Jyväskylä keskivertoa lempeämpi (verotus)

197. Veteraanit: Parempaa vointia kotikuntoutusavustajan tuella

198. Arkkipiispa toivoo nopeaa ratkaisua palkkakiistoihin

Keskisuomalainen.fi

199. Asuntojen hintojen lasku ei tarttunut Jyväskylään

200. Kaisa Variksen kohtalo selviää tänään
201. Uusi Jyväskylä takaa vahvan irtisanomissuojan

Taloussanomat.fi

202. Digifiasko piinaa lähes joka kotia
203. Finnairin Pekingin-lennolla jo kolmas iso viivytys tällä viikolla
204. Fed puristi korkoa puoli prosenttiyksikköä alaspäin

Uusisuomi.fi

205. Kaisa, totuuden hetki
206. "Iso Arska" lähti tekemään presidenttiä
207. Venäjän liberaalit varoittavat Moskovan haukoista

Verkkolehdet klo 17

Aamulehti.fi

208. Kaisa Variksen käry vahvistui, myös b-näyte positiivinen
209. Viisi loukkaantui lievästi kolarissa Viialassa
210. Nokia Siemens Networks irtisanomassa 250

HS.fi

211. Kaisa Variksen dopingkäry varmistui
212. Nokia Siemens Networks vähentää jälleen 250 työpaikkaa
213. Postipalvelut vapautuvat kilpailulle 2011

Iltalehti.fi

214. Variksen B-näytteessä epoa. Käry varmistui
215. Karalahti kommentoi uhkailua: Se oli vitsi
216. Idols-tähteä kiusattiin rajusti koulussa. Viiden vuoden piina

Kaleva.fi

217. Variksen b-näyte positiivinen
218. Ammattikalastajien vainotulet kuumensivat Pohjanlahden lohisoppaa
219. Vain yksi päätähdistä varmistanut tulonsa Lordi-leffan ensi-iltaan

Keskisuomalainen.fi

220. Kaisa Variksen dopingkäry varmistui
221. Presidentti Halonen Jyväskylässä
222. Holmlund haluaa parempaa valvontaa nettiin

Taloussanomat.fi

223. Palkat hämmentävät superministeriötä
224. Taksit haluavat ruuhkamaksut kehäteille
225. Sampo Pankki ei pärjännyt talletuskisassa

Uusisuomi.fi

226. Surkeaa Kaisa, taas epoa!
227. Ay-liike tuohtui Shellin voitoista
228. Hirvi-Heikin perillisille yli 8 miljoonaa

Perjantai 1.2.2008

Sanomalehdet ja verkkolehdet klo 9:

Aamulehti

- 229. Tampereella läpimurto ihmisen varaosien teossa
- 230. Jäätilanne: Näsijärvi jäätyi vihdoin torstaina, mutta Pyhäjärvellä jatkuu vielä risteilykausi.
"Täällä on ihan painoton olo"
- 231. Viimeinen laukaus ammuttu

Aamulehti.fi

- 232. Myrsky iskee aamulla lounaisrannikolle
- 233. Vesikriisin aikaisista kuolemista ei vielä selvyttä
- 234. Karalahden sopimus julki perjantaiaamuna

Helsingin Sanomat

- 235. Ruuhkamaksujen valvonnan keinot vielä täysin auki
- 236. Jukka Härmälä ei enää kelvannut valtiolle
- 237. Liiallisesta rahantulosta tuli ongelma Fortumille

HS.fi

- 238. Ruuhkamaksujen valvonnan keinot vielä aivan auki
- 239. Myrsky iskee aamulla lounaisrannikolle
- 240. Karalahden agentti kertoo puolustajan mahdollisesta seurasta aamulla

Iltalehti

- 241. Poikaa kiusattiin. Isä hyökkäsi luokkaan ja uhkaili lapsia. Poliisi valvoo tänään koulua.
- 242. Ahdistelijoiksi leimatut kansanedustajat: Perheemme kärsivät
- 243. Makunen haukkui kiukuttelevat missifinalistit

Iltalehti.fi

- 244. Ahdistelijoiksi leimatut kansanedustajat: Painajainen perheille
- 245. Karalahti avoimena: "Olen juhlinut ja tarjonnut jätkille aina kaiken"
- 246. Missikeisari ärähti misseille

Kaleva

- 247. Vaikuttajat perustivat säätiön
- 248. Puinen karttakeppi on vaihtunut lasikuituun
- 249. Outokumpu investoi lisää Torniossa

Kaleva.fi

- 250. Motorola pohtii kännykkäbisneksen myymistä
- 251. Myrsky iskee aamulla lounaisrannikolle
- 252. Karalahden sopimus julki perjantaiaamuna

Keskisuomalainen

- 253. Lapsia on suojattava myös yhtenäisemmällä tuomioilla
- 254. Kaisa Variksen uran toinen doping-käry varmistui
- 255. Myös työvoimatoimistoista katoaa työpaikkoja

Keskisuomalainen.fi

- 256. Karalahden uusi sopimus julki aamulla

257. Myrsky iskee aamulla Suomeen
258. Näin epo vaikuttaa

Taloussanomat.fi

259. Bensalasku kipuaa jo yli 2000 euron vuodessa
260. Suomen vienti huutaa EKP:n apua
261. Kemijärvi toi potkut Härmälälle Outokummusta

Uusisuomi.fi

262. Suomen kohti etenevä myrsky katkoi sähköjä Ruotsissa
263. Demokraattien unelmapari
264. Motorola puntaroi matkapuhelinpuolen irrottamista

Verkkolehdet klo 17:

Aamulehti.fi

265. Giardia katosi Nokian vedestä
266. Tampereen ulkomaalaisia kehotetaan tänään varovaisuuteen heavykonsertin vuoksi
267. Bussi ja kaksi autoa törmäsivät Ylöjärvellä

HS.fi

268. Tutkijat löysivät runsaasti kampamaneetteja Itämerestä
269. Vuorokauden lakko pysäyttää työt Stora Ensolla
270. Sveitsi ei luovuta Maija-Liisa Lahtista Suomeen

Iltalehti.fi

271. Törkeästä kavalluksesta tuomittu löytyi. Sveitsi ei luovuta Lahtista.
272. Kolmiodraama on puppua!
273. Karalahti vahvisti IL:lle: Pelit ohi

Kaleva.fi

274. Kodinkoneketju kannustaa työtovereita ilmiantoon
275. Väärennettyjä lääkereseptejä liikkeellä Oulussa
276. Giardia katosi Nokian vedestä

Keskisuomalainen.fi

277. Varkaille iso saalis varastomyymälästä
278. Maa järisi Oravasaarella
279. Vaajakoskelle ei rantatontteja junamelun takia

Taloussanomat.fi

280. Toyotan ja Volkkarin myynti murskaa muut
281. Yahoo olisi Microsoftin suurin hankinta
282. Gigantti kannustaa työkavereiden vasikointiin

Uusisuomi.fi

283. Turisteja raiskattu Intiassa - UM varoittelee
284. Heidi Hautala: Ilmapiiiri kannustaa häiriköintiin
285. Yagoon perustajista miljardöörejä

Lauantai 2.2.2008

Sanomalehdet ja verkkolehdet klo 9:

Aamulehti

- 286. Naton superharjoitus tulee kesällä Suomeen
- 287. Bensatankki täyteen euron litrahinnalla
- 288. Sveitsin laki suojaa Maija Lahtista

Aamulehti.fi

- 289. Koko Uusimaa ui Naton suurharjoituksessa kesällä
- 290. Kenian kiistakumppanit sopimukseen
- 291. Asikainen haluaisi EM-ottelun, MM-ottelukin kiehtoo kovasti

Helsingin Sanomat

- 292. Outokummun Tornion johtoa epäillään teräshuijauksesta
- 293. Helsingin romanikerjäläiset muuttivat ulosmenotien sillan alle
- 294. Feldt-ranta jättää Sdp:n puoluejohdon kesällä

HS.fi

- 295. Tutkimus: Autokaahari ottaa riskejä myös pörssissä
- 296. Maarit Feldt-Ranta jättää Sdp:n puoluejohdon ensi kesänä
- 297. HBL: Miehet saavat eduskunnassa naisia parempaa palkkaa

Iltalehti

- 298. Jennin erikoishaastattelu: Haluan lapsia Kimin kanssa
- 299. IL selvitti: Joka budjetin talvilomat
- 300. Stina tunnustaa: Rakastan Veskua

Iltalehti.fi

- 301. IL listasi: Suomen kohutuimmat mainokset. Tämä tyttö "halvensi naista"
- 302. Iltalehti.fi seuraa veteraanien SM-kisoja: Matin suuri päivä
- 303. Elinkautisvanki hakkasi hänet ilman seurauksia

Kaleva

- 304. Ministeriö haluaa lisää rahaa poliiseille
- 305. Poro Feriali sai Rantakadulla lentävän lähdön
- 306. Rovaniemen nuoret juhlivat nyt kodeissa

Kaleva.fi

- 307. Tulli epäilee Outokumpua talousrikoksista
- 308. Bileet siirtyivät kaduilta koteihin
- 309. Tulinen tanssi siivitti poroprinttiä

Keskisuomalainen

- 310. Rahanpesuilmoitukset lisääntyneet roimasti
- 311. Paperiliitto voisikin haluta muiden mukaan
- 312. "Härmälä ei olisi sulkenut Kemijärveä"

Keskisuomalainen.fi

- 313. Ahonen väläyttää kuuden ammattiliiton fuusiota
- 314. Pekka Kettuselle syyte törkeästä rattijuopumuksesta
- 315. Matti Nykänen palaa lauantaina tositoimiin

Taloussanomat.fi

- 316. Luottotietojen urkinta kuriin
- 317. Rocktähti löytyy olohuoneesta
- 318. Pankeissa muhii 60 miljardin tappiot

Uusisuomi.fi

- 319. Kauppi tukee Rehnin EU-jatkoa
- 320. Nokia väistää Transsilvaniassa verokarhun hampaat
- 321. Tali-Ihantalasta eläkeläisten hitti Ruotsissa

Verkkolehdet klo 17:

Aamulehti.fi

- 322. Air Finlandin kone lähtee vasta sunnuntaiaamuna
- 323. Murmeli povasi amerikkalaisille vielä kuusi viikkoa talvea
- 324. Pia Viitanen pyrkii SDP:n johtotehtäviin

HS.fi

- 325. Sdp menetti kannatusta, kokoomus suosituin tammikuussa
- 326. Oppositio poliitikko Kasparovia houkuteltiin myös vallanpitäjien leiriin
- 327. Radio: Sarkozy meni naimisiin

Iltalehti.fi

- 328. Tikasauto ja kone törmäsivät. Phuketin-lento tyssäsi
- 329. Radio: Naimisissa!
- 330. Sittenkin jatkoon. Yleisön äänet pelastivat

Kaleva.fi

- 331. Phuketin-lento myöhässä ainakin vuorokauden
- 332. Radio: Sarkozy meni naimisiin
- 333. Matti Nykänen sarjassaan viides

Keskisuomalainen.fi

- 334. Puute öljystä uhkaa halpoja lentoja
- 335. Kokoomus maan suosituin puolue
- 336. Tupakkakielto voi lisätä nuuskan käyttöä

Taloussanomat.fi

- 337. Äkkilähtö onnistuu vielä Keski-Suomeen
- 338. Velkakriisi muhii myös Suomessa
- 339. Flunssapäiväsi maksaa 300 euroa

Uusisuomi.fi

- 340. Kauppi tukee Rehnin EU-jatkoa
- 341. Blair: Haluan Euroopan presidentiksi
- 342. Facebookin tietoturva-aukosta pursuaa haittaohjelmia kotikoneille

Sunnuntai 3.2.2008

Sanomalehdet ja verkkolehdet klo 9:

Aamulehti

- 343. Siirtolaisten pisteytys voisi olla Suomen valtti
- 344. Moderni morsian ei huoli enää huntua
- 345. Kiinteistövälittäjät vetävät välistä

Aamulehti.fi

- 346. Älkää surko, tänään paistaa vielä aurinko
- 347. Vanha öljysäiliö voi aiheuttaa satojen tuhansien laskun
- 348. Jääkiekkotuloksia/NHL

Helsingin Sanomat

- 349. Palmuöljybuumi panee luonnon koville Borneossa
- 350. Kapinalliset yrittivät kaapata vallan Tsadissa
- 351. Tapiolan kuuluisat viheralueet ovat pahasti rempallaan

HS.fi

- 352. Sdp kannattaa Naton nopean toiminnan joukkoihin osallistumista
- 353. Pekka Puskalle suurpalkinto kansanterveystyöstä
- 354. Tutkija haluaa vainoamisen rangaistavaksi

Iltalehti (ei ilmesty sunnuntaisin)

Iltalehti.fi

- 355. Happonen jälleen toinen
- 356. Asuntoräjähdyksessä pesuaineesta Turussa
- 357. Nykänen viides veteraanien SM-kisoissa

Kaleva

- 358. Häirinnästä oltava näyttöä
- 359. Nykänen ponnisti takaisin mäkilpailuihin
- 360. Koulu vastuussa myös karkkimatkoista

Kaleva.fi

- 361. Tupakointia vanhempien luvalla
- 362. Pehmopullojen reissaus ihmetyttää
- 363. Selänne tarvitsee yhä harjoitusta

Keskisuomalainen

- 364. Yhä useampi hyppää bussiin
- 365. Vainoajat halutaan aisoihin
- 366. Koululaisten liikkuminen: Pienimmät ulkoilevat vapaaehtoisesti

Keskisuomalainen.fi

- 367. Bussiliikenteen käyttö lisääntyy Jyvässeudulla
- 368. Vainoajat halutaan aisoihin
- 369. Ratavika myöhästytti reilusti Jyväskylän-junia

Taloussanommat.fi

- 370. Kurssien nousukäännö on lähellä

371. Äkkilähtö onnistuu vielä Keski-Suomeen
372. Volvo pyytää huoltoon yli 80 000 autoa

Uusisuomi.fi

373. Viisi naista ammuttiin ostoskeskuksessa USA:ssa
374. Volvo kutsuu yli 80 000 autoa korjaukseen
375. Mies kuoli kaivosturmassa Kiirunassa

Verkkolehdet klo 17:

Aamulehti.fi

376. Raipe Helminen palaa Leijona-paitaan
377. TamU-FC Lahti -ottelun tilanteessa 1-1 (0-0)
378. Itsemurhaisku tappoi Sri Lankassa

HS.fi

379. Halonen haluaa kehitysvammaisille lisää töitä
380. Pekka Puskalle suurpalkinto kansanterveystyöstä
381. Tekniikka ei kuihduttanutkaan nuorten kielenkäyttöä

Iltalehti.fi

382. Lindan vaikea menneisyys: Halusin tappaa itseni
383. Suomalainen kriisialueella: Pelottaa. Taistelut jatkuvat Tshadissa
384. Ruotsalainen rattijuoppo yritti paeta poliisia uimalla Suomeen!

Kaleva.fi

385. Air Finlandin lento myöhästyi puolitoista vuorokautta
386. Rantakangas kiirehtii ruuan arvonnäköalaveron alentamista
387. Suomelle jälleen kerran jääpallon MM-pronssi

Keskisuomalainen.fi

388. Ammoniakkivuoto hotellissa Saarijärvellä
389. Murto Viitasaaren kaupungintaloon
390. Halonen tahtoo lisää töitä vammaisille

Taloussanommat.fi

391. Näin saat korkosi halvemmaksi
392. Pankki ottaa kortit pois riskiasiakkailta
393. Osakkeet ovat kalliita ja halpoja

Uusisuomi.fi

394. Viisi naista ammuttiin ostoskeskuksessa USA:ssa
395. Volvo kutsuu yli 80 000 autoa korjaukseen
396. Jääpallotuloksia

Tutkimusviikon luetuimmat jutut verkkolehdissä

Havaintoyksikköjä 294 (ilman puuttuvia 245)

Maanantai 28.1.2008 kello 17

Aamulehti.fi (ei listausta luetuimmista verkkosivustolla)

- 397. -
- 398. -
- 399. -
- 400. -
- 401. -
- 402. -

HS:fi (Luetuimmat päivä)

- 403. Ämpäri lattialla ja pyyhe ikkunalla (kainalo rakennusvirheitä käsittelevässä jutussa)
- 404. Mika Myllylälle ehdollista vankeutta
- 405. Peking avasi olympialaisten kohutun uimastadionin
- 406. Rakennusvirheet lisääntyneet pääkaupunkiseudun työmailla
- 407. Tutkimus: seksuaalisen suuntautumisen näkee kasvoista
- 408. Teini-ikäisen tyttären epäillään tilanteen äitinsä surmaamisen

Iltalehti.fi (Päivän luetuimmat jutut)

- 409. Kolme lasta menetti äitinsä moottorikelkkaturmassa
- 410. Iltalehti selvitti: Käytettyjen autojen hinnat
- 411. Lehti: Kimin bileiltaan kuului karaokea ja miestenlehtiä
- 412. Bensa Suomessa huippukallista
- 413. Lehti: Suomalainen hakattiin tajuttomaksi Thaimaassa
- 414. Mika Myllylä kiistää törkeän rattijuoppouden

Kaleva.fi (Päivän luetuimmat)

- 415. Vähäpukeisista naisista ei kuvia
- 416. Kadonnut moottorikelkkailija löytyi hukkuneena
- 417. Moottoripyöräilijä loukkaantui kolarissa
- 418. Ryöstö ja pahoinpitely Otto Karhin puistossa
- 419. Myllylälle yli kolme kuukautta vankeutta
- 420. Pieni pyristelee suurten puristuksessa (kyläkauppa)

Keskisuomalainen.fi (Suosituimmat sisällöt 24 tuntia)

- 421. Kaupunkioraville voi nyt tulla lähtö
- 422. Leivonmäen kolarissa kuoli jyvaskyläläinen mies
- 423. Hurjan luistelukisan voitto Jyväskylään
- 424. Missit Jyväskylässä
- 425. Avantouinnin SM-kisat Laukaassa
- 426. Autot lunastuskuntoon Petäjavedellä

Taloussanomat.fi (- 24h; vain viisi luetuinta näytettiin listauksissa)

- 427. Korkoloukku uhkaa asuntovelkaisia
- 428. Osakkeista saa nyt huiman osinkotuoton
- 429. Tietotyöläiset paiskivat ylitöitä ilmaiseksi

430. Fed ratkaisee markkinoiden suunnan
431. Suomi on Internetin kehitysmaa
432. -

Uusisuomi.fi (Luetuimmat)

433. "Se se on saatana, ettei..." (Sotahistorioitsija, yleisesikuntaeversti Sampo Ahton juhlapuhe Seinäjoella 27.1.2008)
434. Huijarin pelipotti suurempi kuin Suomen valtion budjetti
435. BMW:llä kaahaus päättyi pitkään ilmalentoon - viisi kuoli
436. Amiraali Kaskeala kertoi olevansa "punikin" pojanpoika
437. Ministerille se oli vapaussota
438. McCain: "Sotia tulee lisää"

Tiistai 30.1.2008 klo 17

Aamulehti.fi

439. -
440. -
441. -
442. -
443. -
444. -

HS.fi

445. Teinitytön epäillään tilanneen äitinsä surman
446. Tutkimus: Seksuaalisen suuntautumisen näkee kasvoista
447. Syyttäjä vaatii Karalahdelle kuutta vuotta vankeutta
448. Eduskunnassa kuultua: "Hyvät hinkit"
449. Asteroidi ohitti maan lähietäisyydeltä
450. Olli Jokinen lainasi tuhansia euroja Jere Karalahdelle

Iltalehti.fi

451. Äiti pelastui täpärästi palkkamurhasta
452. Prätäkajengi toi onnittelusikarin Kanervalle
453. Jatkot kylpylässä - Kuristi perheenisän kesken seksin
454. Lehti: Lapsilta kielletty lakupötkö myyntiin
455. Syyttäjä vaatii Karalahdelle vähintään 6 vuotta vankeutta
456. Palkkamurhan tilannut iski poliisia pullolla kasvoihin

Kaleva.fi

457. Pyy pelasti ystävänsä Oulujoesta
458. Nivalainen otti maailman ensimmäiset valokuvat Kernistä
459. Ryöstäjä iski Toppilan Siwaan
460. Teini-ikäisen tytön epäillään tilanneen äitinsä surman
461. Kemijärven pelastaja nimisotkussa
462. Ex-liikekumppani kitkerä Kemijärven uusille yrittäjille

Keskisuomalainen.fi

463. Leivonmäen kolarissa kuoli jyvaskyläläinen mies
464. Hiiret olivat polttaa parisataa sikaa Keuruulla

465. Mistä löytyisi hyvä pakki Hippokselle?
466. HIV-ketjulla narripaitoja nitistämään
467. Mies juotti koiranpentunsa humalaan Laukaassa
468. Oinonen: Väitteet ahdistelusta perättömiä

Taloussanomat.fi

469. Korkoloukku uhkaa asuntovelkaisia
470. Puheluissa leimahti hintakisa
471. Rakennusvirheistä tulossa jättilasku
472. Pakkomyyynnit jyrkentävät kurssilaskua
473. Asunnonostaja on pahassa pulassa
474. -

Uusisuomi.fi

475. Kohta ohi kiitävä asteroidi kuvattu
476. Selänteen liksa putoaa rajusti
477. Hyväuskoinen Jokinen nieli Karalahden valheen
478. Illaksi kotiin - alasti
479. Matikainen Jeren paluusta: "Ei todellakaan"
480. Todellinen uutispommi

Keskiviikko 30.1.2008 klo 17

Aamulehti.fi

481. -
482. -
483. -
484. -
485. -
486. -

HS.fi

487. Auttamaan tullut poliisi kuoli usean auton kolarissa
488. Tietokone syö sähköä kuin kiuas
489. Poliisi: Elämän tosiasiat hämärtyneet jalkajousisurmaa yrittäneiltä
490. Kaisa Varis syytti ampumahiihtoliittoa Wadan sääntöjen rikkomisesta
491. Asteroidi näkyi Suomen yötaivaalla pilvien hälvettyä
492. Asteroidi ohitti Suomen lähietäisyydeltä

Iltalehti.fi

493. Neljävuotias Felix kamppailee elämästä - pelastaako pikkuisarus kuolemalta?
494. Auttamaan mennyt poliisi kuoli usean auton kolarissa Vihdissä
495. Nyt puhuvat palkkasurman yritystä todistaneet naapurit
496. Poliisin kuva: Tässä menevät Jeren rahat
497. Vauva heitettiin autosta tienposkeen kuolemaan USA:ssa
498. Teinityttö yritti tappa vanhempansa - kuvasi kaiken

Kaleva.fi

499. Näin ohitat leveäkaistaisella tiellä
500. Leveäkaistatiellä ajetaan yhä väärin

- 501. Uusi Subway-ravintola Ouluun
- 502. Liikenne tehotarkkailuun Oulussa
- 503. Pilkkijä pelastettiin jäälautalta Oulujoella
- 504. Pöytätietokone kotien pahin sähkösyöppö

Keskisuomalainen.fi

- 505. JYP:n Helminen rokkasi
- 506. Mies juotti koiranpentunsa humalaan Laukaassa
- 507. Kiljanderinkatu suuttui pysäköinnin rajoituksista
- 508. JYP-Jokerit, Marko Kauppinen ja Dwight Helminen
- 509. Hyppääjät pettyivät Laajavuoren olosuhteisiin
- 510. Keljonlahden työmaalta kivi lähelle öljyvarastoa

Taloussanomat.fi

- 511. Kilpailijat noukkivat Tietoenatorilta parhaat työntekijät
- 512. Puheluissa leimahti hintakisa
- 513. Anaika Group syyttää kilpailijaa häväistyskirjeestä
- 514. Häväistyskirje vaarantaa Kemijärven tulevaisuuden
- 515. Glitnirin tulos romahti
- 516. -

Uusisuomi.fi

- 517. Hbl: Karalahden henkeä uhattiin
- 518. Asuntomarkkinoiden voittajat ja häviäjät kaupungeittain
- 519. Väkivalta kuuluu jääkiekkoon
- 520. Esittelyssä miljardin dollarin koti
- 521. Clinton peittosi Obaman Floridan "haamuvaaaleissa"
- 522. Poistu Botnia -viesti leviää argentiinalaisissa seteleissä

Torstai 31.1.2008 klo 17

Aamulehti.fi

- 523. -
- 524. -
- 525. -
- 526. -
- 527. -
- 528. -

HS.fi

- 529. -
- 530. -
- 531. -
- 532. -
- 533. -
- 534. -

Iltalehti.fi

- 535. Karalahdella on kiire! Seuran löydyttävä tänään
- 536. Sinä voit kantaa Felixille sopivia kantasoluja

- 537. Ruutu teloi Kovaltshukin
- 538. Tielle viskattu vauva oli tapettu jo aikaisemmin
- 539. Missit paljastavat pahimmat vilppinsä
- 540. SM-liigasta linkki pornoon

Kaleva.fi

- 541. Riitan kotona asuu yli sata eläintä
- 542. Poliisi paljasti puuhuijauksen
- 543. Kahden lapsen huostaanottokiista käräjäoikeuteen
- 544. Toimittajat löysivät pakoilevan lehtikeisarin lesken
- 545. Vuokralaisia huijannut nainen sai ehdollista
- 546. "Ei täällä kuitenkaan nälkään kuolla"

Keskisuomalainen.fi

- 547. Pihtiputaan pohjavesi vaarantui kolarin vuoksi
- 548. Muuramelaismies ikuisti harvinaisen asteroidin
- 549. Presidentti Halonen Jyväskylässä
- 550. Hytönen ja Pihlman jälleen leijonapaitaan
- 551. Uusi Jyväskylä takaa vahvan irtisanomissuojan
- 552. Jäät harvinaisen ohuita Keski-Suomessa

Taloussanommat.fi

- 553. Digifiasko piinaa lähes joka kotia
- 554. Kilpailijat noukkivat Tietoenatorilta parhaat työntekijät
- 555. Asuntoja tulee myyntiin ennätysmäärä
- 556. Palkat hämmentävät superministeriötä
- 557. Ceausescun suosikkimerkki pääsee Suomen teille
- 558. -

Uusisuomi.fi

- 559. Google-käyttäjillä "kuusivuotiaan rutiinit"
- 560. Google generation - menetetty tapaus?
- 561. Hirvi-Heikin perillisille yli 8 miljoonaa
- 562. "Iso Arska" lähti tekemään presidenttiä
- 563. Saksalainen sota-alus törmäilee YouTubessa
- 564. Surkeaa Kaisa, taas epoa!

Perjantai 1.2.2008 klo 17

Aamulehti.fi

- 565. -
- 566. -
- 567. -
- 568. -
- 569. -
- 570. -

HS.fi

- 571. Talvimyräkkä liikkuu kohti itää
- 572. Ruotsin valmentaja: Variksella täytyy olla päässään jotain vialla

- 573. Ritva Santavuoren halventavista puheista huomautus
- 574. Sveitsi ei luovuta Maija-Liisa Lahtista Suomeen
- 575. Slovakian mestarijoukkue hankki Karalahden pelaajaoikeudet
- 576. Gigantti ja Markantalo kannustavat työtovereiden ilmiantoon

Iltalehti.fi

- 577. Lentoemo strippasi kapteenille kesken lennon - katso video!
- 578. Karalahti vahvisti IL:lle: Ei pelaa tällä kaudella missään!
- 579. Obaman salainen ase onkin povipommi! katso video
- 580. Missikeisari ärähti misseille
- 581. Tältä näyttää ex-kahdeksanraajainen tyttö nyt!
- 582. Veri virtaa Lontoon kaduilla

Kaleva.fi

- 583. Poliisi piiritti taloa Muhoksella
- 584. Yhdysvallat testasi sähkömagneettista superpyssyä
- 585. Myrsky iskee aamulla lounaisrannikolle
- 586. Karalahden sopimus julki perjantaiamuna
- 587. Nainen loukkaantui pakettiauton ja bussin kolarissa
- 588. Uusi laki ei poistanut pimeitä kyytejä

Keskisuomalainen.fi

- 589. Tappara jätti JYP:n tylästi nollille
- 590. Presidentti Halonen vieraili Jyväskylässä
- 591. Bratislava hankki Karalahden pelaajaoikeudet
- 592. Viimeinen siirtopäivä kunnon hulinaa
- 593. Odottavaa äitiä uhattiin keskenmenolla Jyväskylässä
- 594. Presidentti Jyväskylässä

Taloussanomat.fi

- 595. Digifiasko piinaa lähes joka kotia
- 596. Palkat hämmentävät superministeriötä
- 597. Kemijärvi toi potkut Härmälälle Outokummusta
- 598. Fortum palkitsee omistajat ruhtinaallisesti
- 599. Bensalasku kipuaa jo yli 2000 euroon vuodessa
- 600. -

Uusisuomi.fi

- 601. Santavuoren "negroidi-puheista" huomautus
- 602. Tässäkö kerrotaan Karalahden paluusta?
- 603. Karalahti pyrki Nedomanskyn jalanjäljille
- 604. Googlelle vihdoinkin kunnon haastaja
- 605. Kuva 440-vuotiaasta muumiovauvasta julki
- 606. Turisteja raiskattu Intiassa - UM varoittelee

Lauantai 2.2.2008 klo 17

Aamulehti.fi

- 607. -
- 608. -

- 609. -
- 610. -
- 611. -
- 612. -

HS.fi

- 613. Helsingin keskustan romanikerjäläiset asuvat telttakylässä sillan alla
- 614. Variksella oli Saksan kärykisassa oma hotellihuone
- 615. Pienet tupakka-askit kielletään
- 616. USA:n laivasto odottaa ihmetykin valmistumista aluksilleen
- 617. Karalahden Bratislava-siirto mutkistui
- 618. Tappelu hidasti raitiovaunuliikennettä

Iltalehti.fi

- 619. Vaatekourusta löytynyt 7-vuotias kuoli saamiinsa vammoihin
- 620. Tiukka taistelu tiarasta!
- 621. Kiinan kaaos pahenee talvimyrskyn voimistuessa - katso kuvat
- 622. Tutkimus: Kaikki sinisilmäiset sukua keskenään
- 623. Poliisi turvasi koulupäivän Konalassa
- 624. Missi-Jenna: Läheinen ystävänä kuoli

Kaleva.fi

- 625. Nainen jäi junan alle Limingassa
- 626. "Saanko tulla sun luo yöksi?"
- 627. "Avattiin ovi ja pistettiin valot päälle"
- 628. Nuori nainen romutti auton siltapilariin
- 629. Humalaisista riesaa Kuusamossa
- 630. Bileet siirtyivät kaduilta koteihin

Keskisuomalainen.fi

- 631. Varkaille iso saalis Jyskästä
- 632. JYP maksatti velat korkoineen kuopiolaisilla
- 633. Pekka Kettuselle syyte törkeästä rattijuopumuksesta
- 634. JYP-KalPa, Risto Dufva ja Jarkko Immonen
- 635. Kolme loukkaantui kolarissa Laukaassa
- 636. Gigantissa ja Markantalossa pyydetään ilmiantamaan työtovereita

Taloussanommat.fi

- 637. Velkakriisi muhii myös Suomessa
- 638. Kemijärvi toi potkut Härmälälle Outokummusta
- 639. Bensalasku kipuaa jo 2000 euroon vuodessa
- 640. Gigantti kannustaa työkavereiden vasikointiin
- 641. Luottotietojen urkinta kuriin
- 642. -

Uusisuomi.fi

- 643. Tali-Ihantalasta eläkeläisten hitti Ruotsissa
- 644. Facebookin tietoturva-aukosta pursuaa haittaohjelmia kotikoneille
- 645. Nokia väistää Transilvaniassa verokarhun hampaat
- 646. "Hei avaruuden asukkaat, täällä Beatles"

647. Pekkarinen: "Härmälä oli ja on ammattimies"
648. Voin pahoin Pohjois-Irakissa (Kiljusen blogikirjoitus)

Sunnuntai 3.2.2008 klo 17

Aamulehti.fi

649. -
650. -
651. -
652. -
653. -
654. -

HS.fi

655. Mäkitornissa palellut Matti Nykänen viides veteraanien SM-kisoissa
656. Koirankakkasota käynnistyi poikkeuksellisen aikaisin
657. Variksella oli Saksan kärykisassa oma hotellihuone
658. Norjalaissotilaat häiriköivät Levillä
659. Tutkija haluaa vainoamisen rangaistavaksi
660. Sarkozy ja Bruni vihittiin Elysee-palatsissa

Iltalehti.fi

661. Asuntoräjähdyks Turussa
662. Vaatekourusta löytnyt 7-vuotias kuoli saamiinsa vammoihin
663. Tästä se alkaa: "Vielä ei jännitä!" (missikilpailu)
664. Kolmikko hakkasi ohikulkijan ruotsinlaivalla
665. Ruotsalainen rattijuoppo yritti paeta uimalla Suomeen
666. Olli Jokinen taas tappelussa - katso video

Kaleva.fi

667. Mies kuoli kaivosturmassa Kiirunassa
668. Toisinajattelijan suu pidetään kiinni olympialaisissa
669. Kaksi pahoinpitelyä Oulun yössä
670. Tupakointia vanhempien luvalla
671. Jatkuvasta piinaamisesta voidaan pian rangaista
672. Myllytullissa puututaan tupakointiin

Keskisuomalainen.fi

673. Kesärenkaat, rattijuoppo ja pakenija Jyväskylässä
674. Pekka Kettuselle syyte törkeästä rattijuopumuksesta
675. Humalainen mies ajoi ulos Äänekoskella
676. Nainen törmäili miesystävänsä autolla Vaajakoskella
677. Nykänen viides SM-kisoissa
678. JYP-KalPa, Risto Dufva ja Jarkko Immonen

Taloussanommat.fi

679. Velkakriisi muhii myös Suomessa
680. Lolita-sänky oli liikaa vanhemmille
681. Näin saat korkosi halvemmaksi
682. Kurssien nousukäänte on lähellä

683. Äkkilähtö onnistuu vielä Keski-Suomeen

684. -

Uusisuomi.fi

685. Viisi naista ammuttiin ostoskeskuksessa USA:ssa

686. Volvo kutsuu yli 80 000 autoa korjaukseen

687. Läpimurto Hollywoodin käsikirjoittajalakossa

688. Voin pahoin Pohjois-Irakissa

689. Facebookin tietoturva-aukosta pursuaa haittaohjelmia kotikoneille

690. Santavuoren “negroidi-puheista” huomautus

Tutkimusviikon keskustelluimmat aiheet verkkolehdistä

Havaintoyksikköjä 294

Maanantai 28.1.2008 kello 17

Aamulehti.fi (Keskusteluavaukset; perustuu toimituksen avauksiin/viestit määrä/tuoreus)

691. Nokian juomavesi (21 985)

692. Onko susia liikaa? (3732)

693. Onko uskonnoilla liikaa valtaa? (3119)

694. Kielikeskustelu (2145)

695. Ymmärrätkö naispappeusriitoja? (1902)

696. Onko Suomessa akkavalta? (1546)

HS.fi (Puhutuimmat/päivä)

697. Ruotsalainen lehtimies: Suomen tunnustettava sotarikokset

698. Massaliike hankkii jo uutta sellutehdasta Kemijärvelle

699. Rakennusvirheet lisääntyneet pääkaupunkiseudun työmailla

700. Tutisevat ikonit hurmasivat Macworld-messujen yleisön

701. Iranin televisioon sarja Jeesuksen elämästä

702. Seksuaaliseen häirintään puuttuminen on eduskunnassa vaikeaa

Iltalehti.fi (Päivän puheenaiheet)

703. Mitä mieltä olet Kaisa Variksen uudesta doping-epäilystä? (1243)

704. Saako missi olla seksitanssija? (643)

705. Oliko korkeimman oikeuden parveketupakointipäätös oikea? (618)

706. Millä nimellä kutsut vuoden 1918 tapahtumia? (375)

707. Pussailenko julkisesti? (307)

708. Onko Sauli Niinistöissä presidenttiainesta? (301)

Kaleva.fi (Kuumat)

709. Leveäkaistainen tie

710. Paras meteorologi?

711. Vanhasen konsensus delegaatio Kemijärvellä

712. Mihin naispappeus perustuu?

713. Muistatthän talviliikkujat, että hevonen on arvaamaton olento, talvellakin

714. Luokkasota

Keskisuomalainen.fi (Uusimmat keskustelut/eniten viestejä)

715. Ajaako kirkko uskovaiset ulos kirkosta?

- 716. Oliko vuonna 1918 vapautussota vai sisällissota?
- 717. Keljonlahden voimalahankkeelle verkkosivut
- 718. Vallan ihmeellistä (talous)
- 719. Ilmasto muuttuu, oletko valmis?
- 720. Kaahaava poliisiauto aiheuttaa vaaratilanteita ulkopuolisille

Taloussanomati.fi (Suosituimmat)

- 721. Linux-työpöytä KDE ottaa mallia Vistasta
- 722. Palkansaaajat hyökkäävät suuryritysten kimppuun
- 723. Effi ihmettelee äänestysohjelmiston salassapitoa
- 724. Asuntolainojen korkoja odottaa roima pudotus
- 725. Diplomi-insinööri hankkii nyt 4544 euroa
- 726. Korkoloukku uhkaa asuntovelkaisia

Uusisuomi.fi (Menneen viikon kommentoiduimmat)

- 727. Vapaussota, enemmän kuin myytti
- 728. Porttikielto rasismille
- 729. Verinen vapaussota alkoi 90 vuotta sitten
- 730. Venäläinen "markkinatalous" peittää hyvin omistajien jäljet
- 731. Uusisuomi.fi nousi maan kärkikaartiin
- 732. Kilvoittelua SDP:ssä

Tiistai 29.1.2008 kello 17

Aamulehti.fi

- 733. Nokian vesikriisi
- 734. Onko susia liikaa?
- 735. Onko uskonnoilla liikaa valtaa?
- 736. Kielikeskustelu
- 737. Ymmärrätkö naispappeusriitoja
- 738. Onko Suomessa akkavalta?

HS.fi

- 739. Eduskunnassa kuultua: "Hyvät hinkit"
- 740. Kasvi: Vanhasen Microsoftilta saamasta lahjasta pitää kieltäytyä
- 741. Ruotsalainen lehtimies: Suomen tunnustettava sotarikokset
- 742. Pirkko K. Koskinen: Eduskunnan ahdistelijoiden nimet julki
- 743. Teinitytön epäillään tilanneen äitinsä surman
- 744. Perussuomalaiset nuoret: Ei sosiaaliturvaa romanian kerjäläisille

Iltalehti.fi

- 745. Mitä mieltä olet Kaisa Variksen uudesta doping-epäilystä?
- 746. Saako missi olla seksitanssija?
- 747. Millä nimellä kutsut vuoden 1918 tapahtumia?
- 748. Toimiko Kanerva viisaasti vastaanottamalla moottoripyöräjengin lahjan?
- 749. Onko Sauli Niinistöissä presidenttiainesta?
- 750. Pussailenko julkisesti?

Kaleva.fi

- 751. Joillakin on varaa!

- 752. Pistetäänpä kapina pystyyn!
- 753. Omakotitalo vai kerros/rivitalo mieluinen asunto?
- 754. Miten kuluttaa aikaa pitkällä sairauslomalla?
- 755. MOT-ohjelma kertoi "Homeloukkujen kohtalosta"
- 756. Kemijärvi ja Anaika Group

Keskisuomalainen.fi

- 757. Ajaako kirkko uskovaiset ulos kirkosta?
- 758. Biohöyry Kankaan paperikone 4:lle!
- 759. Keljonlahden voimalahankkeelle verkkosivut
- 760. Uskovaiset ei tiedä sielusta mitään
- 761. Ihmisen usko näkymättömään
- 762. Seksuaalinen häirintä työpaikallasi

Taloussanomat.fi

- 763. Linux-työpöytä KDE ottaa mallia Vistasta
- 764. Korkoloukku uhkaa asuntovelkaisia
- 765. Maidon hinta joutui korotuskierteeseen
- 766. Suomalaisperheiden työaika on Euroopan pisin
- 767. Helsingissä kytee vuokratapina
- 768. Tietotyöläiset paiskivat ylitöitä ilmaiseksi

Uusisuomi.fi

- 769. Vapaussota, enemmän kuin myytti
- 770. Porttikielto rasismille
- 771. Verinen sisällissota alkoi 90 vuotta sitten
- 772. Amiraali Kaskeala kertoi olevansa "punikin" pojanpoika
- 773. Sananvapaus vaakalaudalla
- 774. Venäläinen "markkinatalous" peittää hyvin omistajien jäljet

Keskiviikko 30.1.2008 kello 17

Aamulehti.fi

- 775. Nokian vesikriisi
- 776. Onko susia liikaa?
- 777. Onko uskonnoilla liikaa valtaa?
- 778. Kielikeskustelu
- 779. Ymmärrätkö naispappeusriitoja?
- 780. Onko Suomessa akkavalta?

HS.fi

- 781. Tietokone syö sähköä kuin kiuas
- 782. Ruuhkamaksu maksaisi autoilijalle kymppelijä viikossa
- 783. Hassi kieltäisi hehkulamput
- 784. Pekkarinen hiiltyi kemijärveläisten kapinakokouksessa
- 785. Pirkko K. Koskinen: Eduskunnan ahdistelijoiden nimet julki
- 786. Mikko Alkio junaili Microsoftin lahjoituksen kouluille

Iltalehti.fi

- 787. Mitä mieltä olet Kaisa Variksen uudesta doping-epäilystä?

788. Toimiko Kanerva viisaasti vastaanottamalla moottoripyöräjengin lahjan?
789. Millä nimellä kutsut vuoden 1918 tapahtumia?
790. Onko Sauli Niinistössä presidenttiainesta?
791. Pitäisikö päihdeongelmista kärsivät äidit määrätä pakkohoitoon?
792. Pussailenko julkisesti?

Kaleva.fi

793. Raahe vai Kempele?
794. Kemijärvi ja Anaika Group
795. Kallioparkki ja oululaiset arvot
796. Syyttäjä vaatii Karalahdelle kuuden vuoden vankeustuomiota
797. Pojan koulunkäynti
798. Joillakin on varaa!

Keskisuomalainen.fi

799. Ajaako kirkko uskovaiset ulos kirkosta?
800. Keljonlahden voimalahankkeelle verkkosivut
801. Keskustelua keskustelupalstasta
802. Voimalan mittarit viallisia?
803. Ev.lut. kirkkomme on toiminut laittomasti
804. Energiantuotannosta Jyväskylän seudulla

Taloussanomat.fi

805. Kilpailijat noukkivat Tietoenatorilta parhaat työntekijät
806. It-osaajien puute kärvistää yrityksiä
807. Asuntohintojen nousu hidastui selvästi
808. Gatesin lahja saa ymmärrystä vain keskustasta
809. Vanha microsoftilainen järjesteli lahjoituksen kouluille
810. Häväistyskirje vaarantaa Kemijärven tulevaisuuden

Uusisuomi.fi

811. Verinen sisällissota alkoi 90 vuotta sitten
812. Amiraali Kaskeala kertoi olevansa "punikin" pojanpoika
813. Sananvapaus vaakalaudalla
814. "Se se on saatana, ettei..."
815. Ministerille se oli vapaussota
816. Stikkaatko femman?

Torstai 31.1.2008 kello 17

Aamulehti.fi

817. Nokian juomavesi
818. Onko susia liikaa?
819. Onko uskonnoilla liikaa valtaa?
820. Kielikeskustelu
821. Ymmärrätkö naispappeusriitoja?
822. Onko Suomessa akkavalta?

HS.fi

823. -

- 824. -
- 825. -
- 826. -
- 827. -
- 828. -

Iltalehti.fi

- 829. Millä nimellä kutsut vuoden 1918 tapahtumia?
- 830. Toimiko Kanerva viisaasti vastaanottamalla moottoripyöräjengin lahjan?
- 831. Miksi kaikki maksaa Suomessa niin paljon?
- 832. Onko Sauli Niinistössä presidenttiainesta?
- 833. Pitäisikö päihdeongelmista kärsivät äidit määrätä pakkohoitoon?
- 834. Suhtaudutaanko Suomessa liian kevytmielisesti uskovaisten tunteisiin?

Kaleva.fi

- 835. Millä perusteilla työnantajat valitsevat työntekijänsä?
- 836. Hehkulamput
- 837. Naisten eurot ja sentit
- 838. Eduskunta ja ahdistelusyötökset
- 839. Paras karkki
- 840. Ideapark?

Keskisuomalainen.fi

- 841. Keskustelua keskustelupalstasta
- 842. KMO ja MT (uskonto ja elämäkatsomus)
- 843. Jyväskylässä maakunnan kevyin verotus
- 844. KSML-1918
- 845. Lepistö haluaa hylätä kansanäänestyksen
- 846. Koetko olevasi liian lihava?

Taloussanomat.fi

- 847. Linux-työpöytä KDE ottaa mallia Vistasta
- 848. Digifiasko piinaa lähes joka kotia
- 849. Kilpailijat noukkivat Tietoenatorilta parhaat työntekijät
- 850. Gatesin lahja saa ymmärrystä vain keskustasta
- 851. Asuntoja tulee myyntiin ennätysmäärä
- 852. It-osaajien puute kärvistää yrityksiä

Uusisuomi.fi

- 853. Verinen sisällissota alkoi 90 vuotta sitten
- 854. Amiraali Kaskeala kertoi olevansa "punikin" pojanpoika
- 855. Sananvapaus vaakalaudalla
- 856. "Se se on saatana, ettei..."
- 857. Ministerille se oli vapaussota
- 858. Stikkaatko femman?

Perjantai 1.2.2008 kello 17

Aamulehti.fi

- 859. Nokian vesikriisi

- 860. Onko susia liikaa?
- 861. Onko uskonnoilla liikaa valtaa?
- 862. Kielikeskustelu
- 863. Ymmärrätkö naispappeusriitoja?
- 864. Onko Suomessa akkavalta?

HS.fi

- 865. Ritva Santavuoren halventavista puheista huomautus
- 866. Ruuhkamaksujen valvonnan keinot vielä aivan auki
- 867. Helsingin päättäjät haluavat Talin golfkentälle lisää pelaajia
- 868. Puolet HS-raadista pitää valtiota syyllisenä vuoden 1918 sotarikoksiin
- 869. Venäjä syyttää Etyjiä Venäjän vastaisesta sabotaasista
- 870. Iranin televisioon sarja Jeesuksen elämästä

Iltalehti.fi

- 871. Miksi kaikki Suomessa maksaa niin paljon?
- 872. Millä nimellä kutsut vuoden 1918 tapahtumia?
- 873. Toimiko Kanerva viisaasti vastaanottamalla moottoripyöräjengiläisten lahjan?
- 874. Onko Suomen hiihdon maine mennyt?
- 875. Suhtaudutaanko Suomessa liian kevytmielisesti uskovaisten tunteisiin?
- 876. Onko Sauli Niinistössä presidenttiainesta?

Kaleva.fi

- 877. Kiitos Kaisa
- 878. Mikä on paras kuntoilukone?
- 879. Huonosti käyttäytyvät nuoret
- 880. Lukiokermaa ja happamia marjoja
- 881. Mikä Suomea vaivaa?
- 882. Minkä ikäinen on aikuinen?

Keskisuomalainen.fi

- 883. KMO ja MT (uskonto ja elämänkatsomus)
- 884. Energiantuotannosta Jyväskylän seudulla
- 885. Keskustelua keskustelupalstasta
- 886. Voimalan mittarit viallisia?
- 887. Ev.lut. kirkkomme on toiminut laittomasti
- 888. Vallan ihmeellistä (talous)

Taloussanomat.fi

- 889. Digifiasko piinaa lähes joka kotia
- 890. Gatesin lahja saa ymmärrystä vain keskustasta
- 891. Kilpailijat noukkivat Tietoenatorilta parhaat työntekijät
- 892. Bensalasku kipuaa jo yli 2000 euroon vuodessa
- 893. Asuntohintojen nousu hidastui selvästi
- 894. It-osaajien puute kärvistää yrityksiä

Uusisuomi.fi

- 895. Verinen sisällissota alkoi 90 vuotta sitten
- 896. Amiraali Kaskeala kertoi olevansa "punikin" pojanpoika
- 897. Google generation - menetetty tapaus?

898. Sananvapaus vaakalaudalla
899. Santavuoren "negroidi-puheista" huomautus
900. Se se on saatana, ettei..."

Lauantai 2.2.2008 kello 17

Aamulehti.fi

901. Nokian vesikriisi
902. Onko susia liikaa?
903. Onko uskonnoilla liikaa valtaa?
904. Kielikeskustelu
905. Ymmärrätkö naispappeusriitoja?
906. Onko Suomessa akkavalta?

HS.fi

907. Helsingin keskustan romanikerjäläiset asuvat telttaleirissä sillan alla
908. Ritva Santavuoren halventavista puheista huomautus
909. USA:n laivasto odottaa ihmetykin valmistumista aluksilleen
910. Iranin televisioon sarja Jeesuksen elämästä
911. Pieni piiri valitsee kirjailijaliiton jäsenet
912. Gigantti ja Markantalo kannustavat työtovereiden ilmiantoon

Iltalehti.fi

913. Mitä mieltä olet Kaisa Variksen uudesta doping-epäilystä?
914. Miksi kaikki maksaa Suomessa niin paljon?
915. Toimiko Kanerva viisaasti vastaanottaessaan moottoripyöräjengin lahjan?
916. Onko Suomen hiihdon maine mennyt?
917. Suhtaudutaanko Suomessa liian kevytmielisesti uskovaisten tunteisiin?
918. Riittääkö herätyskellon pirinä hädän perusteeksi?

Kaleva.fi

919. Lentoemäntien moraalit
920. Ei enää inttiä
921. Käykö työkaverisi penkomassa työhuoneessasi papereita ilman
922. Juopottelua vaimolta salassa
923. Jere Karalahti
924. Teiden älytön suolaus

Keskisuomalainen.fi

925. KMO ja MT (uskonto ja elämänkatsomus)
926. Energiantuotannosta Jyväskylän seudulla
927. Ev.lut. kirkkomme on toiminut laittomasti
928. Bush vaihtoi valtiota -keskustelu poistettu
929. Uusi Jyväskylä takaa vahvan irtisanomissuojan
930. Joko alatte uskoa?

Taloussanomien.fi

931. Digifiasko piinaa lähes joka kotia
932. Gatesin lahja saa ymmärrystä vain keskustasta
933. Kilpailijat noukkivat Tietoenatorilta parhaat työntekijät

934. Asuntoja tulee myyntiin ennätysmäärä
935. Bensalasku kipuaa yli 2000 euroon vuodessa
936. Reilu jätjän kulttuuri yllyttää seksuaaliseen häirintään

Uusisuomi.fi

937. Verinen sisällissota alkoi 90 vuotta sitten
938. Amiraali Kaskeala kertoi olevansa "punikin" pojanpoika
939. Santavuoren "negroidi-puheista" huomautus
940. Google generation - menetetty tapaus?
941. Sananvapaus vaakalaudalla
942. Se se on saatana, ettei..."

Sunnuntai 3.2.2008 kello 17

Aamulehti.fi

943. Nokian vesikriisi (22 261)
944. Onko susia liikaa? (3976)
945. Onko uskonnoilla liikaa valtaa? (3288)
946. Kielikeskustelu (2576)
947. Ymmärrätkö naispappeusriitoja? (1914)
948. Onko Suomessa akkavalta? (1726)

HS.fi

949. Koirankakkasota käynnistyi poikkeuksellisen aikaisin
950. Sdp menetti kannatusta, kokoomus suosituin tammikuussa
951. Helsingin keskustan romanikerjäläiset asuvat telttaleirissä sillan alla
952. USA:n laivasto odottaa ihmetykin valmistumista aluksilleen
953. Sdp kannattaa Naton nopean toiminnan joukkoihin osallistumista
954. Venäjä syyttää Etyjiä Venäjän-vastaisesta sabotaasista

Iltalehti.fi

955. Mitä mieltä olet Kaisa Variksen uudesta doping-epäilystä?
956. Onko Suomen hiihdon maine mennyt?
957. Toimiko Kanerva viisaasti vastaanottamalla moottoripyöräjengin lahjan?
958. Suhtaudutaanko Suomessa liian kevytmielisesti uskovaisten tunteisiin?
959. Riittääkö herätyskellon pirinä hädän perusteeksi?
960. Ilmiantaisitko varkaan työpaikallasi?

Kaleva.fi

961. Miehetkö korvaamattomia työelämässä?
962. Jääräpäisiä vanhempia
963. Lappi - Suomen paratiisi
964. Volvon laatu!
965. Kenellä huonoin tuuri?
966. Hallitus myöntää mokansa

Keskisuomalainen.fi

967. KMO ja MT (uskonto ja elämäkatsomus)
968. Onko elinikäinen kilpailukiello liian ankara?
969. Mitä on tapahtunut Keljonlahdella?

- 970. Bush vaihtoi valtiota -keskustelu poistettu
- 971. Itkeviä patsaita ja puhuvia miehiä
- 972. Joko alatte uskoa?

Taloussanomat.fi

- 973. Digifiasko piinaa lähes joka kotia
- 974. Bensalasku kipuaa jo yli 2000 euroon vuodessa
- 975. Velkakriisi muhii myös Suomessa
- 976. Microsoft ostamassa Yahoona
- 977. Gigantti kannustaa työtovereiden vasikointiin
- 978. IBM lisää Ubuntu-tarjontaansa

Uusisuomi.fi

- 979. Amiraali Kaskeala kertoi olevansa "punikin" pojanpoika
- 980. Santavuoren "negroidi-puheista" huomautus
- 981. Google generation - menetetty tapaus?
- 982. Sananvapaus vaakalaudalla
- 983. Väkivalta kuuluu jääkiekkoon
- 984. "Se se on saatana, ettei..."