

TAMPEREEN YLIOPISTO

Hanna Syrjälä

”EI RÖYHKEÄMPIÄ VAAN ROHKEAMPIA”

Haastattelututkimus iltapäivälehtien toimittajien ammatillisesta omakuvasta

Tiedotusopin pro gradu -tutkielma

Joulukuu 2006

# TAMPEREEN YLIOPISTO

Tiedotusopin laitos

SYRJÄLÄ, HANNA: ”Ei röyhkeämpiä vaan rohkeampia”. Haastattelututkimus iltapäivälehtien toimittajien ammatillisesta omakuvasta.

Pro gradu -tutkielma, 89 s., 4 liites.

Tiedotusoppi

Joulukuu 2006

-----

Tutkielmassa tarkastellaan, millainen on iltapäivälehtien toimittajien ammatillinen omakuva. Taavoitteena on selvittää, miten toimittajat mieltävät käytännön arkensa, työpaikkansa ja ammatilliset ihanteet. Yhtenä kiinnostuksen kohteena on, miten lehden myyntipaine vaikuttaa sekä arkeen että käsityksiin journalistisesta työstä.

Tutkielman teoriaosuuden avainkäsite on ihanteellinen journalismi. Teoriassa käydään läpi muun muassa sitä, miten populaarijournalismia kritisoidaan ihanteita vasten, millainen on journalistinen hierarkia ja millaisia pelkoja journalismin tulevaisuuteen liittyy.

Empiirinen osa muodostuu kymmenestä iltapäivälehdien toimittajan teemahaastattelusta. Toimittajista puolet on Ilta-Sanomista ja puolet Iltalehdestä. Kahdeksan toimittajaa työskenteli kotimaan osastolla, kaksi taas viihdeosastolla.

Haastatelluilta toimittajilta löytyi viisi erilaista, osittain päällekkäistä motiivia työskennellä iltapäivälehdessä. Ensimmäinen motiivi on itsensä toteuttaminen, toinen uutiskilpailussa kilvoittelu. Kolmas motiivi on epäkohtiin puuttuminen ja ihmisten auttaminen. Neljäs motiivi taas on valtaapitävien vahtiminen ja lukijalle tiedon etsiminen. Viides motiivi on tunne vallasta.

Omaa työpaikkaa kritisoitiin paikoin voimakkaastikin, mutta pääosin toimittajat olivat mielellään iltapäivälehdessä töissä. Toimittajien mukaan parhaimmillaan iltapäivälehti paljastaa epäkohtia ja kertoo kaunistelematta, mikä yhteiskunnassa on vikana. Iltapäivälehtien hyväksi puoleksi nähtiin myös se, että ne ovat lukijoidensa näköisiä. Erityisen iltapäivälehtimäisiksi piirteiksi nimettiin kiinnostava kerrontatapa, ihmisen kautta kertominen ja puheenaiheiden luominen.

Osa toimittajista koki olevansa osavastuussa lehden kaupaksi käymisestä, osaa taas koko asia ei edes kiinnostanut. Myyvyyden tarve henkilöityi toimituksissa esimiehiin, jotka toisinaan ohjaavat toimittajien työtä rankallakin kädellä. Viime kädessä käsitteet myyvyys, kiinnostavuus ja hyvä toimittajan työn tekeminen näyttivät sekoittuvan.

Julkisuuden toimintalogiikan toimittajat näkivät varsin kovana. Julkisuus hahmottui tilana, jonne ihmiset haluavat tulla esittämään itsensä mahdollisimman positiivisessa valossa. Niinpä toimittajien tehtävä on seistä tiukkoina julkisuuden portinvartijoina. Yksityisiin ihmisiin suhtauduttiin kuitenkin pehmeästi. Esimerkiksi toimittajien eettiset ongelmat liittyivät pitkälti jutun kohteen suojelemiseen.

Toimittajien työn kirkkaimmiksi johtoajatuksiksi nousivat totuus ja lukijan palveleminen. Haastateltujen toimittajien käsityksen omasta työpaikasta voi kiteyttää näin: sanotaan lehdestä mitä sanotaan, mutta ainakin jutut ovat totta ja ihmiset haluavat lukea niitä.

<b>1. JOHDANTO.....</b>	<b>1</b>
1.1. TOIMITTAJAT JA KAHDET ARVOT .....	1
1.2. TUTKIMUSKYSYMYKSET JA AIHEEN PERUSTELU .....	2
1.3. TUTKIJAT JA ENNAKKOLUULOT .....	4
<b>2. MITÄ ILTAPÄIVÄLEHDET OVAT .....</b>	<b>5</b>
2.1. TABLOID-LEHTIEN HISTORIAA .....	5
2.2. ILTA-SANOMAT JA ILTALEHTI.....	5
2.3. KANSALLINEN KONTEKSTI .....	6
2.4. TABLOIDEILLE TYYPILLISIÄ PIIRTEITÄ .....	7
2.5. LÖÖPIT .....	10
<b>3. TABLOIDIT KRITIIKIN KOHTEINA .....</b>	<b>12</b>
3.1. IHANTEELLINEN JOURNALISMI.....	12
3.1.1. <i>Journalismi demokratian tukijana</i> .....	12
3.1.2. <i>Habermas ja julkinen tila</i> .....	13
3.2. TABLOIDIT JA IHANTEELLINEN JOURNALISMI.....	14
3.3. JOURNALISMIN MATALA JA KORKEA .....	15
3.4. JOURNALISMIN TULEVAISUUS .....	17
3.4.1. <i>Markkinoituminen</i> .....	17
3.4.2. <i>Tabloidisaatio</i> .....	18
3.5. POPULAARIN PUOLUSTUSPUHE .....	19
<b>4. TOIMITTAJAT .....</b>	<b>22</b>
4.1. JOURNALISTITIETIikka .....	22
4.1.1. <i>Journalistieettiset ohjeistot</i> .....	22
4.1.2. <i>Journalistietiikka käytännössä</i> .....	23
4.1.3. <i>Onnettomuusjournalismi eettisenä kysymyksenä</i> .....	24
4.2. IHANTEELLINEN TOIMITTAJA .....	25
4.2.1. <i>Toimittajien käsityksiä työstään</i> .....	25
4.2.2. <i>Ihanteiden ja todellisuuden välinen kuilu</i> .....	27
4.2.3. <i>Toimittaja organisaatiossa</i> .....	28
4.2.4. <i>Toimittaja yksilönä</i> .....	28
<b>5. TABLOIDIEN TOIMITTAJAT .....</b>	<b>30</b>
5.1. ILTAPÄIVÄLEHTIEN TOIMITTAJAT RUOTSALAISTUTKIMUSTEN MUKAAN .....	30
5.1.1. <i>Ekström ja Nohrstedt: Eettisiä mutta kovia</i> .....	30
5.1.2. <i>Melin-Higgins: Kriittisiä vallan vahtikoiria</i> .....	31
5.2. DEUZE: HAUSKASTA TYÖSTÄ NAUTTIJOITA.....	31
5.3. BIRD: KUTEN MUUTKIN MUTTA VIHTEELLISIÄ.....	32
<b>6. AINEISTO JA MENETELMÄT .....</b>	<b>34</b>
6.1. AINEISTO.....	34
6.2. TIEDON KERÄÄMINEN .....	35
6.2.1. <i>Teemahaastattelu tiedonkeruun menetelmänä</i> .....	35
6.2.2. <i>Omat kokemukset teemahaastattelusta</i> .....	36
6.3. PELKISTYKSISTÄ SYNTEESIIN.....	37
6.4. PUHEEN JA TODELLISUUDEN VASTAAVUUS .....	38
6.4.1. <i>Valehtelevatko he?</i> .....	38
6.4.2. <i>Kaunistelu ja onnellisuusmuuri</i> .....	39
<b>7. ANALYYSI.....</b>	<b>41</b>
7.1. TOIMITTAJA TYÖSSÄÄN.....	41
7.1.1. <i>Toimittaja osana koneistoa</i> .....	41
7.1.2. <i>Toimittaja julkisuuden portinvartijana</i> .....	42
7.1.3. <i>Reiluus ja hyvät tavat</i> .....	44
7.1.4. <i>"Minä en mihinkään lööppeihin halua"</i> .....	46
7.1.5. <i>Onnettomuusjutut</i> .....	47
7.2. ETIIKKA .....	48
7.2.1. <i>Onnettomuudet eettisenä kysymyksenä</i> .....	48

7.2.2. Muut eettiset ongelmat.....	50
7.2.3. Moraalin rajat, periaatteet ja huono omatunto.....	52
7.3. SUHDE LUKIJAAN.....	54
7.3.1. Lukijan kaverit.....	54
7.3.2. Lukija: kiittämätön kuningas.....	56
7.4. SUHDE LEHTEEN.....	57
7.4.1. Iltapäivälehtimäisyys.....	57
7.4.2. Toimittajat ja lehden linja.....	59
7.4.3. Yhteiskunnallinen toimija vai aikuisten Aku Ankka?.....	61
7.4.4. Motiivi työskennellä iltapäivälehdessä.....	62
7.4.5. Lehti myytävänä tuotteena.....	65
7.5. IDENTITEETTI.....	68
7.5.1. Minä ja muut.....	68
7.5.2. Iltapäivälehti vs. ”joku Hesari”.....	70
7.5.3. Tabloidisaatio.....	71
<b>8. JOHTOPÄÄTÖKSET.....</b>	<b>73</b>
8.1. JOURNALISTISET JA KAUPALLISET ARVOT.....	73
8.2. AMMATILLISET IHANTEET.....	74
8.3. JOURNALISMIN ITSEMÄÄRITTELY.....	76
8.4. TYÖN KOKEMINEN.....	77
8.5. TOIMITTAJAN TYÖN TULEVAISUUS.....	78
8.6. KRITIIKKI VS. TOIMITTAJAT.....	80
<b>9. LOPUKSI.....</b>	<b>82</b>
<b>LÄHTEET.....</b>	<b>84</b>
<b>LIITTEET</b>	

# 1. Johdanto

- Lukijat vähenee joka päivä. Eikö me voitaisi vaihteeksi tehdä lehteä hieman ylevämpiä ajatusten varassa?
- Älä opeta viisaampaasi. Mua ei opeta kukaan muu kuin lehtiyhtiön hallitus. Jos sä löydät jostain ylevän ajatuksen niin piilota se samaan pussiin parhaan pukusi kanssa. Käytä sitä vain häissä ja hautajaisissa, muuten se menettää prässinsä ja likaantuu. (Salminen 2001, 107.)

Arto Salmisen Paskateoria-romaani käyttää railakkaasti hyväkseen iltapäivälehdien toimittajia koskevia ennakkoluuloja. Romanin toimittajat ovat läpeensä paatuneita ihmisiä, jotka hyväksikäyttävät haastateltaviaan, ajattelevat vain myyviä lööppijuttuja ja ovat enemmän tai vähemmän törkeitä myös työnsä ulkopuolella. Yllä olevassa lainauksessa iltapäivälehdien toimittaja ja päätoimittaja keskustelevat lehden suurista linjoista.

Iltapäivälehdet ovat välineitä, joista jokaisella on mielipide. Lehtiä pidetään usein rahan perässä juoksijoina, toisten yksityisyyteen tunkeutujina ja pelkän sensaation metsästäjinä. Tästä syystä myös toimittajat leimautuvat likasankojournalisteiksi ja hävyttömiksi ihmisiksi.

Haastattelin tätä tutkielmaa varten kymmentä iltapäivälehdien toimittajaa. Kysyin eräältä toimittajalta, millaisina iltapäivälehtien toimittajia pidetään. Hän vastasi: ”Helvetin röyhkeinä ja vähän ehkä löyhämoraalisina myös”. Iltapäivälehtien toimittajat ovat siis kiistanalainen ja jo siksi varsin kiinnostava ammattiryhmä.

## 1.1. Toimittajat ja kahdet arvot

Journalismi on määritelty ajankohtaiseksi ja faktapohjaiseksi joukkoviestinnäksi. Journalismi on myös itsenäistä ja edustavaa; se varjelee itsenäisyyttään muihin yhteiskunnan valtaa käyttäviin instituutioihin nähden ja pyrkii edustamaan yleisön ääntä ja näkökulmaa julkisuudessa. Yleisön edustamiseen kuuluu, että journalismi pyrkii asettamaan muun muassa päättäjät ja heidän toimensa yleisön arvioitavaksi. (Kunelius 1998, 18–20.) Vallan vahtiminen, demokratian tukeminen ja yhteisöjen koheesion ylläpitäminen ovat journalismin perinteisiä kantavia ideoita. Ideoiden toteutuksessa ohjenuorina toimivat muun muassa lait ja journalistieettiset periaatteet.

Jotta journalismi voi onnistua tehtävissään, se tarvitsee yleisöä. Vallan vahtiminen ei ole kovin uskottavaa, jos kukaan ei seuraa tuota vahtimista. Myöskään kummoista koheesiota ei voi syntyä viestinnällä, jolla ei ole yleisöä.

Yleisöä tarvitaan kuitenkin myös siihen, että viestimen toiminta on kaupallisesti kannattavaa. Moneenkaan tiedotusvälineen toiminta ei voi jatkua, jos tuote ei saa yleisöä. Yleisö maksaa tuotteesta

suoraan, mutta on myös houkutin mainostajille. Journalismin tekemiseen sekoittuvat siis paitsi journalistiset, myös kaupalliset arvot.

Niemisen ja Pantin mukaan journalismin kaupalliset arvot perustuvat pohjimmiltaan siihen, mitä yleisön katsotaan haluavan, ja ne palvelevat lopulta nimenomaan mediaorganisaation taloudellisia tavoitteita. Journalistiset ja taloudelliset periaatteet joutuvat välillä ristiriitaan keskenään. Nämä tilanteet ratkeavat yleensä taloudellisen hyväksi: kaupallinen intressi asettuu organisaation ylemmän johdon vaatimuksesta etusijalle. (Nieminen & Pantti 2004, 105, 108.)

Journalististen ja kaupallisten arvojen rinnakkaiselo määrittää lähes kaikkien toimittajien työtä. Kuitenkin voi olettaa, että iltapäivälehdien toimittajat toimivat selkeämmin journalististen ja kaupallisten arvojen ristipaineessa kuin esimerkiksi maakuntalehdien toimittajat, koska iltapäivälehdien pitää myydä itsensä joka kerta erikseen.

Kahdet arvot voi ymmärtää myös journalismin ihanteina ja käytännön työn määrittäminä sääntöinä, kuten tabloid-toimittajia Iso-Britanniassa haastatellut Rhoufari tekee. Ihanteet ovat journalistisia arvoja, käytännön sanelemat säännöt taas kaupallisia. Rhoufarin mukaan tabloidien toimittajat jakavat kaikille toimittajille yhteiset ammatilliset standardit, mutta heillä on erikseen päivittäinen ammatillinen käytäntönsä implisiittisine sääntöineen. Näitä sääntöjä määrittää suuresti tiukka kilpailutilanne. Lopputuloksena tabloid-toimittajien voi olla vaikea yhdistää perinteistä journalisti-ideologiaa ja puhetta käytännön työstään. (Rhoufari 2000, 164, 168–169, 173.)

## **1.2. Tutkimuskysymykset ja aiheen perustelu**

Tutkimuskysymyksiäni ovat tässä työssä: Miten iltapäivälehdien toimittajat kokevat työnsä kaksien arvojen välissä? Millaiset ammatilliset ihanteet toimittajilla on? Entä miten toimittajat ylipäänsä kokevat työnsä? Mikä siinä pidetään tärkeänä?

Tutkimusaiheeni ensimmäinen perustelu on yleinen kiinnostavuus. Uskon, että itseni lisäksi moni muukin haluaa tietää, mitä iltapäivälehtien toimittajat ajattelevat työstään. On yksinkertaisesti kiinnostavaa, mitä toimittajat miettivät etiikasta, millaista onnettomuusjuttujen tekeminen on ja miten haastateltavat suhtautuvat iltapäivälehdien toimittajaan.

Toinen syy tutkimusaiheen valintaan on journalismin tulevaisuus. Viime vuosina on puhuttu median tabloidisaatiosta, johon liittyvät kasvava sensaationhakuisuus, skuuppikilpailu, visuaalistuminen

ja viihteellistyminen. Synkimmissä tuomiopäivän kuvissa koko media muuttuu vaikeita yhteiskunnallisia aiheita vältteleväksi, höyhenenkevyeksi viihteeksi.

Eittämättä jonkinlaista viihteellistymistä ja markkinoitumista mediakentässä on tapahtunutkin, mutta pahimmat kauhukuvat ovat vielä kaukana. Teoreettinen ajatus iltapäivälehtimäisemmästä medias- ta tarkoittaisi kuitenkin myös iltapäivälehtimäisempiä toimittajia. Tässä on yksi syy, miksi iltapäi- välehtien toimittajia on tärkeää tutkia. Heidän työstään voi mahdollisesti tehdä joitakin varovaisia ennustuksia toimittajan työn tulevaisuudesta.

Kolmas perustelu on lainaa Alankomaissa tabloid-toimittajia tutkineelta Deuzelta, joka selvitti mil- laisin eri tavoin tabloidien tekijät antavat merkitystä ammatti-identiteetilleen ja tekemälleen journa- lismille. Deuze kutsuu tabloidien toimittajia marginaalissa toimiviksi. Heidän työnsä poikkeaa siitä, mitä pidetään hyvänä tai oikeana journalismina, ja tarjoaa siksi näkymän siihen, kuinka journalismi organisoituu ja määrittelee itseään. Tämä määrittely puolestaan vaikuttaa siihen, kuinka journalismi toimii. (Deuze 2005, 862.) Iltapäivälehtien toimittajien kokemusten ja mielipiteiden tutkiminen on siis myös sen kartoittamista, mitä pidetään journalismina ylipäänsä.

Dahlgren on kritisoinut journalismin itsemäärittelyn tapoja ahtaiksi. Journalismi haluaa esittää it- sensä tiukasti rationaalisuuteen ankkuroituna, eikä esimerkiksi nauttimista haluta tunnustaa journa- lismien päämääräksi. Dahlgrenin mielestä journalismin realiteetit ja ulospäin esiintyminen ovat eri paria. (Dahlgren 1992, 7, 15–16). Conboy on esittänyt samantyyppistä kritiikkiä. Conboyn mukaan journalismi vaalii kanonisoitua uskoa poliittisen journalismin keskeisyyteen. Poliitiikan ja viihteen välinen raja on journalismissa erityisen kriittinen, koska se toimii tärkeänä tukipisteenä journalismin omissa hierarkioissa ja itsemäärittelyissä. (Conboy 2002, 139.)

Iltapäivälehdillä on poliittinen ulottuvuutensa, mutta koko lehteä leimaa viihteellisyys. Kun journa- lismilla on tiukasti määritellyt tavat puhua itsestään, on mielenkiintoista selvittää, pystyvätkö iltä- päivälehtien toimittajat laajentamaan noita diskursseja. Pitäytyvätkö he perinteisissä journalistisissa ihanteissa vai syntykö peräti journalistisia hybridi-ihanteita, joihin on mahdutettu tarve myydä lehteä?

Perinteisiin ihanteisiin on ainakin pakko ollut jotenkin asemoitua. Uskoakseni suomalaisten toimit- tajien on työpaikastaan riippumatta ymmärrettävä työnsä niin, että se ei ainakaan suuresti ole risti- riidassa journalististen ihanteiden kanssa. Toisaalta on myös ajateltavissa, että jos toimittaja kokee joutuvansa loukkaamaan perinteisiä journalistisia ihanteita, on työssä oltava jotakin sellaista, joka saa jatkamaan siinä. Nämä hyvät puolet ovat kiinnostavia sinänsä.

### 1.3. Tutkija ja ennakkoluulot

Tutkija ei voi koskaan täysin vapautua ennakkokäsityksistään. Itse en kuitenkaan suhtautunut iltapäivälehtien toimittajiin alun alkaen niin ennakkoluuloisesti kuin jotkut olisivat saattaneet vastavassa tilanteessa suhtautua. Syynä on, että olen työskennellyt muutama vuosi sitten taittosihteerinä Ilta-Sanomissa. Pestini kesti kaksi kesää. Lisäksi kävin taittamassa tarvittaessa töihin tulevana. Tuo kokemus loi minulle tiettyjä käsityksiä iltapäivälehden toimittajista. Tiesin esimerkiksi, että toimituksissa kyllä pohditaan eettisiä kysymyksiä ja jaetaan pitkälti samat ammatilliset säännöt kuin muissakin välineissä.

Tiesin myös sen, että iltapäivälehdissä kaikki toimittajat eivät ole kärkevimpien lööppijuttujen tekijöitä, vaan jotkut toimittajat ovat erikoistuneet esimerkiksi kuluttajajuttuihin tai politiikkaan. Se on hyvä muistaa myös tätä tutkielmaa lukiessa. Iltapäivälehden toimittajat eivät ole homogeeninen ryhmä, mitä selventää sitaatti tätä tutkielmaa varten tehdystä haastattelusta:

K: Pitäiskö iltapäivälehden toimittajia arvostaa enemmän ja millä perusteella kaiken kaikkiaan?

H10: Mun mielestä kaikki toimittajat on yksilöitä, että jokainen viime kädessä hankkii tai ansaitsee sen verran arvostusta tai haukkuja, mihin on oikeutettu. En mä usko siihenkään, että kaikki papit on laupiaita. Et on niin kun kaikkien ihmisten välillä tiettyjä eettisiä ja tämmösiä eroja esimerkiksi.

Olen pyrkinyt rakentamaan teoriaa ja tulkitsemaan aineistoa mahdollisimman avoimin mielin. Valinnoissani leijui taustalla Dahlgrenin käsitys journalismin ahtaista määrittelyistä. Tein parhaani vapautuakseni edes hieman ajatuksista, joiden mukaan populaarijournalismi on aina väistämättä pahasta. Pikemminkin halusin pohtia, mitä tuon yleisen käsityksen taustalla on. Niinpä päädyin miettimään muun muassa sitä, mitä matalan ja korkean erottelu tarkoittaa journalismissa.

Yritin myös pitää lupauksen, jonka tavallaan annoin eräälle tähän tutkielmaan haastatellulle toimittajalle. Hän kysyi aiheeni kuullessaan, onko tämä taas sellainen ”iltapäivälehden toimittajat ovat tyhmiä” -tutkimus.

Ei. Ei tämä ole sellainen.



## **2. Mitä iltapäivälehdet ovat**

Tässä luvussa esittelen haastattelemini toimittajien edustamat tiedotusvälineet eli iltapäivälehdet. Kerron paitsi itse lehdistä, myös tabloid-lehtien ominaispiirteistä sinänsä. Lopuksi esittelen viimeaikaisia lööppitutkimuksia ja -keskusteluja.

### **2.1. Tabloid-lehtien historiaa**

Bird pitää tabloid-lehtien varhaisimpina esi-isinä 1600-luvulla julkaistuja katuballadeja ja muuta katukirjallisuutta, koska tällainen katukirjallisuus sisälsi muun muassa juoruja sekä sensationalistista ja dramaattista aineistoa. Varsinaisesti iltapäivä- tai tabloid-lehtien historian voi kuitenkin katsoa alkaneen 1800-luvun alkupuolella, jolloin Yhdysvalloissa alettiin myydä penny press -nimen alle meneviä lehtiä. Human interest -juttuja sisältäneet lehdet saivat nimensä halvasta hinnastaan. (Bird 1992, 8–16.)

Keltainen lehdistö nousi Yhdysvalloissa kukoistukseensa 1800-luvun loppupuolella, kun Joseph Pulitzer osti New York Worldin, laski sen hinnan ja teki jännittäviä paljastusjuttuja muun muassa hallinnon korruptoituneisuudesta. William Randolph Hearst alkoi tehdä samalla konseptilla San Francisco Examineria ja New York Journalia. (emt., 16–18.) Hearst näytti, että uutisilla voi tienata yhtä hyvin kuin öljyllä. Hän painatti edullisia lehtiä, joissa oli paljon kuvia, juttusarjoja ja sarjakuvia. The Yellow Kid -nimisen sarjakuvan mukaan nimettiin koko keltainen lehdistö. (Baran & Davis 2000, 42.)

Tabloid oli alun perin lääkepillerin nimi, jossa yhdistyivät sanat tablet ja alkaloid. Pillerinvalmistaja Burroughs, Wellcome & Co. rekisteröi tabloidin tavaramerkikseen Iso-Britanniassa vuonna 1884. Muutamaa vuotta myöhemmin oli jo tavallista kuvata tabloidiksi kaikkea, missä jokin esiintyi tiivistyneenä. (Tulloch 2000, 146.) Örnebringin ja Jonssonin (2004, 287) mukaan tabloid-sanan otti lehdistä puhuttaessa käyttöön brittiläinen lordi Northcliffe. Lordi halusi lehdensä Daily Newsin olevan kuin pieni tiivis pilleri, joka vastaa uutistarpeeseen yhdessä kätevässä paketissa.

### **2.2. Ilta-Sanomien ja Iltalehti**

Suomessa on tällä hetkellä kaksi iltapäivälehteä, Ilta-Sanomien ja Iltalehti. Hämäävästä nimestä huolimatta lehdet painetaan yöllä kuten muutkin sanomalehdet, ja ne ovat jo aamulla myynnissä. Lehtiä myydään pelkästään irtonumeroina.

Eljas Erkkö perusti Ilta-Sanomien vuonna 1932 kertomaan Mäntsälän kapinasta, koska Helsingin Sanomien lisälehti oli liian pieni suurelle uutiselle. Ilta-Sanomien oli aluksi tarkoitettu Helsingin Sanomien lisäkkeeksi, joka ilmestyisi tarpeen mukaan. Jo saman vuoden syksynä sitä kuitenkin alettiin julkaista kuutena päivänä viikossa. Vuonna 1949 lehti eriytyi Helsingin Sanomista. (Tommila 1988, 184.)

Iltalehti taas perustettiin syksyllä 1980 Uuden Suomen kolmanneksi painokseksi. Ilmoitukset ja osa toimituksellista aineistoa olivat samat kuin aamun Uudessa Suomessa, mutta lisäksi lehdessä oli iltapäivälehtimäistä, myyvää aineistoa. Aluksi toimitus oli pääosin yhteinen emolehden kanssa, mutta eriytyi myöhemmin. (emt., 183.)

Iltapäivälehdillä menee tällä hetkellä varsin hyvin. Jos mukaan lasketaan sekä seitsemän että kuusi kertaa viikossa ilmestyvät sanomalehdet, Ilta-Sanomien on levikiltään Suomen toiseksi suurin ja Iltalehti kolmanneksi suurin lehti. Vuonna 2005 Helsingin Sanomien levikki oli 1 097 000, Ilta-Sanomien 925 000 ja Iltalehden 690 000. (Huuskonen 2006, A9.) Iltapäivälehdet olivat 1990-luvun menestyneimpiä sanomalehtiä, joiden yhteislevikki kasvoi jopa lama-aikana. Nyt kuitenkin kokonaiskasvu näyttää tyrehtyneen, mikä saattaa johtua kovasta kilpailusta 7 päivää-, Oho- ja Katsolehtien kanssa. Iltapäivälehtiä voi lukea myös internetissä, mikä varmasti osaltaan vähentää paperilehden lukijoiden määrää.

### **2.3. Kansallinen konteksti**

Sana tabloid on monimerkityksinen ja siksi myös ongelmallinen. Ensinnäkin tabloid viittaa lehden kokoon, joka on pienempi kuin broadsheet. Esimerkiksi Kauppalehti on kooltaan tabloid. Toiseksi tabloid viittaa määrätynlaisiin viihteellisiin sisältöihin, jollaisia vaikkapa Kauppalehdessä taas ei ole. Sen sijaan laajasti ottaen esimerkiksi 7 päivää -lehden sisältöä voi pitää tabloidina, vaikka lehti ei olekaan sitä kooltaan. Jotta määrittely menisi vielä vaikeammaksi, on tabloidiksi kutsuttu toisinaan lähes kaikkea sitä mitä infotainmentiksikin, eli uutis- ja viihdeaineiksikin sekoittavia mediasisältöjä. Erityisesti Yhdysvalloissa puhutaan tabloid-televisiosta, jollaista lajityyppiä edustavat esimerkiksi ihmisten ongelmilla herkutteleva Jerry Springer -show ja poliisien työtä kuvaava The Cops.

Suomalaiset iltapäivälehdet ovat ainakin kooltaan tabloideja, mutta esimerkiksi Herkmanin mielestä ne eivät sisällöltään välttämättä ole sitä. Ilta-Sanomien ja Iltalehti eroavat suuresti esimerkiksi yhdysvaltalaisista tai keskieurooppalaisista tabloideista, joita pidetään tabloidien prototyyppinä. (Herkman 2005, 288.)

Tabloideista puhuttaessa onkin tärkeää muistaa kansallinen konteksti. Yhdysvalloissa myytävissä supermarket-tabloideissa voidaan kertoa ufoista ja kummituksista (Bird 1992, 60), kun taas esimerkiksi Ruotsin ja Norjan tabloidit sisältävät vakavaksi ja laadukkaaksikin tunnustettua materiaalia (Gripsrud 1992, 84). Pohjoismainen tyyli pätee myös Suomen iltapäivälehtiin. Vaikka ne ovat viih-teellisiä ja myyvät itsensä usein sensaatioilla, ne ovat myös uutislehtiä ja varteenotettavia tekijöitä suomalaisessa mediamaisemassa.

Sparks (2000, 14) on muodostanut lehtityypeistä janan, joka mittaa lehden tabloid-astetta. Lehtityypit ovat vakava, puolivakava, vakava populaari, tabloid ja supermarket-tabloid. Sekä Kivioja (2004, 26) että Herkman (2005, 288) luokittelevat suomalaiset iltapäivälehdet vakavien populaarien joukkoon. Luokittelu on kannatettava. Sparksin (2000, 15) mukaan vakavaa populaarilehdistöä edustavat visuaalisuutta painottavat sanomalehdet, jotka sisältävät skandaaleja, urheilua ja viihdettä, mutta jakavat olennaisilta osin samat uutisarvot kuin lehdistön vakavampi siipi. Tämä pätee suomalaisiin iltapäivälehtiin. Muun muassa Kivikuru ja Rantanen (2001, 146) ovat arvioineet, että etenkin jos lööpit ja kannet jätetään pois laskuista, suomalaiset tabloidit eivät ole kansainvälisesti vertaillen tabloidien sensaationhakuisimmasta päästä.

Vaikka tabloid-lehdet ovat erilaisia eri maissa, on niissä kaikissa jotakin yhteistä. Maasta toiseen lehdet myyvät itsensä räväköin keinoin. Ostamisen houkuttimena toimivat kuvakylläiset kannet ja uteliaisuutta herättävät otsikot. Tavallisia kansiaihteita ovat esimerkiksi julkkisten sattumukset, oudot tapahtumat ja onnettomuudet.

Kansallisen kontekstin näkökulmasta huomionarvoinen seikka on, että Suomessa ei ole kovin valta-vaa erottelua laatulehtien ja tabloidien välillä. Esimerkiksi Iso-Britanniassa lehtien luku on luok-kasidonnaisempaa ja ihmiset lukevat usein vain yhtä lehteä (Sparks 1992, 37). Suomessa taas kansa ja eliitti kerääntyvät samojen sanomalehtien äärelle ja iltapäivälehtiä luetaan usein muiden lehtien rinnalla.

## **2.4. Tabloideille tyypillisiä piirteitä**

Tabloidien ominaispiirteet nousevat esiin selkeimmin, kun niitä vertaa muihin sanomalehtiin. Täl-laisissa vertailuissa muita sanomalehtiä tavataan kutsua laatulehdiksi, broadsheeteiksi, vakaviksi lehdiksi tai valtavirraksi. Itse pyrin välttämään arvottavaa sävyä ja käyttämään muista sanomaleh-distä enimmäkseen sanaa päivälehdet. Kaikissa asiayhteyksissä se ei kuitenkaan onnistu.

Gripsrudin (1992, 86) mukaan Norjassa tabloidit ja muut sanomalehdet eroavat paitsi ulkoasultaan myös siinä, mitä nostetaan uutisten kärkeen ja millaisia aiheita painotetaan. Näin on myös Suomessa. Muihin sanomalehtiin verrattuna iltapäivälehdet ensinnäkin hehkuvat visuaalisuutta. Otsikot ovat näyttäviä, kuvat suuria ja grafiikkaa käytetään suhteellisen paljon. Iltapäivälehtien ja päivälehtien uutiskärjissä on eroa: iltapäivälehdet lähtevät usein liikkeelle jostakin yksityiskohdasta tai henkilöön liittyvästä asiasta. Vaikka iltapäivälehdillä on omia uutisia, monet aiheet ovat sellaisia, että ne ovat muissakin sanomalehdissä. Ulospano vain on erilaista eli iltapäivälehteen koko aukeamalle revitetty juttu voi olla päivälehdessä yhdellä palstalla.

Connell on huomannut, että ihmiset vertaavat usein päivälehtien uutisia ja tabloidien näkyvimpiä, huikkeitä reportaaseja ("fabulous reportage") keskenään. Tällöin lehtien väliset erot näyttävät räikeiltä. Tosiasiassa tabloidien ja päivälehtien uutiskäsitteet eivät Iso-Britanniassa juurikaan eroa toisistaan. (Connell 1998, 11–12.) Tämä lienee totta myös Suomessa.

Sparksin mukaan tyypillisiä aiheita tabloideille ovat urheilu, human interest, skandaalit ja viihde. Vähemmän niissä taas seurataan politiikkaa ja taloutta. Populaarilehdet, joihin tabloiditkin kuuluvat, keskittyvät enemmän ihmisiin kuin instituutioihin, ja niiden luonnetta leimaa pikemminkin paikallisuus ja välittömyys kuin kansainvälisyys ja pitkäaikaisuus. Henkilökohtaisuuden painottaminen ja ihmisten kautta kertominen on tyypillistä, ja henkilökohtaista käytetään paitsi keskeisenä elementtinä, myös tulkintakehyksenä. Yksilön kokemus tarjotaan avaimena sosiaalisen kokonaisuuden ymmärtämiseen, joskaan yksilön kokemuksella ei voi tavoittaa henkilökohtaisen ja sosiaalisen välissä olevia institutionaalisia rakenteita ja taloudellisia suhteita. (Sparks 1992, 38, 40; Sparks 2000, 10.)

Fisken (1992, 48) mukaan tabloidit toimivat yleisen ja yksityisen leikkauspisteessä, ja niiden tyyliä voi kuvata sensaationhakuiseksi, moralistiseksi ja populistiseksi. Nämä kaikki puolet toteutuvat suomalaisissa iltapäivälehdissä. Esimerkiksi poliitikot vaikuttavat päätyvän iltapäivälehtien sivuille yhä useammin yksityiselämänsä vuoksi. Sensaationhakuisuus toteutuu erityisesti kansissa, lööpeissä ja otsikoissa. Moraalisia neuvoja lehdet voivat antaa esimerkiksi paheksumalla julkkiksen ihmishuhdesotkuja. Populismia taas edustaa kaikenkertyyppinen "rötösherrojen" töppäilyjen julkistaminen. Kososen (2006, 22) määrittelyn mukaan populismiin kuuluu negatiivinen suhtautuminen vallanpitäjiin ja pyrkimys väärinkäytösten paljastamiseen. Esimerkiksi iltapäivälehtien taannoin käsittelemässä "pettäjäpiispan" tapauksessa yhdistyivät sekä moraalinen että populistinen aspekti.

Tabloid-lehdille on tyypillistä myös tunteiden herättäminen. Gripsrudin mielestä populaarilehdistön tunteissa kylpeminen muistuttaa jo melodraamaa. Lehdet viestittävät, että maailmassa on viime kädessä kyse vahvoista ja perimmäisistä tunteista kuten rakkaudesta, vihasta, surusta, ilosta, inhosta ja himosta. Tunteet liikuttavat lukijoina kaikkia, sosiaaliluokista riippumatta. Seksi ja kuolema herättävät vahvimmat tunteet, joten niihin keskitytään. (Gripsrud 1992, 87–88.)

Gripsrud kuvaa osuvasti populaarilehtien jutuntekotapaa. Jos pääministeri pitää puheen ja hänelle kihoaa kyynel silmään, populaarilehdistö keskittyy uutisoinnissaan ministerin emotionaaliseen tilaan enemmän kuin puheeseen. Populaarilehdet muun muassa spekuloiivat, miksi pääministeriä itketti. Aiheesta voi saada kaupallisesti menestyvän juttusarjan päiviksi tai jopa viikoiksi. (emt., 85.)

Langer kutsuu sellaisia uutisia tähteiksi, jotka eivät käsittele politiikkaa, taloutta tai sosiaalisia kysymyksiä. Tällaiset vakavien ja painavien uutisarvojen ulkopuolella olevat uutiset ovat ”muita” tai ”toisia”. Ne sisältävät human interestiä, käsittelevät pehmeitä aiheita tai ovat uutisia tulipaloista, onnettomuuksista ja erilaisista katastrofeista. Tyypillisiä aiheita ovat julkkisjutut, uhrikertomukset, artikkelit yhteisön kohtaamista vaaroista sekä rituaalien, traditioiden ja menneisyyden käsittelemisen. (Langer 1998, 8–9, 35.) Vaikka suomalaisissa iltapäivälehdissä on talouden ja politiikan juttuja, voi niiden nähdä tekevän pitkälti juuri tällaisia ”toisia” uutisia. Lehdet tosin eivät käsittele ainkaan huomattavan usein esimerkiksi suomettumista tai muuta menneisyyteen liittyvää asiaa, vaikka iltapäivälehdet ovatkin päivälehtiä enemmän kiinni eilisessä kuin huomissa. Iltapäivälehti keskittyy pitkälti kertomaan, mitä jo tapahtui, kun taas monet muut välineet pyrkivät ounastelemaan, mitä tulevaisuus tuo tullessaan.

Kaiken kaikkiaan iltapäivälehtiä määrittää keveys ja viihteellisyys. Bourdieu on kirjoittanut, miten fast food -kulttuuri on saavuttanut mediankin. Esimerkiksi televisioon kaivataan nopeita supliikin suoltajia, fast thinkers -ihmisiä. (Bourdieu 1999, 42–44.) Samanlaisen fast food -vertauksen kautta voi kuvata iltapäivälehtiäkin: ne ovat nopeaa, helppoa luettavaa, jolla kuittaa pahimman lukemisenälän tai tekemisen puutteen, mutta jotka eivät välttämättä jätä sen syvällisempää muistoa.

Seuraavan luvun aiheena ovat lööpit. Von Baghin ja Kosken mielestä lööpit ovat saaneet ihmisistä rajoittamattoman otteen. He kuvaavat lööppejä eräänlaisiksi viimeisiksi massatiedotusvälineiksi aikana, jolloin muuta joukkoviestintää pyritään räätälöimään kullekin entistä sopivammaksi. Lööpit on suunnattu kenelle tahansa, kaikille, eikä kellekään. Lööppejä tekevät nimettömät suomalaiset, joiden anonyymiyys vastaa lööppien lukijoiden ”kenenä tahansa olemista”. (Von Bagh & Koski 2000, 5, 117–118.)

Iltapäivälehtiä voi ylipäättäen pitää massatiedotusvälineinä. Erityisesti kulttuurintutkijat näkevätkin tabloidit populaarikulttuurin ja näin ollen myös massakulttuurin edustajina. Esimerkiksi Sparksin (1992, 30) mielestä populaarijournalistin on onnistuakseen tavoitettava massojen elämä ja elementtejä ihmisten tavallisesta kokemuksesta. Tabloidit eivät puhuttele erityisyleisöjä vaan ihmistä jokaisessa meissä. Kiinnostava human interest -juttu puhuttelee kaikkia ja voi parhaimmillaan ylittää jopa kulttuurierot.

## 2.5. Lööpit

Suomalaisen iltapäivälehdien näkyvin osa on lööppi eli myyntijuliste, joka tavoittaa päivittäin lähes jokaisen suomalaisen. Lööpeistä ja etusivuista on tehty viime vuosina myös suomalaistutkimuksia. Kivioja tutki vuoden 2002 Ilta-Sanomien lööppejä. Hän huomasi, että hyvä lööppi ja etusivu tehostivat lehden myyntiä ääritapauksissa liki 50 prosenttia ja normaalistikin 10–20 prosenttia. Kiviojan mukaan Ilta-Sanomien lööpeissä ylivoimaisesti yleisin aihepiiri on julkkisuutiset. Tutkimusvuonna niiden osuus lööppiotsikoista oli 46 prosenttia. (Kivioja 2004.)

Myös Huovilan mukaan julkisuuden henkilöt ovat yleisin aihe suomalaisten iltapäivälehtien lööpeissä. Tietyn tarkasteluajanjakson aikana vuosina 1999–2000 kolme viidestä Ilta-Sanomien ja Ilta-lehden lööppiotsikosta käsitteli julkkiksia. Toiseksi suurin ryhmä neljänneksen osuudella oli väkivalta, rikokset ja onnettomuudet. 6 prosenttia lööppiotsikoista käsitteli seksiä ja rakkautta. (Huovila 2002, 201.)

Mäkipää tutki vuosina 1980, 1993 ja 2000 ilmestyneiden Ilta-Sanomien etusivujen henkirikosuutisia. Hän huomasi, että henkirikosuutisoinnin perusainesosat ovat pysyneet muuttumattomina, mutta tunteisiin vetoavuus ja subjektiivisiin kokemuksiin perustuva tulkinta rikoksesta olivat saaneet suurempaa jalansijaa. Mäkipään päätelmä on, että henkirikosuutisten kehitys osoittaa Ilta-Sanomien liukuneen kohti tabloidimpaa ääripäätä erityylisten viestinten muodostamalla kuvitteellisella janalla. (Mäkipää 2004.)

Kivivuori, Kemppi ja Smolej tutkivat iltapäivälehtien vuosien 1980 – 2000 etusivuja. Iltapäivälehtien väkivaltautisoinnin huomattiin lisääntyneen voimakkaasti. Väkivaltautisointi myös visualisoitui ja irtautui konkreettisista tapahtumapaikoista. Väkivallan painottamista oli lisätty, vaikka yhteiskunnan todellinen väkivalta oli pysynyt suhteellisen vakaana tai jopa hieman vähentynyt. (Kivivuori & Kemppi & Smolej 2002.)

Leinosen tutkimusaiheena oli, millaisen yhteiskunnan iltapäivälehtien lööpit rakentavat. Leinosen mukaan lööppien yhteiskunta on julma ja traaginen, mutta vaalii osin samoja arvoja, jotka pitävät reaalistakin yhteiskuntaa koossa. Lööppi-yhteiskunnan uhat ovat usein tahoja, jotka kulttuurisesti mielletään yhteiskunnan tukipilareiksi. Tällaisia uhkia ovat huonot äidit, henkeä uhkaavat lääkärit ja rikollisen tavoin käyttäytyvät poliisit. (Leinonen 2006.)

Lööpit ja raflaavat kannet nostattavat sekä puheenaiheita että kiukkua, ja keväällä 2006 lööpit olivat erityisen kuuma keskustelun aihe. Aluksi Ilta-Sanomat ja Iltalehti saivat Mainonnan eettiseltä neuvostolta huomautukset joistakin lööpeistään, ja yleisönosastoissa paheksuttiin lööppejä lasten järkyttäjinä. Tämän jälkeen Ilta-Sanomien päätoimittaja Antti-Pekka Pietilä ja Helsingin yliopiston viestinnän tutkimuskeskuksen johtaja Juha Herkman väittelivät Helsingin Sanomien sivuilla siitä, ovatko lööpit raaistuneet. Pietilän mukaan eivät, koska surmat, seksuaalinen väkivalta ja lapsiin kohdistuvat rikokset saattavat synnyttää lukijoissa torjuntareaktion. Jo pelkästään siitä syystä niiden uutisoimista Ilta-Sanomien lööpeissä ja etusivulla on tietoisesti rajoitettu. (Herkman 2006a, C1; Herkman 2006b, C3; Pietilä 2006, C2.)

Keskustelu ei jäänyt vain Pietilän ja Herkmanin välille. Lapsiasiavaltuutettu Maria Kaisa Aula halusi kaappoihin lööpittämiä kassoja, mitä monet toimittajat pitivät kolumneissaan sananvapauden rajoittamisena. Lööppien nähtiin ainoastaan heijastavan todellisuutta, ei vaikuttavan siihen. Kuten toimittaja Akkanen kirjoitti Helsingin Sanomissa: lehtiä on turha syyttää, jos ne kertovat myös maailman nurjasta puolesta (Akkanen 2006, A2).

### **3. Tabloidit kritiikin kohteina**

Tabloidit ja muut populaarijournalismin edustajat ovat usein mediakritiikin kohteina. Puhe populaarijournalismin haitallisista vaikutuksista on vanhaa. Tabloid-journalismin syntyhetkistä lähtien sitä on kritisoitu liiallisesta tunteilla mässäilystä, sensaatioilla itsensä myymisestä ja valehtelusta (Örnebring & Jonsson 2004, 287).

Tabloid-kritiikin taustalla on käsityksiä ihanteellisesta journalismista. Siksi on hyvä silmäillä näitä käsityksiä ennen varsinaiseen tabloid-kritiikkiin pureutumista. Tabloid-kritiikkiin liittyy myös pelko tabloidisaatiosta eli koko mediakentän muuttumisesta iltapäivälehtimäiseksi. Niinpä esittelen myös journalismin tulevaisuuteen liittyviä pelkoja. Lopuksi annan populaarijournalismille puolustuspuheenvuoron.

#### **3.1. Ihanteellinen journalismi**

Lähestyn ihanteellista journalismia kahdesta näkökulmasta. Ensiksi esittelen median tehtävän liberaalisessa demokratiakäsityksessä. Toiseksi kerron Habermasin käsityksiä julkisen tilan rationaalisesta käytöstä.

##### **3.1.1. Journalismi demokratian tukijana**

Liberalistisen demokratiakäsityksen mukaan vapaa tiedonvälitys on toimivan demokratian välttämättömä edellytys. Tiedotusvälineillä on oppositioon rinnastettava rooli päätöksenteon vahtikoirana. Hyvin toimivassa tiedotusjärjestelmässä tieto poliitikkojen toiminnasta välittyy erilaisten tiedotusvälineiden kautta kansalaisille ja kansalaisten käsitykset politiikasta välittyvät tiedotusvälineiden kautta päättäjille. (Paloheimo & Wiberg 1997, 172.)

Media antaa parhaimmillaan toimintakykyä kansalaisille. Se jakaa tärkeää tietoa, toimii debatin foorumina, helpottaa yleisen mielipiteen muodostumista ja kertoo ihmisten näkemyksistä. Näin tehdessä se antaa ihmisille mahdollisuuden vaikuttaa hallintoon. Media toimii siis kansalaisten ja valtion välissä. (Curran 1991, 29.) Journalistien tehtävä on hankkia ja selittää kansalle informaatiota, joka on usein monimutkaista ja vaikeasti saatavaa. Ilman hyvin informoituja kansalaisia demokratia ei toimi.

Lehdistöä kutsutaan neljänneksi valtiomahdiksi. Sanontatavasta ilmenee paitsi lehdistön valta ja merkittävyys, myös riippumattomuus. Lehdistö tarkkailee kolmen muun valtiomahdin eli päätäntä-



toimeenpano- ja oikeudenkäyttövaltaa käyttävien toimintaa. Nykyään tosin kansalaisten elämään kohdistuvaa valtaa käytetään myös yksityisellä puolella, joten mahdollista riittää etujärjestöissä ja markkinavoimissakin (Sipponen 1996, 9).

Sananvapaus on demokratiassa tärkeä arvo, joka on kirjattu Suomen Perustuslakiin perusoikeuksiin. Sananvapauden ihanteeseen kuuluu, että sanankäyttöä rajoitetaan lailla mahdollisimman vähän. Tämän vastapainoksi tiedotusvälineiltä on edellytetty vastuullisuutta toiminnassaan. Ajatuksena on, että tiedonvälityksen kahlehtiminen tiukalla lainsäädännöllä saattaa olla yhteiskunnalle ja demokratialle suurempi uhka kuin se, että vapaa lehdistö sortuu joskus ylilyönteihin. (Vuortama & Kerosuo 1994, 12.)

Niemisen ja Pantin (2004, 38) mukaan median yhteiskunnallinen sääntely perustuu Suomessa julkilausumattomasti median sosiaalisen vastuun periaatteelle. Periaatteen mukaan media on vastuussa yhteiskunnalle ja toimii yleisen edun hyväksi. Tiedotusvälineiden tehtävä ei siis voi olla vain liikevoittojen tekeminen. Sisällöllä on oltava vastuullisempi peruste kuin pelkkä myyvyys.

### **3.1.2. Habermas ja julkinen tila**

Julkisesta tilasta puhuttaessa viitataan usein Jürgen Habermasiin. ”Habermaslaista julkisuuskäsitystä” tunnutaan käsitteenä käytettävän varsin laajasti, mutta oman tulkintani mukaan sillä tarkoitetaan tavalla tai toisella ihannetta, jossa kansalaiset tulevat julkiseen tilaan keskustelemaan rationaalisin argumentein tärkeistä yhteiskunnallisista asioista. Tällaiset kriittiset ja järkevät keskustelut vaikuttavat myös valtioon.

Habermas kirjoitti 1960-luvulla porvarillisesta julkisuudesta, joka on poliittisesti merkittävin julkisuuden muoto modernissa yhteiskunnassa. Kapitalismin liberaali kausi (noin 1700-luvun puolivälistä 1800-luvun puoliväliin) loi tilanteen, jossa porvarilliset yksityishenkilöt astuivat julkisuuteen haastamaan valtiota keskusteluun. Tällaisella kansalaistoiminnalla oli vaikutusta: esimerkiksi parlamentin vakiintuminen valtioelimeksi oli pitkälti sen ansiota. (Pietilä 2005, 91.)

Porvarillinen julkisuus edusti porvariston alhaalta päin rakentunutta poliittista toimintaa. Onnistuakseen toiminta vaati välineitä, ennen kaikkea sensuurista vapaata lehdistöä. Lehdistön rooli oli porvarillisessa julkisuudessa toimia poliittisesti järkeään käyttävän julkisyleisön kriittisenä äänenkannattajana. (Pietilä 1997, 67.)

Habermasin mukaan porvarillinen julkisuus kuitenkin muuttui sittemmin. Siitä tuli massademokratian näytösluonteista ja manipuloivaa julkisuutta, jossa ihmiset eivät olleet enää julkisesti keskuste-

levia ja toimivia kansalaisia. Heistä tuli passiivisia sivustakatsojia, jotka seuraavat päättäjien järjestämiä näytöksiä. Myöhemmin Habermas tosin muutti jyrkempiä käsityksiään ja myönsi, että tietyissä rajoissa ihmiset käyvät nykyäänkin julkisuudessa keskustelua kansalaisina, ja että tämä on parhaimmillaan jopa vaikuttanut päättäjiin. (Pietilä 2005, 91–92.)

Habermas on erottanut kommunikatiivisen ja strategisen toiminnan. Kommunikatiiviset toimijat pyrkivät keskinäiseen ymmärrykseen siitä, miten heidän toimintasuunnitelmansa voitaisiin sovittaa yhteen. Strategisessa toimijataas yrittävät saada muut toimimaan haluamallaan tavalla ilman pyrkimystä yhteisymmärrykseen. (Reunanen 2003, 23-24.)

Habermasiin saatetaan nykyään nojata, kun peräänkuulutetaan medialta vastuullista julkisen tilan käyttöä. Taustalla leijuu ajatus porvarillisesta julkisuudesta järkevine keskustelijoineen ja yhteiskunnallisine sisältöineen. Seuraavaksi tutkin populaarijournalismin kritiikkiä suhteessa käsityksiin median tehtävistä liberaalissa demokratiassa sekä habermaslaiseen julkisuuteen.

### **3.2. Tabloidit ja ihanteellinen journalismi**

Tabloidien ja muiden populaarijournalismin edustajien syytelistä kasvaa usein varsin pitkäksi, joskin vaikuttaa siltä, että enemmän tabloideja suomitaan maallikko- kuin akateemisissa piireissä. Monet tieteelliset artikkelit pyrkivät tällä hetkellä suhtautumaan populaarijournalismiin pikemminkin hyviä puolia etsien kuin mustamaalaten. Usein populaarijournalismia kuitenkin syytetään muun muassa seuraavista asioista: monimutkaisten asioiden yksinkertaistaminen, ajojahdit, härski rahastaminen, ihmisten yksityisasioiden revittely, tarpeettomien kauhukuvien luominen, huomion vieminen pois oikeista ongelmista ja yhteiskunnallisen keskustelun tason alentaminen. (Mm. Carter & Allan 2000; Ramonet 2001; Sparks 1992.)

Viime kädessä kritiikki palautuu juuri käsityksiin ihanteellisesta journalismista ja median tehtävistä demokratiassa. Populaarijournalismin ei nähdä antavan ihmisille tärkeitä tietoja, mikä passivoi heitä kansalaisina. Tabloideilla ei ole poliittista merkitystä, vaan ne suuntaavat ihmisten huomiota epäolennaiseen eli käyttävät siis julkista tilaa väärin.

Populaarijournalismin nähdään laiminlyövän sosiaalista vastuutaan yhteiskuntaa kohtaan. Sille ei ole tärkeintä antaa toimintakykyä kansalaiselle ja ylläpitää demokratiaa, vaan myydä itseään ja viihdyttää. Populaarijournalismin nähdään usein puhuttelevan yleisöään enemmän kuluttajina kuin kansalaisina. Kantosen ja Lehtosen mukaan kansalaisuus liitetään usein julkiseen, kuluttajuus taas yksityiseen. Väittämän mukaan tulevaisuudessa yksityinen muuttuu mediassa yhä julkisemmaksi ja

julkinen yksityisemmäksi. Lopputuloksena siis kuluttajuus näyttäisi valtaavan yksityisen alueen lisäksi myös julkisen. (Kantonen & Lehtonen 2005, 12.) Tätä voisi pitää jonkinlaisena kansalaisuuden loppuna.

Viihde sinänsä on nähty usein ongelmaksi liberalistisen demokratian mediakäsityksessä. Monet tutkijat myöntävät viihdyttämisen olevan yksi median legitiimeistä funktioista, mutta siitä huolimatta se ei vie kansalaisen asiaa eteenpäin. Yleisöä ei haastateta, vaan pidetään tyhmänä. Thurénin (1988, 87) mielestä viihteellä onkin pahimmillaan samat vaikutukset kuin poliittisella tai ideologisella manipuloinnilla. Jos jonkin asian julkiseen käsittelyyn jää puutteita, on samantekevää, onko syy ideologinen vai kaupallinen.

Postman taas kritisoi (tosin ensisijaisesti television) viihteellisiä uutisia kovin sanoin. Postmanin mukaan viihteelliset uutiset luovat ihmisille illuusion, että he tietävät jotakin, vaikka tosiasiallisesti tieto on pirstaloitunutta, epärelevanttia ja koskee triviaaleja asioita. Ihmiset ovat menettämässä käsityksen siitä, mitä on olla hyvin informoitu. (Postman 1987.) Merrill taas pitää tällaista muka-tietoa ja propagandaa sukulaisina. Propagandistinen journalismi näkee yleisön lapsijoukkona, joka ei tahdo ajatella, analysoida eikä kyseenalaistaa. (Merrill 1997, 136.)

Ihanteelliseen journalismiin perustuva tabloid-kritiikki suhtautuu ihmisiin toisaalta ylioptimistisesti, toisaalta aliarvioiden. Optimistisesti sikäli, että ihmisten ajatellaan olevan rationaalisia, valistuneita ajattelijoita, jotka muuttaisivat yhteiskuntaa, jos heille vain tarjottaisiin kunnon journalismia. Aliarvioiva suhtautuminen taas ilmenee niin, että viihteelliset mediasisällöt ja yhteiskunnallinen vaikuttaminen nähdään toisensa tyystin poissulkevinä.

Journalismin ihannekuvat vaikuttavat suuresti journalismin arviointiin. Populaarien ja niin sanottujen valistavien välineiden välille muodostuu juopa. Ne muodostavat journalismin matalan ja korkean, minkä jaon syvällisyyteen perehdyn seuraavaksi.

### **3.3. Journalismin matala ja korkea**

Journalismissa on muiden kulttuurin osa-alueiden tapaan oma matala-korkea-erottelunsa. Esimerkiksi Bourdieun mukaan taiteilla on tunnistettava hierarkiansa, ja sen lajityypit vastaavat kuluttajien sosiaalista hierarkiaa. Tietyt maut luetaan esimerkiksi porvarillisiksi. Niinpä taiteista puhuttaessa maku on erottautumisen väline. (Bourdieu 1984.)

Lehtien vertaaminen taiteisiin on osin ontuvaa: Helsingin Sanomia ei voi kutsua lehtien oopperaksi, eikä Ilta-Sanomia iskelmäksi. Silti Glynn soveltaa samantyyppistä erottautumisen ajattelua journalismiin. Keskiluokkainen sekä hyväksyttävän ja normaalin rajoja rakentava kulttuuri tarvitsee aina hierarkioita, jotka erottavat legitiimit ja vulgaarit maut toisistaan. Siksi on tärkeää erottaa hierarkkisesti myös valistava journalismi tabloideista. Esimerkiksi tabloid-television kieltäminen makuun vedoten tuo esiin puhujan kulttuurista pätevyyttä ja syventää sosiaalisia erotteluja. (Glynn 2000, 101, 104, 106–107.) Suomessa välineiden väliset hierarkiat eivät ole jyrkkiä, mutta tiettyihin mediasisältöihin suhtaudutaan selvästi kriittisemmin kuin toisiin. Esimerkiksi iltapäivälehdet eivät ole yleensä arvoasteikon yläpäässä, kun puhutaan laadukkaasta journalismista. Niiden voi siis laskea kuuluvan matalan puolelle.

Matalan ja korkean erottelua eivät tarvitse pelkät kuluttajat, vaan niille on käyttöä myös journalismin määritellesä itseään. Tabloideja pelätään mutta tarvitaan, koska korkea ei erottuisi ilman matalaa. Valtavirrasta poikkeava journalismi on välttämätöntä, jotta ”normaali”, ”hyvä” journalismi pystyy kuvaamaan itseään. Tabloidit toimivat muille itsereflektion välineinä osoittaen, mitä hyvä journalismi ei ole. (Örnebring & Jonsson 2004, 284; Dahlgren 1992, 8.)

Matalaan ja korkeaan journalismiin yhdistetään monia erilaisia binaarisia oppositioita eli vastakohtapareja. Kaksiluokkaisesti ajatellen vastakkain asettuvat muun muassa tieto ja viihde, kovat ja pehmeät uutiset, laatulehdistö ja populaarilehdistö, julkinen ja yksityinen, järki ja tunteet sekä mielipiteet ja kokemukset. (Mm. Zelizer 2000, ix; Hartley 1996, 27; Costera Meijer 2001, 190.) Lévi-Straussin mukaan ihmiset ovat aina ja kaikkialla ymmärtäneet asioita binaaristen vastakohtien avulla. Siihen perimmäisen syyn on esitetty löytyvän aivoista. (Fiske 1996, 153.)

Vastinparit eivät kuitenkaan ole viattomia ymmärtämisen apuvälineitä, vaan täynnä ristiriitoja ja arvolutautumia. Costera Meijerin (2001, 189) mukaan kulttuurintutkimuksessa tiedetään hyvin, että populaari- ja laatujournalismin jaon alla piilee sukupuolittunut ja etnosentrinen käsitys journalistisesta laadusta ja kansalaisuudesta. Hartley tiivistää, että laatu/populaari-dikotomiat eivät vahvista ennakkoluuloja ainoastaan populaaria mediaa kohtaan, vaan niiden vakavuus piilee syvemmillä. Esimerkiksi viihdettä, yksityistä ja tunteita pidetään helposti vain naisten juttuina. Näin syntyy vastakohtapari, jossa poliittinen, julkinen ja asioiden hoito nähdään miehille kuuluvana asiana. (Hartley 1996, 27.)

Vastinparit leimaavat puhetta journalismin tulevaisuudesta. Kun matalan ja korkean asemien uskotaan tulevaisuudessa heiluvan, toimittajia ei välttämättä houkuttele ajatus siitä, että heidän pitää

työssään alkaa ammentaa enemmän matalaksi kokemansa puolelta. Asiat nähdään helposti joko tai-asetelmana, vaikka kuvaavampi sanapari olisi sekä että. Seuraavassa luvussa käsittelen journalismin tulevaisuuteen liittyviä pelkoja, joihin liittyy olennaisesti sana tabloidisaatio.

### **3.4. Journalismin tulevaisuus**

Journalismin tulevaisuuteen liittyvissä peloissa on kaksi polkua, jotka yhtyvät toisiinsa monin kohdin: puhutaan sekä kiihtyvistä markkinoitumisesta että tabloidisaatiosta. Yhtä kaikki peloissa lopputulos on sama eli media muuttuu kauttaaltaan iltapäivälehtimäisemmäksi. Jos siis tabloidien uskotaan pahimmillaan heikentävän demokratian toimintaa ja käyttävän julkista tilaa väärin, nyt näiden vaikutusten pelätään leviävän muihinkin tiedotusvälineisiin. Jotkut näkevät näin jo tapahtuneen. Esimerkiksi McChesneyn (1999, 2) mielestä mediasta on tullut merkittävä antidemokraattinen voima, kun se haluaa vain voittoja itselleen, eikä välitä julkisena palveluna toimimisesta. Franklinin mielestä taas vakava uutisjournalismi on jo mennyttä ja perinteiset uutisarvot korvautuneet uusilla. Merkittävistä ja kansainvälisesti tärkeistä asioista ei välitetä enää edes uutisoida. (Franklin 1997, 4–5.) Seuraavaksi tarkastelen journalismin tulevaisuutta sekä markkinoitumisen että tabloidisaation näkökulmista.

#### **3.4.1. Markkinoituminen**

Tiedotusvälineiden kaupallisuus ei sinänsä ole paha asia, ja nykyjournalismin ihanteiden taustalla on nimenomaan lehdistön kaupallistumiskehitys. Kun lehtien piti alkaa tuottaa voittoa, journalismin kauppatavaraksi nousivat mahdollisimman neutraalisti ja puolueettomasti esitetyt faktat (Kunelius 1998, 60). Viime vuosina kaupallistuminen on kuitenkin kiihtynyt, mikä näkyy ikään kuin mikro- ja makrotasolla. Mikrotasolla on kyse medioiden sisällöistä, mitä käsittelen seuraavassa luvussa 3.4.2. Makrotaso taas koskee sitä, millaiset edellytykset journalismin tekemiseen luodaan. Tätä tasoa käsittelen tässä luvussa.

Nieminen ja Pantti kutsuvat viime vuosien kehitystä markkinoitumiseksi. 1990-luvun aikana tapahtui siirtymä median kulttuuris-moraalisesta sääntelystä kohti median taloudellis-kaupallista sääntelyä. Maailmanlaajuisesti jalansijaa saaneita uusliberalistisia ajatuksia alettiin soveltaa mediateollisuuteenkin, ja kaupallinen media kasvatti merkitystään. (Nieminen & Pantti 2004, 22–24.) Myös Karppisen mukaan joukkoviestinnän kehitys on kulkenut voimakkaammin markkinavoimien sanelemaan suuntaan. Journalismin tekemiseenkin levinnyt markkinaliberalismi korostaa kuluttajan valinnanvapautta vastakohtana holhoavalle suunnittelumentaliteetille. (Karppinen 2005, 41.)

Kuneliuksen mukaan kyse on siitä, että entistä suurempia tuottoja etsivä sijoittajapääoma painostaa julkaisijoita ajattelemaan journalismia minkä tahansa muun tuotteen tapaan. Tämä saattaa kohdistaa vaatimuksia tuotannon tehostamiseen ja nopeuttamiseen, tavaran markkinoiden laajentamiseen ja toimittajien siirtämiseen yksityisyrittäjiksi. (Kunelius 2000, 88–89, 100.) Toimituksiin saatetaan siis palkata liian vähän toimittajia, heistä monilla on epätyypilliset työsuhteet ja työssä vaaditaan aiempaa suurempaa nopeutta ja moniosaamista. Toimittajan työ saattaa tehokkuusvaatimusten painosta muuttua entistä tehdastyömäisemmäksi.

Niemisen ja Pantin (2004, 24) mukaan yksittäisten mediaesitysten kannalta markkinoituminen voi tarkoittaa esimerkiksi aiheiden valitsemista niiden myyvyyden tai houkuttelevuuden perusteella. Toinen usein mainittu markkinoitumisen vaikutus on polarisaatio. Curranin mukaan vapaat markkinat eivät luo tasa-arvoisia mahdollisuuksia osallistua julkiseen keskusteluun. Eliitille tuotetaan laatua, mutta muille lähinnä pelkkää viihdettä. (Curran 2002, 36.)

### **3.4.2. Tabloidisaatio**

Vaikka lähes kaikkien lehtien pitää jollakin tavalla myydä itsensä, ovat iltapäivälehdet kulkeneet aina kaupallisuuden etulinjassa. Tabloidit joutuvat hengissä pysyäkseen panostamaan päivälehtiä enemmän yleisön houkuttelemiseen ja kiinnostuksen herättämiseen. Myyvyys on niille määräävämpi imperatiivi kuin kotiin tilattaville lehdille. Kiihtyvän kaupallistumisen keskellä myyvyyden vaatimus tulee kuitenkin tärkeämmäksi muillekin välineille. Niinpä ne kopioivat joitakin toimintatapoja tabloideilta.

Tabloidisaatio on käsitteenä hyvin epäselvä. Sitä on kritisoitu muun muassa liian laajaksi ja arvolutuneeksi (Mm. Turner 2004, 76; Herkman 2005, 290; Gripsrud 2000, 285). Suomessa käsitteitä kaupallistuminen, viihteellistyminen ja tabloidisaatio käytetään varsin sujuvasti rinnakkain.

Pelot ovat suhteellisen samat, käytettiin mitä käsitettä tahansa. Uutisten pelätään keskittyvän sensaatioihin, skandaaleihin ja pehmeisiin uutisiin. Poliitiikan, talouden ja päätöksenteon sektoreja taas aletaan laiminlyödä ”liian tylsinä”. Media muuttuu visuaalisemmaksi, jutut lyhenevät ja kaikki uutiset kerrotaan ihmisten kautta. (Mm. Sparks 2000, 3–5; Gripsrud 2000, 285; Turner 2004, 76.)

Connell ymmärtää tabloidisaation tarkoittavan prosesseja, jotka muuttavat journalismin rationaaliset diskurssit sensationalistisiksi diskursseiksi. Tämä tarkoittaa sitä, että raportoinnin sijasta journalismi tarinoi, uutiset henkilöityvät liikaa ja taustoittava, kommentoiva ja selittävä journalismi saa väistyä arkielämää käsittelevien neuvojen tieltä. (Connell 1998, 12–13.)

Suomessa tabloidisaatiosta on kirjoittanut muun muassa Karvonen. Hänen mukaansa mediajulkisuuden tabloidisoituminen tarkoittaa intimisoitumista eli tunteiden ja henkilökohtaisen sekoittumista yhteisten asioiden hoitoon. Perinteisen habermaslaisen näkemyksen mukaan julkisuus on rationaalialia, universaalialia keskustelua. Siihen nähden intimisoituminen merkitsisi julkisuuden tuhoutumista. (Karvonen 2005, 19.)

Tabloidisaatio ei ole mikään yhtenäinen prosessi, joka olisi käynnissä samaan aikaan ympäri maailmaa (Sparks 2000, 21). Nieminen ja Pantti arvelevat oletetun tabloidisaation saavuttavan Suomen myöhään. Prosessi hidastuu, koska Suomessa lehdet tilataan yleensä kotiin. (Nieminen & Pantti 2004, 94–95.)

Oman karkean arvion mukaan Suomen median aiheet ja käsittelytavat ovat viime vuosina keventyneet, mutta mistään massiivisesta sensationalisoitumisesta ei voi puhua. Iltapäivälehtien painoarvo tuntuu kuitenkin kasvaneen. Iltapäivälehtien juttuja lainataan niin muissa lehdissä kuin radio-ohjelmissakin, mikä levittää lehtien materiaalin oman lehden sivuja laajemmalle.

Viime vuosina Suomen mediakenttää tuntuu ravistelleen iltapäivälehtiä enemmän viihdelehdet 7 päivää, Katso ja Oho. Voisi jopa puhua jonkinlaisesta seiskaidisaatiosta ennemmin kuin tabloidisaatiosta. Silmämääräisesti näyttää esimerkiksi siltä, että viihdelehdet ovat vaikuttaneet iltapäivälehtiin enemmän kuin iltapäivälehdet muihin lehtiin.

### **3.5. Populaarin puolustuspuhe**

Journalismin arvioinnissa painavat usein käsitykset matalasta ja korkeasta journalismista sekä ihan-teista. Matalassa ja korkeassa on ongelmana, että ne jäykistävät arviointia. Matalaksi koetussa ei ole helppo nähdä hyvää, ja toisaalta myös korkeimmalle asetettua voi olla vaikea kritisoida. Ihanteellisia journalismikuvia taas vaivaa utopistisuus, kuten Gripsrud huomauttaa. Hänen mukaansa toiveet täysin vakavasta, valistavasta ja eettisestä journalismista ovat epärealistisia, ja myös muistot journalismin ihanasta kulta-ajasta ovat väärinä. (Gripsrud 2000, 287.) Kaiken kaikkiaan ihannejournalismikuvat ovat varsin ahtaita ja perustuvat tiukasti rationaalisuuden ja valistuksen ajatuksiin.

Perinteinen käsitys median ja demokratian suhteesta näkee kansalaisuuden suppeasti. Journalismin tulisi informoida kansalaisia niin, että he kykenevät toimimaan kansalaisina, mutta tämä ei välttämättä tarkoita pelkästään valtionbudjetin esittelyä tai valtiosihteerien valinnasta kertomista. Costera Meijerin mielestä hyvä kansalainen nähdään usein irrallisena, objektiivisena sivustakatsojana. Kansalaisuuteen kuuluvat kuitenkin myös tunteet, arki ja yksityisyys, joista aineksista populaarijourna-

lismi ammentaa. Kansalaisuuden ymmärtäminen nykyistä laaja-alaisemmin edistäisi demokratiaa, eikä suinkaan rapauttaisi sitä. (Costera Meijer 2001.)

Myös Dahlgren muistuttaa kansalaisuuden olevan muutakin kuin äänestämistä. Käsitystä hyvästä kansalaisuudesta halkovat nyt samantyyppiset vastinparit kuin journalismiakin: yksityinen ja yleinen sekä poliittinen ja kulttuurinen halutaan pitää toisistaan erillään. Tosielämässä poliittisen jaot yleiseen ja yksityiseen eivät ole niin selviä. (Dahlgren 1992, 17.) Esimerkiksi seksuaalisuudella on hyvinkin poliittisia ulottuvuuksia, vaikka se näyttää äkkipäätä yksityiseltä kysymykseltä.

Habermaslaista julkisuuskäsitystä on kritisoitu muun muassa feministisestä näkökulmasta. Van Zoonenin mukaan feministinen perusvaatimus on uutisille, että niiden tulisi saada miehet ja naiset ymmärtämään omia sosiaalisia ja poliittisia olosuhteitaan niin, että se vahvistaa heitä kritisoimaan ja muuttamaan noita olosuhteita. Julkinen alue on kuitenkin miehistä ja porvarillista, eikä siinä ole tilaa naisten kokemuksille. (Van Zoonen 1991, 217–218.)

Habermaslaista julkisuuskäsitystä on arvosteltu muissakin piireissä maskuliiniseksi, vahvojen valtaa pönkittäväksi konseptiksi, jossa on sallittua keskustella vain eliitin tärkeiksi nimeämistä asioista. Populaarijournalismi taas ymmärtää julkisuuteen kuuluvat asiat laaja-alaisemmin; se myöntää esimerkiksi arjen asiat ja yksityisen sektorin tärkeiksi. Niinpä tabloid-lehdissä on parhaimmillaan jopa emansipatorista voimaa. (Turner 2004, 72; Hartley 1996, 27; Örnebring & Jonsson 2004.)

Örnebring ja Jonsson näkevät emansipatorisuuden lähtevän siitä, että tabloid-julkisuus tarjoaa valtavirtajournalismille vaihtoehtoista julkista tilaa. Vaihtoehtoisuutta ilmentää se, että ääneen pääsevät sellaiset toimijat, jotka valtavirtajournalismissa eivät pääse. Lisäksi tabloidit nostavat esiin erilaisia kysymyksiä kuin valtavirta. (Örnebring & Jonsson 2004, 286–287.)

Myös Sparks tuo esiin näkemyksen, että populaarijournalismi on tavallaan heikkojen puolella. Tabloidit kertovat tavallisten ihmisten huolista, eivät vain poliitikkojen tai talousjohtajien. Toisin kuin valtavirtajournalismi, populaarijournalismi on lähellä ihmisten kokemusmaailmaa ja arkea. Tähän juuri perustuu populaari, jota koulutetut ja valtaapitävät Sparksin mukaan halveksivat. Populaarijournalismin puolustajat taas kokevat tabloid-kritiikin eliittien haluksi universalisoida omat käsityksensä uutisista. (Sparks 2000, 25, 27.)

Fiske näkee tabloid-journalismin tärkeänä yhteiskunnan sorretuille, mutta hänen teoriansa valtablokin vastustamisesta näyttää koskevan hieman tabloidimpia lehtiä kuin meikäläiset iltapäivälehdet. Fiske mielestä julkisuutta hallitsee valtabloki, johon kuuluvat instituutioina muun muassa hallin-



to, politiikka, teollisuus, koulutusjärjestelmä ja lait. ”Tavalliset ihmiset” ovat alisteisessa asemassa valtablokkiin, joka tarjoaa heille objektiivisuuteen naamioitua tietoa ylhäältä päin. Tabloid-journalismi palvelee kuitenkin paremmin ihmisten kiinnostuksen kohteita ja tuottaa älyttömällä juutuillaan epäilevän subjektin. Kun ihminen lukee tabloidista ufoista, tärkeää ei ole itse tieto, vaan se, että populaari tieto ja valtablokin virallinen tieto asettuvat vastakkain. Syntyy vaihtoehtoinen todellisuus, jossa piilee juuri tabloid-journalismin poliittisuus. (Fiske 1992, 45, 47, 49, 54.)

Populaarijournalismi auttaa paitsi demokratiaa, myös yhteiskuntaa. Tabloidit luovat ihmisille puheenaiheita ja täyttävät tärkeän sosiaalisen funktion. Tabloidien eduksi voi laskea myös sen, että se antaa yleisölle mitä se haluaa. Kukaan ei sanele ylhäältäpäin, mitä kansalaisen kuuluu tietää. Mörän mielestä viihteellistymisen myötä journalismissa voikin olla syntymässä uudenlaista uutisherkkyyttä yleisön suuntaan. Taakse jäisivät kansanvalistushenkiset käsitykset yleisöstä, johon toimittajat pyrkivät kylvämään oikeaa tietoisuutta yläviistosta. (Möra 1998, 15–16.)

Populaari sai pitää puolustuspuheenvuoron, mutta luvun alussa esitetyt näkemykset jäivät elämään. Populaarijournalismissa on löydettävissä paljon hyvää, mutta liikaan juhlintaan ei ole aihetta. Esimerkiksi jotkut tabloidien jutut ovat vain viihdettä ja ajankulua, ja poliittista merkitystä tai emansipatorisia vaikutuksia on turha kaivaa tyhjästä.

Sparks kommentoi asiaa seuraavalla tavalla:

”Of course, there is a sense in which the matters with which the popular press is concerned are ones which have a ‘political dimension’. This is obviously true of the representation of sexuality but it also applies to most if not all other areas of material: one does not have to be Theodor Adorno to see the political meanings of astrology columns.” (Sparks 1992, 39.)

## 4. Toimittajat

Toimittajuus ei ole varsinainen professio kuten esimerkiksi lääkärin tai asianajajan ammatti. Muodollista koulutusta ei ole, vaan alalle voi tulla periaatteessa kuka tahansa. Vaikka alalla on paljon eritaustaisia toimijoita, jakavat monet toimittajat alastaan hyvin samantyyppiset käsitykset. Niinpä toimittajan työn ihanteiden ja ammattietiikan tuntemisen voi laskea jonkinasteiseksi professionalismiksi. Tässä luvussa esittelen journalistietiikkaa sekä toimittajien käsityksiä roolistaan.

### 4.1. Journalistietiikka

Seuraavaksi tarkastelen journalistietiikan olemusta, sen toimimista käytännössä sekä onnettomuusjournalismia eettisenä kysymyksenä. Viimeistä osaa puoltaa se, että katastrofi- ja onnettomuusutiset ovat poikkeuksellisen näkyvää materiaalia iltapäivälehdissä. Niinpä lehtien toimittajat joutuvat todennäköisesti miettimään muita toimittajia enemmän aihepiiriin liittyviä eettisiä kysymyksiä.

#### 4.1.1. Journalistieettiset ohjeistot

Bruunin ja Nordenstrengin mukaan journalistietiikalla tarkoitetaan yleisesti niitä yhteiskunnallisia ja ammatillisia tarkoituseriä ja toimintaperiaatteita, joita journalistien tulisi työssään noudattaa. Tavallisesti journalistietiikan määrittelee ja sitä valvoo journalistien oma ammatillinen yhteenliittymä. Kysymys on itsesääntelystä eli ammattikunta pyrkii mahdollisimman pitkälle omaaloitteisesti huolehtimaan siitä, että journalismissa seurataan yhteiskunnan yleisiä normeja ja tiedonvälitystä koskevia lakeja. Suomessa journalistietiikkaa määrittelee ja valvoo Julkisen sanan neuvosto, joka korporatiivisesti edustaa tiedotusalan eri intressipiirejä. (Bruun & Nordenstreng 1992, 156.)

Journalistieettiset periaatteet on Suomessa kerätty Journalistin ohjeiksi, joiden uusin päivitetty versio on vuodelta 2005. Ohjeiden tarkoitus on tukea sananvapauden vastuullista käyttämistä joukkoviestimissä ja edistää ammattieettistä keskustelua. Ohjeet jakautuvat osa-alueisiin, jotka koskevat journalistin ammatillista asemaa, tietojen hankkimista ja julkaisemista, haastateltavan ja haastattelijan oikeuksia, virheen korjaamista ja omaa kannanottoa sekä yksityisen ja julkisen välistä rajankäyntiä. (Journalistin ohjeet 2005).

#### 4.1.2. Journalistietiikka käytännössä

Heinonen on tutkinut suomalaistoimittajien suhtautumista ammattikunnan itsesääntelyyn ja eettiseen ohjeistoon. Toimittajat pitivät molempia tärkeinä, mutta käytännölle vieraina. Journalististen ohjeistojen ongelmaksi nimettiin niiden uskottavuus ja toteutuminen. Ohjeiden rikkomisesta ei seuraa mitään, ja periaatteita voi olla vaikea käyttää käytännössä. (Heinonen 1995, 71, 146.)

Vieraus käytännölle nousee todennäköisesti siitä, että journalistien ammattietiikka on kaukana lukkoon lyödyistä yksiselitteisistä säännöistä. Toimittajan työssä on paljon kilpailevia ja jopa ristiriitaisia arvoja, joiden painottamisesta pitää päättää tilannekohtaisesti. Toimittaja voi joutua esimerkiksi miettimään, onko jokin julkisuuden henkilön yksityiselämää koskeva tieto niin merkittävä, että se pitää julkaista. Journalistietiikka on siis pikemminkin venyvää ja harkinnan tukena toimivaa kuin sääntöorientoitunutta ja selvää.

Ekströmin ja Nohrstedtin mukaan eettisillä pohdinnoilla on vain vähän sijaa toimittajan työn arjessa. Syy ei kuitenkaan ole piittaamattomuudessa: etiikka on niin sisällä toimittajan käytännön työssä, että toimittajat eivät edes huomaa tekevänsä eettisiä ratkaisuja. Ammattimoraali on professionalisoitunutta, ja tehdyt eettiset ratkaisut perustellaan vakiintuneilla normeilla tai ammattisäännöillä, ei niinkään yleisinhimillisellä moraalilla. (Ekström & Nohrstedt 1996, 90, 167, 250.)

Kämppe tuli pro gradu -työssään siihen tulokseen, että suomalaistoimittajat eivät käytä eettistä harkintaa työssään, ja että eettisiä kysymyksiä jopa vähätellään toimituksissa (Kämppe 1989). Tilanne ei ehkä kuitenkaan ole niin paha, jos sen suhteuttaa Ekströmin ja Nohrstedtin näkemyksiin. Vaikka toimittajat suhtautuvat ilmeisen epäproblemaattisesti etiikkaan, se ei tarkoita etteikö eettistä harkintaa harjoitettaisi jossain muodossa.

Kämpin haastatteleminen toimittajien mielestä eniten journalistieettisiä ongelmia syntyy yksilön ja yksityisyyden suojaan liittyvissä kysymyksissä. Toiseksi eniten ongelmia aiheuttaa tekstimainonta sekä ristiriitoja sisältävien asioiden uutisointi. Lajityypeistä ongelmia esiintyi eniten rikos- ja onnettomuus uutisissa. (Kämppe 1989, 56–59.) Huotarin graduaan varten haastatteleminen toimittajien mielestä taas eniten eettisiä ongelmia aiheuttaa uutisten kärjistäminen ja yksilöllistäminen. Ongelmien lähteeksi nähtiin kiire ja toimitusten tehokkuusvaatimukset. (Huotari 1999.)

Leino tutki pro gradu -työssään rikos- ja oikeustoimittajien eettistä harkintaa. Leinon mukaan rikos- ja oikeustoimittajat arvostavat eettistä harkintaa, eivätkä katso esimerkiksi kiireen oikeuttavan harkinnan laiminlyömistä. Eettisessä harkinnassa kerrottiin turvauduttavan lakiin, Journalistin ohjeisiin, toimitusten omiin ohjeisiin ja omaan moraaliiin. Erityisen ongelmalliseksi eettiseksi kysymyk-

seksi nimettiin tilanne, jossa uutiskilpailun kohteena olevasta asiasta pyritään saamaan irti kaikki mahdollinen. (Leino 2005.)

#### **4.1.3. Onnettomuusjournalismi eettisenä kysymyksenä**

Erilaiset onnettomuudet ovat tiedotusvälineiden perusaiheita, mutta Koljosen ja Kuneliuksen mukaan journalismin onnettomuuksiin käyttämä kirjoittamisen volyymi on moninkertaistunut viime vuosina. Tyypillistä uutisoinnille on henkilöitynyt uutisointitapa. Onnettomuus uutisten perusteluna käytetään tarvetta työstää tunteita ja onnettomuuden aiheuttamaa järkytystä. Koko yleisö vedetään ikään kuin tekemään surutyötä. (Koljonen & Kunelius 2005, 55.)

Onnettomuuden uhrien ja heidän omaistensa haastattelemine on vaikea eettinen kysymys, johon Journalistin ohjeillakaan ei ole muuta neuvoa kuin kehotus toimia hienotunteisesti (Journalistin ohjeet 2005). Ensimmäinen mietinnän arvoinen kysymys uhrijournalimissa on, onko onnettomuuden kokeneita (joko uhreja tai heidän omaisiaan) oikein ylipäänsä haastatella. Sen jälkeen tulee miettiä, miten tragedian kokeneita tulee lähestyä ja miten heidän kanssaan toimitaan.

Uhrien haastattelemine on helpompi perustella kuin omaisten, koska uhrin ovat myös silminnäkijöitä ja siksi arvokkaita tiedonlähteitä. Omaisten julkisuuteen tuominen taas tuo lähinnä emotionaalisia, ei informatiivisia elementtejä uutisointiin. Raittilan mukaan tragedian kokeneiden suojaamisen ja tiedotusvälineiden tarpeiden välillä oleva ristiriita on usein sovittamaton. Toimittajat painottavat suuren yleisön tiedon tarvetta, kriisityöntekijät taas yksittäisen uhrin suojaamista. Haastattelu saattaa kokea yksityisyyteen tunkeutumisena, mutta se saattaa häiritä myös kovia kokeneen toipumista. (Raittila 1996, 65.)

Sokissa olevien haastattelemine on kysymys sinänsä. Sokissa oleva ei ole niin vakaassa tilassa, että pystyisi päättämään, haluaako esiintyä julkisuudessa. Hän myös saattaa puhua asioita, joita katu jalkikätehen. Toimittajien kannalta ongelmana on, että sokissa olevaa on vaikea tunnistaa. Sokissa oleva saattaa käyttäytyä aivan rauhallisesti ja normaalisti.

Kuusela kuvaa omaishaastattelujen kuuluvan melkein pä iltapäivälehtien rutiineihin. Hänen tietojensa mukaan haastatteluista kilpaillaan niin avoimesti, että jutussa voidaan kehuskella, kuinka nopeasti tiedotusväline tavoitti asianosaisen. Kuusela antaa iltapäivälehdille eettisen suosituksen, että nämä painottaisivat uutisoinnissaan enemmän ihmepelejä ja sankaritarinoita kuin omaisten surua. Tämän ei tarvitsisi tarkoittaa tunteisiin vetoavasta käsittelytavasta luopumista. Kuusela toivoo myös, että uhrihaastattelujen tekemistä voitaisiin siirtää muutamalla päivällä. (Kuusela 2005, 106.)

Viimeksi uhrijournalismi herätti keskustelua alkuvuonna 2005. Tapaninpäivänä 2004 tapahtui Indonesian pohjoispuolella voimakas maanjäristys, joka aiheutti tsunamin. Valtava aalto iski muun muassa suomalaisten suosimaan turistikohdeeseen Thaimaassa. Suomalaisia menehtyi luonnonkatastrofissa lähes 180.

Rahkonen on selvittänyt suomalaistoimittajien tsunamikokemuksia. Toimittajien tuli hankkia mahdollisimman paljon koskettavia tarinoita ja tunteita välittäviä haastatteluja. Suurin osa toimittajista koki, että uhrien ja omaisten haastattelemine oli tarpeellista. Joukossa oli kuitenkin myös journalisteja, joiden mielestä median pitäisi jättää uhrit ja omaiset kokonaan rauhaan. Uhrihaastatteluja tehdessä toimittaja käy Rahkosen mukaan sisäistä kamppailua siitä, kumpi on oikea ratkaisu: ihmisille luontainen hienotunteisuus ja empaattisuus vai ammatillisten paineiden tuottama tunkeutumisen pakko. (Rahkonen 2005, 14–16.)

Tsunamia käsitelleet toimittajat korostivat, miten suurta harkintaa ja kunnioitusta pitää noudattaa onnettomuuden kokeneita haastatellessa. Viime vuosina toimittajat eivät olekaan Suomessa tehneet totaalaisia rimalitukuksia kuten esimerkiksi Estonian uppoamisen yhteydessä vuonna 1994. Kun toimittajia ei päästetty Turun yliopistolliseen keskussairaalaan haastattelemaan onnettomuuden uhreja, nämä tunkivat sairaalaan takaovista, antoivat hoitajille lahjuksia, valehtelivat olevansa omaisia ja naamioituivat hoitajiksi tai potilaiksi (Raittila 1996, 70).

## **4.2. Ihanteellinen toimittaja**

Toimittajan työ on korkeiden ihanteiden täyttämää. Tässä luvussa esittelen suomalais- ja ruotsalais-toimittajien käsityksiä ammattiroolistaan ja -ihanteistaan. Sen jälkeen perehdyn ihanteiden ja todellisuuden väliseen suhteeseen. Lopuksi pohdin, miten paljon organisaatio ja yksittäinen toimittaja vaikuttavat journalistiseen lopputulokseen.

### **4.2.1. Toimittajien käsityksiä työstään**

Heinosen 1990-luvun alussa toteuttamasta tutkimuksesta selviää, että suomalaisten toimittajien ammatti-identiteetti on hyvin homogeeninen. Tutkimukseen osallistuneet toimittajat näkivät varsin yksituumaisesti työhönsä kuuluvan maailman selittämisen, ideoimisen, epäoikeudenmukaisuuksien arvostelemisen, valtaapitävien vartioinnin, elämysten tarjoamisen, puolueettoman selostamisen, paikallisena mielipiteiden kanavana toimimisen ja yleisen mielipiteen heijastamisen. (Heinonen 1995, 97, 156.)

Kun sama tutkimus uusittiin noin kymmenen vuotta myöhemmin, tulokset olivat samantyyppisiä. Vastaaajien enemmistö torjui näkemyksistä vain sen, että toimittajan rooli on heijastaa yleistä mieltä. (Harju 2002, 11.)

Salminen (1998, 253) on haastatellut suomalaisia toimittajia näiden ammatillisista ihanteista. Hyvän journalistin ominaisuuksiksi nousivat uteliaisuus, älyllinen rehellisyys, tiedonhalu, hyvä yleissivistys, riippumattomuus ja auktoriteettiuskon puute.

Melin-Higgins taas on tarkastellut ruotsalaistoimittajien ammatti-ihanteita kahdella dimensiolla: aktiivinen – passiivinen ja osallistuva – neutraali. Ensin mainittu liittyy uutistenhankintaan eli toimittaja voi pitää ihanteenaan aktiivista kaivamista tai passiivista tiedotustilaisuuksissa istumista. Jälkimmäinen dimensio liittyy uutisten välittämiseen eli toimittaja voi haluta muuttaa maailmaa tai sitten vain heijastella neutraalisti mitä maailmassa jo on. (Melin-Higgins 1996.)

Melin-Higgins on muodostanut dimensioiden pohjalta neljä toimittajatyyppeä. Aktiivinen osallistuja on pedagogi, joka haluaa stimuloida, selventää ja tarjota elämyksiä. Passiivinen osallistuja on pelkkä muiden käyttämä puhetorvi. Neutraali ja aktiivinen on vahtikoira, joka vartioi valtaapitäviä. Neutraali ja passiivinen on käsityöläinen, joka kokoaa mekaanisesti tietoa ja pyrkii vain raportoidaan. Melin-Higginsin mukaan suurimmalla osalla ruotsalaistoimittajista on pedagogi- tai vahtikoiraideaali. Hän arvioi tilanteen muuttuneen: ennen toimittajat ihannoivat enemmän käsityöläistä, neutraalia tapaa tehdä journalismia. (emt., 129–132.)

Melin-Higginsin mukaan toimittajan ammatti-ideaaliin vaikuttaa ennen kaikkea sukupuoli ja koulutus. Naiset tulevat alalle korkeammin ihantein: he haluavat muuttaa ja vaikuttaa. Miehet ovat keskityneempiä uutisiin sinänsä, ja heille on tärkeää totuus ja neutraalius. Matalasti koulutetuilla on passiivisempi ammatti-ideaali kuin korkeasti koulutetuilla. Heille ihannerooli on puhetorvi tai käsityöläinen, kun korkeasti koulutetut ihannoivat pedagogi- ja vahtikoira-toimittajia. (emt., 121, 132–133.)

Myös ruotsalainen Thurén on muodostanut toimittajien ihanneroleja. Ensimmäinen toimittajatyyppeä on agitaattori, joka haluaa vaikuttaa yleisöön, eikä usko objektiivisuuteen. Toinen tyyppi on käsityöläinen, joka ei ajattele vaikuttavansa yhteiskuntaan, vaan ainoastaan heijastavansa sitä. Hän haastattelee, istuu lehdistötilaisuuksissa ja muotoilee sähköitä, eikä omaa sen kummempaa toimittajamissiota. (Thurén 1988, 326–329.)

Kolmas toimittajatyyppeä on revolverihaastattelija (”skjutjärnet”). Tämä piinkovan journalistin ensisijainen tavoite on paljastaa epäkohtia ja taistella roistoja vastaan. Hänen mielestään kaikki valtaa-

pitävät ovat enemmän tai vähemmän roistomaisia, ja heitä ei tarvitse kohdella lainkaan armeliaasti. Hän lyö kovaa ja tasapuolisesti kaikkia. Revolverihaastattelijan kanssa haastateltavien pitää olla varuillaan, koska hän on tiedonhankinnassaan varsin armoton. Totuus on hänelle kaikkein tärkeintä: hänen työnsä saattaa vahingoittaa yksittäisiä ihmisiä, ryhmiä tai intressejä laajemmin, mutta pääasia on se, että hänen kertomansa on totta ja relevanttia. (emt., 324–326.)

#### **4.2.2. Ihanteiden ja todellisuuden välinen kuilu**

Toimittajien ammatillisten ihanteiden ja konkreettisen todellisuuden välillä on kuilu (Mm. Heino-nen 1995; Melin-Higgins 1996; Huotari 1999). Esimerkiksi Ekströmin ja Nohrstedtin tutkimuksessa toimittajat nimesivät tärkeimmäksi ideaaliseen kriittisen vahtimisen, mutta käytännön havainnointi osoitti, että hyvin pieni osa oli sellaista työtä. Esteenä olivat tehokkuusvaatimukset, vähäiset mahdollisuudet erikoisraportointiin ja tiukat deadlinet. Ekströmin ja Nohrstedtin mielestä uutisjournalismin perustavanlaatuiset ongelmat liittyvätkin siihen, että vaatimukset ovat korkeat, mutta olot riittämättömät niiden toteuttamiseen. (Ekström & Nohrstedt 1996, 200–201, 207.)

Kiireen lisäksi ihanteet ja todellisuus erkanevat toisistaan yksinkertaisesti siksi, että toimittajan rooliin kohdistetaan ristiriitaisia odotuksia. Toimittajan pitäisi käsitellä vakavia ja yhteiskunnallisia aiheita, mutta olla kuitenkin myös viihdyttävä. Toisaalta taas pitäisi olla kriittinen epäkohtien esiintuoja, mutta kuitenkin objektiivinen sivustaseuraaja. Ristiriidat eivät kuitenkaan tarkoita, etteikö ihanteilla olisi merkitystä. Ideaaleille on tarvetta ainakin toimittajien toimintaa suuntaavina ideoina.

Ekström ja Nohrstedt ovat tutkineet, miten toimittajat käsittelevät ihanteiden ja arjen välistä ristiriitaa. He ovat erottaneet etiikan ideaalina ja käytännön toimintaetiikkana. Ideaalin muotoilee esimerkiksi eettinen koodisto. Toimintaetiikka taas on ikään kuin käytännön sovellutus eettisestä periaatteesta. Jos ideaali on tehdä tosia, puolueettomia ja kriittisiä juttuja, toimintaetiikka on käytäntöjä, normeja ja rutiineja, joilla jutut tehdään riittävän tosiksi, puolueettomiksi ja kriittisiksi. (Ekström & Nohrstedt 1996, 17–19.)

Vaikka ihanteiden ja todellisuuden välillä vallitsee lähtökohtaisesti kuilu, voivat ulkoiset ja sisäiset tekijät leventää tuota kuilua entisestään. Seuraavaksi tutkin tarkemmin, miten organisaation taso voi vaikeuttaa ihanteiden mukaan toimimista. Sen jälkeen pohdin yksittäisen toimittajan vastuuta ihanteiden toteutumisesta.

### **4.2.3. Toimittaja organisaatiossa**

Monet maallikkotason mediakriitikot uskovat, että journalismi on huonoa, koska toimittajat tekevät sitä huonosti. Toimittajien valta kuvitellaan suureksi, eikä organisaation tasoa oteta huomioon. Päätökset tiedotusvälineen sisällöstä ja toimintatavoista tehdään kuitenkin korkeammalla kuin toimittajaportaalla. Lehti on viime kädessä enemmän omistajiensa ja johtajiensa kuin toimittajiensa näköinen, sillä toimittajat ovat vain alaisen asemassa. Esimerkiksi Bruun ja Nordenstreng muistuttavat, että toimittajat ovat työvoimaa, joka on palkattu työnantajan omalla vallallaan ja vastuullaan osoittamaan tehtävään. Journalistit eivät yksilöinä tai edes järjestäytyneenä ammattiliikkeenä läheskään aina vastaa oikeudellisesti, taloudellisesti tai poliittisesti joukkotiedotuksen tuotannosta. (Bruun & Nordenstreng 1992, 157.)

Organisaatiot voivat siis vaikuttaa toimittajien ihanteiden toteutumattomuuteen ensinnäkin määrittämällä hierarkiat. Toiseksi organisaatiot toimivat tiettyjen normien, rutiinien ja konventioiden varassa, mikä takaa tehokkuuden, mutta voi olla kahle ihanteiden mukaan elämisessä. Työpaikan tapoihin myös sosiaalistuu nopeasti, eikä yksittäinen toimittaja osaa kyseenalaistaa niitä työskenneltyään samassa paikassa jonkin aikaa. Rutiineja on vaikea murtaa, koska ne helpottavat omaakin työtä. Rutinoitunut uutishankinta voi kuitenkin viedä monipuolisuuden tekemällä myös aihe- ja kehysvalinnan rutiininomaisiksi (Nieminen & Pantti 2004, 104).

Osa normeista, rutiineista ja konventioista on yhteisiä koko ammattikunnalle työpaikasta riippumatta, esimerkiksi uutinen tehdään aina nopeasti (jotta se saadaan julkaistua sananmukaisesti uutena) ja juttuja varten tehdään haastatteluja. Toiset ovat työpaikkakohtaisia. Paikallislehdessä ja iltapäivälehdessä on erilaiset tekemisen tavat, joihin vaikuttavat esimerkiksi erilaiset kilpailuasetelmat ja uutiskriteerit. Nämä vaikuttavat ainakin välillisesti ihanteisiin.

Organisaation vaikutusta yksittäisen toimittajan ihanteisiin on tutkittu. Windahlin mukaan työpaikka on ainoa tekijä, joka vaikuttaa journalistin ihanteisiin. Toimittaja vaihtaa siis ihanteita aina kuin työpaikkaakin. (Melin-Higgins 1996, 116.) Näkemys ei kuitenkaan ota huomioon, kuinka professionaaleja ja siksi ihanteiltaan melko homogeenisiä toimittajat kuitenkin ovat.

### **4.2.4. Toimittaja yksilönä**

Vaikka organisaatiota voi syyttää journalististen ihanteiden toteutumattomuudesta enemmän kuin yksittäisiä toimittajia, ei toimittaja voi vetäytyä kaikesta vastuusta. Esimerkiksi Journalistin ohjeissa on kohta, jonka mukaan toimittajan ei tarvitse tehdä työtä, joka on ristiriidassa lain, henkilökohtaisen vakaumuksen tai ammattietiikan kanssa (Journalistin ohjeet 2005). Lehden linjaan ei ole pakko



taipua, jos kokee työtehtävän olevan eettisesti väärin. Yksittäinen toimittaja ei ole vain mekaaninen suorittaja, vaan hänelle jää työtään koskevaa neuvottelun varaa.

Suurimmat syyt, miksi journalistiset ihanteet eivät toteudu yksilön tasolla, ovat laiskuus ja itsesensuuri. Vaikka työpaikan kulttuuriin on jossain määrin lähes pakko sosiaalistua siellä pärjätäkseen, ei ihanteistaan tarvitse luopua. Mukautuminen ja käskyjen kuunteleminen on helppoa ja vaivatonta, kyseenalaistaminen ja rajojen heiluttelu taas vaivalloista ja riskialtista: hankalaksi tyypiksi leimautuminen voi viedä jopa työpaikan. Siksi monet toimittajat tekevät vain laiskasti sitä, mitä organisaatio odottaa.

Hemánus tutki 1980-luvun alussa, miten toimittajat kokevat journalistisen vapauden. Toimittajat eivät pitäneet vapauden puutetta ongelmana, mutta Hemánus epäilee toimittajilla olleen illusorista vapauden tunnetta. Toimittajat eivät olleet välttämättä selvittäneet, millaisia muita journalistisia ratkaisuja saattaisi olla olemassa kuin ne, jotka hän tuntee. Toisaalta Hemánus uskoo toimittajien kokeneen myös illusorista vapaudettomuuden tunnetta: vapauden puutetta käytettiin puolustusmekanismina, eivätkä asianomaiset olleet kokeilleet, missä rajat todella kulkevat. Suuren osan journalistisen vapauden rajoituksista Hemánus selittää toimittajien itsesensuurilla eli toimittaja ei tee tai tarjoa julkaistavaksi sellaisia juttuja, joista hän tietää, että ne eivät miellyttäisi omaa taloa tai ulkopuolisia vallankäyttäjiä. (Hemánus 1990 127–128, 137.)

Harjun vuonna 2002 tekemä kyselytutkimus osoittaa karulla tavalla, mihin toimittajien usko oman vallan puutteeseen voi johtaa. Harju kysyi suomalaisilta toimittajilta, mitkä tahot ovat sopivia määrittelemään, mikä on hyvän journalistisen tavan mukaista. Peräti 23 prosenttia kyselyyn vastanneista journalisteista piti tiedotusvälineiden omistajia ja johtoa melko sopivina määrittelijöinä. Toisaalta 44 prosenttia kyselyyn vastanneista piti tiedotusvälineiden omistajia ja johtoa melko sopimattomina määrittelemään hyvää journalistista tapaa. (Harju 2002, 28.)

## 5. Tabloidien toimittajat

Tässä luvussa esittelen joitakin tutkimuksia, joita varten on haastateltu tabloidien toimittajia. Tutkimukset ovat Ruotsista, Alankomaista ja Yhdysvalloista, ja ne on tehty vuosina 1986 – 2001.

### 5.1. Iltapäivälehtien toimittajat ruotsalaistutkimusten mukaan

Ruotsissa on tehty muutama tutkimus, joissa on haastateltu ja havainnoitu myös iltapäivälehtien toimittajia. Ruotsin iltapäivälehdet muistuttavat melko paljon suomalaisia, joten sikäli nämä tulokset ovat kiinnostavampia kuin esimerkiksi Yhdysvaltojen vastaavat. Käsittelen seuraavaksi Ekströmin ja Nohrstedtin sekä Melin-Higginsin tutkimustuloksia.

#### 5.1.1. Ekström ja Nohrstedt: Eettisiä mutta kovia

Ekström ja Nohrstedt ovat tutkineet ruotsalaistoimittajien eettisyyttä. He toteavat, että heidän seuraamissaan iltapäivälehdissä toimittajat eivät olleet varomattomampia, kynnisempiä tai vastuuttomampia kuin muissakaan tutkituissa välineissä. Iltapäivälehtien toimittajat pitivät etiikkaa herkkänä kysymyksenä, ja heidän mielestään ihmisten integriteettiä pitää kunnioittaa. Iltapäivälehdissä ideologia journalismista vallan vahtikoirona ja yhteiskunnallisten epäkohtien paljastajana oli olennaisempaa kuin yleisenä julkisena palveluna oleminen. (Nohrstedt & Ekström 1994, 137–138; Ekström & Nohrstedt 1996, 159–162.)

Vaikka eettisyyttä löytyi, vaikuttaa iltapäivälehtien toimintatapoihin suuresti kilpailu. Niinpä Ekströmin ja Nohrstedtin mukaan iltapäivälehdissä saatetaan siksi laiminlyödä uutisten puolueettomuus- ja monipuolisuusvaatimuksia. Erilaisiin uutisiin sovelletaan erilaisia normeja. Esimerkiksi kuohuttaviksi tai viihdyttäväiksi tarkoitetuissa uutisissa voi olla yliampumisia, yleistyksiä, kovia näkökulmia ja sensaatiomaisia otsikoita. Tutkitut toimittajat olivat tietoisia, että tällaiset uutiset eivät ole täysin asiallisia. Tietoisuudesta huolimatta tilanne hyväksyttiin osaksi lehden toimintakokonaisuutta, eikä tilannetta aiottu muuttaa. (Nohrstedt & Ekström 1994, 137–138; Ekström & Nohrstedt 1996, 159-162.)

Ekström ja Nohrstedt ovat muodostaneet ruotsalaistoimittajista tyyppejä, joista iltapäivälehtien toimittajat ovat eniten revolverihaastattelijatyyppejä (”skjutjärnet”). Tällaisen toimittajan tavoitteena ovat sensaatiomaiset paljastukset, ja hän esittää asiat mielellään närkästyistä tai huomiota herättävästi, mustavalkoisesti, yleistävästi ja liioittelevasti. Objektiivisuus ei ole hänelle mitään tavoiteltavaa, ja epätavalliset tiedonhankintamenetelmät ovat hänelle arkipäivää. Hän ei tunne hienotunteisuutta

valtaapitäviä ja muita intressiryhmiä kohtaan, mutta yksityisiä ihmisiä kohtaan kyllä. Hän kokee puolustavansa pientä ihmistä valtaapitäviä vastaan ja perustelee työnsä totuuden nimissä: totuuden etsiminen ja sen kuvaaminen menevät hienotunteisuudenkin ohi. Tällainen toimittaja täyttää välineensä omistajan odotukset tekemällä myyviä uutisia ja tuntee hyvin omankin markkina-arvonsa. (Ekström & Nohrstedt 1996, 128–129.)

### **5.1.2. Melin-Higgins: Kriittisiä vallan vahtikoiria**

Kerroin Melin-Higginsin tutkimuksesta luvussa 4.2.1. Esittelin Melin-Higginsin löytämät ihante-toimittajatyypit. Näistä ihanteista Melin-Higginsin haastattelemat iltapäivälehtien toimittajat kannattivat eniten toimittajan roolia vallan vahtikoirana. Kaikkein vahvin tämä ihanne oli korkeakoulu-tetuilla naistoimittajilla. (Melin-Higgins 1996, 121, 131–132.)

Vahtikoiraihannetta vaalivat toimittajat näkevät journalistin tehtäväksi valtaapitävien vahtimisen ja epäoikeudenmukaisuuksien kritisoinnin. Tällaiset toimittajat ovat tulleet alalle sen jännittävyuden ja vapauden vuoksi, mutta myös paljastaakseen epäkohtia. Tiedonhankintaan heillä on aktiivinen asenne eli toimittajien tulee kaivaa itse tietoja, eikä vain odotella mitä hänelle kerrotaan. (emt., 131–132.)

Melin-Higginsin tutkimuksessa toimittajien ihanteet ja todellisuus eivät kohdanneet. Iltapäivälehti-en toimittajilla ihanteiden ja arjen välinen kuilu ei kuitenkaan ollut niin suuri kuin muiden välineiden toimittajilla. Melin-Higginsin mielestä se merkitsee, että iltapäivälehtien toimittajat todella elävät ideaalinsa mukaisesti eli he ovat kriittisiä vahtikoiria. Ennen kaikkea tämä päti naistoimittajiin. Melin-Higgins epäilee syyksi, että iltapäivälehtien naistoimittajat pakottavat itsensä sopeutumaan normeihin. Toisaalta hänen mielestään on myös naisia, jotka haluavat tehdä tiukkaa, kriittistä journalismia, ja niinpä he hakeutuvat iltapäivälehteen. (emt., 117, 120.)

Muihin toimittajiin verrattuna iltapäivälehtien toimittajien mielestä oli tärkeämpää arvioida yleisön intressit. He myös kannattivat ajatuksia, että lehti on hyvä jos se myy, ja että yleisön pitää saada vastinetta rahoilleen. Melin-Higginsin mukaan markkinahenkisyys oli iltapäivälehtien miestoimittajilla vahvempaa kuin naistoimittajilla. (emt., 118–119.)

### **5.2. Deuze: Hauskasta työstä nauttijoita**

Deuze on haastatellut tabloideissa työskenteleviä toimittajia Alankomaissa. Hän huomasi, että tabloid-toimittajat jakavat samantyyppisen professionaalisen ideologian kuin kollegat muissakin väli-

neissä. Haastatellut toimittajat lokeroivat itsensä omaan genreensä, mutta jakoivat kuitenkin perinteiset journalistiset käsitykset eettisyydestä, luotettavuudesta, toimituksellisesta autonomiasta ja yleisön palvelemisesta. Esiin nostetut puheenaiheet ja teemat kuitenkin paljastivat Deuzen mielestä myös aktiivisen etäisyyden rakentamisen perinteiseen. (Deuze 2005, 878–879.)

Kaikilla haastatelluilla toimittajilla esiintyivät tietyt samat kategoriat, joista esittelen joitakin. Ensimmäinen oli Deuzen mukaan juoru- tai populaarijournalistinen asenne, joka paljasti, että toimittajat kokevat olevansa marginaalissa tai poikkeavassa asemassa profession sisällä. Haastatellut vaikuttivat neuvottelevan aktiivisesti siitä, mikä otetaan huomioon journalismina. (emt., 865–866.)

Toinen usein toistuva aihe oli yleisökeskeisyys. Yleisöllä perusteltiin sisältöä koskevia päätöksiä ja kirjoitustyyliä. Huomionarvoista on, että yleisön tiedonjonon sammuttamisella ei perusteltu kuitenkaan tiedonhankintaan liittyviä asioita kuten jonkun tiedonlähteen häiritsemistä. Kolmas aihepiiri oli etiikka, josta toimittajien mukaan puhutaan päivittäin. Toimittajat tuntuivat tietävän, että he työskentelevät sen rajoilla, mikä koetaan journalismissa sopivaksi. Omaa eettisyyttä korostettiin esimerkiksi suhteessa kilpailijoihin. Eniten painettiin alas Party-nimistä viihdelehteä. Sensationalistinen Party edusti toimittajille sitä, miten populaaria journalismia ei tule tehdä. (emt., 868–872.)

Kategorioiden lisäksi Deuze tutki laajempia tapoja puhua omasta työstä. Yksi tällaisista tavoista oli ironia. Tabloidin teko näyttäytyi hauskana työnä, jossa saa keksiä muun muassa hauskoja otsikoita ja kirjoittaa lennokkaasti. Omasta työstä ei puhuttu turhan vakavasti vaan jopa hilpeästi naureskellen. Deuze kuvaakin populaarijournalismissa työskentelevillä olevan utilitaristisen asenteen. (emt., 873–874, 880.) Hän nojautuu Jeremy Benthamiin, joka niputtaa nautinnon, onnellisuuden ja hyödyn, ja jonka mukaan utilitarismin ydin on hyödyn periaate eli ajatus suurimmasta mahdollisesta onnesta suurimmalle mahdolliselle määrälle ihmisiä. (Saarinen 1996, 290). Deuzen mukaan populaarijournalistit tosin painottavat enemmän omaa onnellisuuttaan kuin yleisön. Pääsyy, miksi työskennellään populaarijournalisteina, on henkilökohtainen ilo tai hyöty. Tämä on Deuzen mielestä suurempi merkityksenantaja populaarijournalistin työlle kuin professionaalinen ideologia. (Deuze 2005, 880.)

### **5.3. Bird: Kuten muutkin mutta viihteellisiä**

Bird on haastatellut National Examiner -nimisen supermarket-tabloidin toimittajia Yhdysvalloissa. Birdin mukaan toimittajien peruspuolustus työlleen oli, että teemme sitä samaa mitä muutkin journalistit. Birdin mukaan tabloidit toimivatkin monin tavoin samalta pohjalta kuin muutkin lehdet.

Niissä kerrotaan oikeita ihmisistä ja tapahtumista, ja kirjoittajat ovat journalisteja. Monet tabloidien jutut ovat samaa päivittäisjournalismia kuin muissakin lehdissä. Bird uskookin, että muut toimittajat saattavat suhtautua tabloidien toimittajiin karsaasti juuri siksi, että raja tabloidien ja ”oikeiden” lehtien välillä ei olekaan niin selkeä. (Bird 1992, 102–106.)

Birdin haastattelemat toimittajat kertoivat tiedonhankinnan metodien ja journalististen pääperiaatteiden olevan samat kuin muillakin toimittajilla. Silti toimittajilla oli myös halu erottua muista, mikä ilmaistiin esimerkiksi lehtien viihteellisyyttä korostamalla. Viihteellisyyden taakse menttiin myös piiloon: koska tabloidit ovat viihdettä, niitä ei tulisi arvioida samoin kriteerein kuin muita lehtiä. Toimittajien mielestä he voivat kirjoittaa luovasti ja mahtipontisesti, koska heillä ei ole tarvetta informoida lukijoita. Tylsyyttä pidettiin pahana asiana, ja jonkinlaista tasapainoa uutisissa ei koettu niin kovin tärkeäksi. (emt., 91, 98, 105–106.)

## 6. Aineisto ja menetelmät

Tässä luvussa kerron aineistostani sekä sen hankinnasta. Lisäksi esittelen, miten etsin tietoa tuosta aineistosta.

### 6.1. Aineisto

Tutkielman empiirisen aineiston muodostaa 10 iltapäivälehdien toimittajan teemahaastattelua. Haastatelluista toimittajista puolet työskenteli Ilta-Sanomissa, puolet Iltalehdessä. Haastatellut olivat iältään 27–55-vuotiaita, ja he olivat työskennelleet iltapäivälehdessä muutamasta vuodesta 25 vuoteen.

Haastatelluista toimittajista puolet oli naisia ja puolet miehiä. Koulutustaustat olivat monipuoliset. Kolmella haastatellulla oli maisterin tutkinto, kolmella taas sekalaisia yliopisto-opintoja. Kaksi haastateltua oli opiskellut journalismia kansanopistossa, yksi Aamulehti-akatemiassa ja yhdellä oli muun alan opistotason koulutus. Ennen iltapäivälehteen siirtymistä työkokemusta oli yleisimmin haettu maakuntalehdistä.

Haastatellut olivat tulleet iltapäivälehteen montaa reittiä. Joitain oli pyydetty töihin, mutta useammin työhön haettiin. Muutamat haastatellut siirtyivät Iltalehteen Uuden Suomen puolelta. (Iltalehti oli ennen Uuden Suomen kolmas painos.)

Iltapäivälehteen haettiin, koska haluttiin uralla uusia haasteita. Lehteä pidettiin dynaamisena, ja siellä nähtiin olevan ”reipas tekemisen meininki”. Lähes kaikki haastatellut olivat sitä mieltä, että iltapäivälehdien toimittajaksi ei ollut vaikea oppia.

Haastatelluista toimittajista kahdeksan työskenteli kotimaan toimituksessa ja kaksi viihdetoimituksessa. Kotimaan toimittajat olivat tähän tutkielmaan varsin selvä valinta, koska kotimaan jutut ovat iltapäivälehdelle leimallista aineistoa. Lisäksi oletin, että kotimaan toimittajat ovat esimerkiksi televisio-osaston toimittajia selkeämmin kaksien arvojen välillä: he tekevät juttuja saman professionaalisen ideologian pohjalta kuin muutkin toimittajat, mutta kuitenkin heidän oletetaan tekevän noita samoja juttuja omanlaisellaan, räväkällä tavalla. Päätin haastatella aineiston rikastamiseksi myös kahta viihdetoimittajaa, koska viihteellä on lehdessä painava merkitys. Esimerkiksi lööppiotsikoista suurin osa on tehty viihdejuttujen pohjalta (Kivioja 2004, 58).

Haastateltavat valikoituivat pitkälti Ilta-Sanomissa ja Iltalehdessä työskennelleiden tuttavien avulla. Kyselin heiltä muun muassa toimittajien iä, koulutustaustoja ja työkokemuksia. Ilta-Sanomista myös muistin joitakin toimittajia, koska olen itse työskennellyt lehdessä. Lähestyin mahdollisia haastateltavia (yhtä lukuun ottamatta) sähköpostilla, jonka perään soitin muutaman päivän kuluttua. Kaksi toimittajaa kieltäytyi haastattelusta. Toinen vetosi kiireisiin, toinen taas sanoi tietävänsä liian hyvin, millaisin ennakkoluuloin tiedotusopin opiskelija tulee haastattelemaan iltapäivälehtien toimittajia. Kyseinen toimittaja lähetti myöhemmin sähköpostin, jossa pahoitteli tylyä suhtautumistaan ja kertoi vain olevansa kyllästynyt siihen, että iltapäivälehdessä työskenteleviä syytetään aina lööpisaastan tekijöiksi.

Päädyn tekemään kymmenen haastattelua osittain siksi, että mahdollisten haastateltavien kokonaismääräkään ei ole kovin suuri. Toiseksi halusin, että pystyn tekemään aineistosta pintaa syvemmälle koukkaavia päätelmiä. Suuren aineiston kanssa olisi voinut olla vaarana, että siihen ei olisi ollut työekonomisista syistä mahdollista tutustua kovin perinpohjaisesti.

## **6.2. Tiedon kerääminen**

Keräsin aineiston teemahaastattelemalla. Esittelen aluksi, mikä on teemahaastattelu ja miksi päädyin tähän menetelmään. Sen jälkeen kerron omista haastattelukokemuksistani.

### **6.2.1. Teemahaastattelu tiedonkeruun menetelmänä**

Haastattelun lähtökohta tiedonkeruun menetelmänä on yksinkertainen: kun halutaan tietoa, kysytään sitä asianosaiselta itseltään. Hirsjärven ja Hurmeen (2001, 35) mukaan haastattelu on hyvä menetelmä erityisesti silloin, kun tutkitaan vähän kartoitettua aluetta ja tutkijan on vaikea tietää etukäteen vastausten suuntia. Iltapäivälehtien toimittajia ei ole paljon tutkittu, joten jo siitä syystä teemahaastattelu tuntui tähän tutkielmaan sopivimmalta menetelmältä. Harkitsin silti myös, että olisin pyytänyt toimittajia pitämään päiväkirjaa työstään ja käyttänyt näitä kirjoituksia aineistona. Pelkäsin kuitenkin, että päiväkirjan pitäminen voi unohtua kiireisiltä toimittajilta. Haastattelua puolsi myös suoran vuorovaikutuksen mahdollisuus: jos jotain jää epäselväksi, haastattelutilanteessa siihen voi pyytää tarkennusta tai selvennystä. Hirsjärven ja Hurmeen mukaan muita haastattelun hyviä puolia ovat muun muassa mahdollisuus suunnata tiedonhankintaa itse tilanteessa ja mahdollisuus tarkkailla ei-kielellisiä vihjeitä. (emt., 34–35.)

Tutkimushaastatteluja on luokiteltu niiden strukturoituneisuuden asteen mukaan. Valitsemani haastattelumenetelmä eli teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelu, jollaisena se asettuu lomake-

haastattelun ja strukturoimattoman haastattelun väliin. Teemahaastattelussa ei ole yksityiskohtaisia kysymyksiä, vaan haastattelu etenee keskeisten, kaikille samojen teemojen varassa. Tämä vapauttaa haastattelua tutkijan näkökulmista ja tuo tutkittavien äänen kuuluviin. Ihmisten tulkinnat ja heidän asioilleen antamat merkitykset ovat keskeisiä. (emt., 44–48.)

### **6.2.2. Omat kokemukset teemahaastattelusta**

Tähän tutkielmaan tarvittavat haastattelut tehtiin marras-joulukuussa vuonna 2005. Haastattelupaikkoina olivat kahvilat ja toimitusten neuvotteluhuoneet. Yksi haastattelu tehtiin haastateltavan kotona. Haastateltavat vaikuttivat olevan tutkimuksessa mukana varsin mielellään, ja monet tuntuivat miettineen työtään ja ammatillisia käsityksiään jo etukäteen. Suurin osa antoi polveilevia vastauksia, mutta mukana oli myös muutaman lauseen vastauksia suosivia. Asian vierestä puhuminen ja vapaa assosiointi tuottivat useimmiten hedelmällistä aineistoa, joten en keskeyttänyt haastateltavien puheenvuoroja tai ohjannut keskustelua liian väkivaltaisesti mihinkään suuntaan. Haastattelijan roolini oli neutraali ja myötäilevä, ei niinkään kriittinen tai haastava. Olin varsin toimittajamainen eli en juurikaan esittänyt omia mielipiteitäni. Haastattelu oli haastattelumainen, ei vapaa keskustelu.

Haastattelut kestivät tunnista kahteen tuntiin. Tunti ja 15 minuuttia oli yleisin kesto. Haastattelut erosivat suuresti toisistaan, mutta teemat tulivat käsitellyiksi kaikkien kanssa. Toisissa haastatteluisissa painottui oma työ, toisissa iltapäivälehti, toisissa taas journalistietiikka. Olin tehnyt haastattelu-runkoon teemojen lisäksi myös yksityiskohtaisia kysymyksiä, mutta niille ei loppujen lopuksi ollut paljon käyttöä. Mitä useampia haastatteluja olin tehnyt, sitä varmemmin yksityiskohtaiset kysymykset jäivät kysymättä. En pidä tätä kuitenkaan puutteena, koska liika haastattelurungossa roikuminen olisi voinut tuottaa liian samanlaisia haastatteluja.

Haastattelujen ajankohdalla on oma merkityksensä. Monet toimittajat käyttivät samoja ajankohtaisia esimerkkejä kuten Idols-laulukilpailua ja sitä, miten muutkin tiedotusvälineet julkaisevat nykyään verotietoja. Myös viihdelehdet 7 päivää, Katso ja Oho nousivat usein puheeksi. Tähän yksi syy saattaa olla, että Katso oli hiljan alkanut ilmestyä kaksi kertaa viikossa. Viihdelehtien volyyymi näytti siis haastatteluhetkellä merkittävämmältä kuin nyt, kun Katso on palannut yhteen ilmestymiskertaan viikossa. Ajankohdan vaikutus näkyy myös siinä, että iltapäivälehdillä ei ollut juuri ollut mitään suurta uutisvoittoa, johon olisi voinut viitata oman lehden merkittävyyttä perustellessa.

Haastattelut nauhoitettiin. Yhdestä haastattelusta jäi tallentumatta noin puoli tuntia, mutta kaikki teemat tulivat siitä huolimatta käsitellyiksi. Yksi haastateltava oli haastatteluhetkellä sairas, toinen taas tuli tilanteeseen yllättäen. Olin toimituksessa tekemässä toista haastattelua, ja toimittajaa pyy-



dettiin osallistumaan haastatteluun. Tilanteen yllättävyys ei kuitenkaan juurikaan vaikuttanut haastattelun sisältöön.

Haastatteluista tuli litteroituna noin 200 liuskaa tekstiä. Riviväli oli 1,5. Litteroin puheet sanasta sanaan. Nonverbaliikkaan en kiinnittänyt huomiota, joskin merkitsin ylös empimisen, ironian käytön ja naurahdukset.

Vaikka olen ollut Ilta-Sanomissa töissä, en juurikaan tuonut tätä julki haastatteluissa. Seikasta ei siis ollut hyötyä, mutta ei haittaakaan. Vain yksi haastattelemistani Ilta-Sanomien toimittajista oli tuttavani. Tässä haastattelussa oli arvioni mukaan luottavaisempi tunnelma kuin muissa, mutta se on ehdottomasti luettava eduksi.

### **6.3. Pelkistyksistä synteisiin**

Laadullisen aineiston analyysissä on Alasuutarin (1993, 22) mukaan kaksi vaihetta: havaintojen pelkistäminen ja arvoituksen ratkaiseminen. Tässä tutkielmassa havaintojen pelkistäminen alkoi teemoittelulla. Olin jo litterointivaiheessa huomannut, että tietyt teemat tuntuivat toistuvan aineistossa. Niinpä aloin etsiä systemaattisemmin, mitä näistä teemoista todella sanottiin. Samalla aineistosta alkoi nousta uusia teemoja, joiden alle keräsin uusia lausumia. Teemoittelussa oli sekä tutkijattä aineistolähtöinen puoli. Esimerkiksi ”eettiset ongelmat” oli lähtökohtaisesti itseäni kiinnostava teemaotsikko, mutta esimerkiksi teema ”ihan tavallista toimittajan työtä” nousi aineistosta ilman omaa ennakkointiani. Aineistoa tarkemmin lukiessa kiinnitin huomiota erityisesti arvottaviin sanontatapoihin. Tätä kautta pääsin sen jäljille, mitä pidetään hyvänä ja tavoiteltavana, mitä taas ei.

Arvoituksen ratkaiseminen eli synteessin hakeminen alkoi irrallisten havaintojen ja teemojen yhdistämisellä. Teemojen merkitykset alkoivat muodostaa suurempia teemoja tai verkostoja. Luin aineistoa läpi moneen kertaan ja pyrin myös alati kyseenalaistamaan omia tulkintojani. Otin ajallisesti etäisyyttä aineistoon eli en tehnyt analyysiä yhteen putkeen.

Olen pyrkinyt tekemään lukijalle helpoksi sen seuraamisen, millaisen aineiston perusteella olen tullut tekemiini johtopäätöksiin. Tämä on ensimmäinen perustelu sille, miksi tutkielmassa on melko runsaasti aineistosta poimittuja sitaatteja. Lisäksi joissakin tapauksissa asia on sanottu sitaatissa niin hyvin, että sen kääntäminen gradukielelle on tuntunut tarpeettomalta. Sitaatteja on hieman käsitelty. Lähinnä olen poistanut turhia toistoja ja täytesanoja, jotta sitaatit eivät olisi liian pitkiä. Olen myös lisännyt sulkuihin sanoja, jos asiayhteys uhkaa muuten jäädä hämäräksi. Sitaattien XXX-merkinnät viittaavat julkisuuden henkilöihin, jotka eivät välttämättä esiintyneet haastateltavien puheissa mai-

rittelevissä yhteyksissä. Sitaateissa ei ole kovin tarkkoja esimerkkejä toimittajien tekemistä jutuista tai kohtaamista ongelmista, koska monet haastateltavat toivoivat pysyvänsä anonyymeinä. Haastateltavilta on suoria lainauksia myös oman tekstini seassa. Siinä tapauksessa lausumat on varustettu lainausmerkein.

Aineisto on niin pieni, että ryhmien (esimerkiksi sukupuolten) välisten erojen etsiminen ei ollut mielekästä. Samasta syystä vältin tekemästä myös lehtien välisiä vertailuja.

Tutkielman tuloksia ei voi yleistää. Tarkoitus on ollutkin etsiä enemmän moninaisuutta kuin samuutta tai yhtä totuutta. Tutkielma kertoo, millaisilla erilaisilla tavoilla haastattelemiä iltapäivälehtien toimittajat kokevat työnsä, lukijansa, lehtensä ja identiteettinsä. Tuloksista ei voi sanoa, miten iltapäivälehtien toimittajat yleensä tai jonkinlaisena yhtenä ryhmänä kokisivat nämä asiat.

## **6.4. Puheen ja todellisuuden vastaavuus**

Todellisuuden ja ihmisten puheiden vastaavuus on haastattelututkimusten perusongelmia. Seuraavaksi kerron yleisesti, mikä mutkistaa haastattelupuheen ja todellisuuden suhdetta. Sen jälkeen pohdin kaunistelun ja onnellisuusmuurin mahdollista vaikutusta omassa työssäni.

### **6.4.1. Valehtelevatko he?**

Vaikka ihmiset eivät suoranaisesti valehtele, on monia tekijöitä, jotka vaikuttavat heidän sanomaansa. Leino (1989, 26) muistuttaa, että kielelliset ilmaukset eivät välitä pelkästään yksiselitteistä totuutta ulkomaailmaa koskevista asioista, vaan niiden mukana kulkee informaatiota puhujan tarkoituksista sekä hänen suhtautumisestaan kuulijaan ja siihen tietoon, jota hän on välittämässä. Vastauksissa painavat myös kerronnan kognitiiviset tekijät, kertomisen kulttuuriset konventiot, tilanteen konteksti ja yleisö (Hoikkala 1989, 175). Omassa tutkielmassa kerronnan kognitiiviset tekijät voivat tarkoittaa sitä, että etiikka merkitsee eri asiaa haastattelijalle ja haastateltavalle. Kertomisen konventioihin taas vaikuttaa se, mitä on soveliasta sanoa ääneen. Tilanteen kontekstiin puolestaan voi vaikuttaa jo pelkästään se, minä päivänä haastattelu nyt satutaan tekemään ja mitä on päällimmäisenä mielessä.

Yleisölle puhuminen on painava tekijä puheen sisällössä. Ihminen puhuu ja kirjoittaa aina jollekin yleisölle. Oman tutkielmani haastateltavat puhuvat työstään todennäköisesti eri tavalla perheenjäsenilleen ja ystävilleen kuin gradua tekeväälle opiskelijalle. Haastateltavan mieleen saattaa myös tulla ajatus opiskelijaakin suuremmasta yleisöstä. Lopullisen tutkielman voi lukea kuka tahansa, mukaan

lukien omat esimiehet ja kollegat. Jonkinlainen lojaalius omaa työpaikkaa kohtaan tulikin esiin joillakin haastatelluilla, mikä saattoi jarruttaa kielenkantoja jonkin verran. Haastateltavat muun muassa totesivat joihinkin kysymyksiin, että ”en haluais työpaikkaani hirveesti lähtee haukkumaan” tai ”mitähän tästä nyt voi oikein kertoa ulospäin”. Osa haastatelluista halusi myös esiintyä tutkielmassa omalla nimellään, jolloin ajatus yleisölle puhumisesta tulee vielä selvemmin mieleen. Nimellä esiintyvien haastattelut eivät kuitenkaan paljon eronneet muista. Niissä ei ollut havaittavissa ilmiselvää sensurointia, eikä toisaalta yletöntä oman kilven kiillotteluakaan.

Kytömäen ja Savisen (1993, 3) mukaan jo puheiden ristiriitaisuudet ja epäloogisuudet sulkevat pois mahdollisuuden, että haastattelun puhetta voisi lähestyä yksi yhteen osoituksena haastateltavien tavasta suhtautua erilaisiin asioihin. Kytömäki ja Savinen pitävät yleisimpänä haastattelujen ongelmana sitä, että ihmisillä ei ole omaa, todellista suhdetta asioihin. Niinpä ihmiset tuovat esiin käsitteitä, jotka ovat passiivisia heijastuksia esillä olleista julkisista puheenvuoroista.

Kytömäki ja Savinen (emt., 4) ovat omassa haastattelututkimuksessaan ratkaisseet kysymyksen puheen ja todellisuuden vastaavuudesta yksinkertaisesti. He pyrkivät näkemään puheessa sen ytimen ja kysymään, mitä kukin keskustelija haluaa puheenvuorollaan viestittää. Tämänkaltainen lähestymistapa pätee omaankin tutkielmaani. Ytimen löytäminen ei välttämättä edes tarkoita joka tapauksessa, että kaikessa on salattuja merkityksiä. Niinpä joissakin kohdissa aineistoon voi suhtautua jopa faktanäkökulmaa (Alasuutari 1993, 72–83) käyttäen. Hara kirjoittaa ulkomaantoimittajia käsittelevässä pro gradu -työssään: ”Kun ulkomaantoimittaja puhuu siitä, mitä on olla ulkomaantoimittaja ja miten tuota työtä tehdään, hänet on syytä ottaa tosissaan. Hän on asiassaan paras ekspertti.” (Hara 2002, 35–36.) Samaa voi paikoin soveltaa tässä tutkielmassa. Iltapäivälehdien toimittajat ovat oman työnsä asiantuntijoita ja voivat kertoa siitä jo pinnallisellakin tasolla kiinnostavia asioita.

#### **6.4.2. Kaunistelu ja onnellisuusmuuri**

Hirsjärven ja Hurmeen (2001, 35) mukaan haastattelu sisältää menetelmänä monia virhelähteitä, koska haastateltava haluaa antaa sosiaalisesti hyväksytyjä vastauksia. Tämä oli tärkeää pitää mielessä omassa työssä, koska haastatteluissa käsiteltiin suhteellisen arkaluonteisia asioita kuten eettisyyttä. On mahdotonta sanoa, mikä oli haastateltujen puheissa kaunistelua ja mikä ei, mutta jos journalismista puhumista rajoittavat Dahlgrenin (1992, 7) mukaan ahtaat diskurssit, ei toimittaja voi koskaan puhua työstään aivan huomioimatta noita yleisiä puhetapoja. Niinpä uskon, että haastateltavien puheeseen sekoittui jonkin verran ihannekuvia omasta työstä ja lehdestä. Oma työ saatettiin

paikoin esittää sellaisena, millaista sen toivoisi olevan tai korostaa niitä puolia, jotka luetaan kulttuurisesti arvostettaviksi toimittajan työssä.

Joistakin haastateltavista huomasi, että he ovat hyvin tietoisia itseensä kohdistuvista ennakkoluuloista. Tämä näkyi erityisesti siinä, mitä asioita haastateltavat halusivat painottaa. Lehden rehellisyyttä ja toimittajien reiluja toimintatapoja korostettiin varmasti enemmän, kuin mitä maakuntalehden toimittajat olisivat korostaneet. Eräs haastateltava alkoi myös vuolaasti puolustella oman lehden eettisyyttä ennen kuin edes kysyin mitään.

Uskali kertoo väitöskirjassaan, että luokitteli pro gradu -työssään haastateltavat täysin avoimiin ja jonkin verran varovaisiin. Täysin avoimet käyttivät haastattelutilannetta tilityksellisesti, ja he olivat muun muassa kriittisiä omaa työnjälkeään kohtaan. (Uskali 2003, 83.) Omassa työssäni oli kuusi täysin avointa ja neljä jonkin verran varovaista. Täysin avoimet kertoivat työstään kriittisesti ja paikoin jopa raadollisesti. Varovaiset taas saattoivat vastata ilmeisesti kiusallisiksi kokemiinsa kysymyksiin vähäsanaisesti tai hieman asian vierestä.

Onnellisuusmuurissa on kyse siitä, että haastateltava ei pysty problematisoimaan elämäänsä liittyviä asioita, koska kaikki on ”ihan hyvin” ja arki rullaa itsestään selvillä tavoilla. Arkeen liittyviin ongelmiin on niin tottunut, että niitä ei näe tai halua nähdä. Ihmiset siis luulevat olevansa onnellisempia kuin mitä tosiasiallisesti ovatkaan.

Onnellisuusmuurit osoittautuivat haastatteluissa matalammiksi kuin oletin etukäteen. Vaikka neljä haastatelluista olikin varovaisia, ei syy ole välttämättä se, ettei omaa työtä osattaisi problematisoida. Uskon onnellisuusmuurien mataluuden johtuvan kahdesta syystä. Ensinnäkin Heinosen (1996, 102) mukaan kriittisyys on toimittajien ammattitauti. Toimittajat suhtautuvat paitsi ympäröivään todellisuuteen, myös omaan työhönsä epäkohtia kaivaen. Toiseksi toimittajista neljä kertoi olevansa valmis vaihtamaan työpaikkaa, jos kiinnostava paikka aukeaa. Liian onnelliseksi ei siis tarvitse ryhtyä, jos työpaikan kokee vain välietapiksi eikä loppuelämän työpaikaksi.

## 7. Analyysi

Analyysi-osio on jaettu viiteen osaan. Ensimmäisen osion aiheena on toimittaja työssään, toisen taas etiikka. Kolmanneksi pohdin toimittajien suhdetta lukijaan ja neljänneksi toimittajien suhdetta leh-teensä. Viimeisen osion aiheena on toimittajien identiteetti.

### 7.1. Toimittaja työssään

Aineistossa iltapäivälehdien toimittajan työ näyttäytyy toisaalta rutiininomaisena, toisaalta taas alati ajattelua vaativana. Seuraavaksi esittelen, mitä puolia toimittajan työstä haastatteluissa nousi esiin. Erityisen suuren painon saavat suhde haastateltaviin sekä etiikka.

#### 7.1.1. Toimittaja osana koneistoa

Toimittaja on lähtökohtaisesti osa toimituksellista koneistoa ja hierarkiaa. Toimittajan pääasiallinen tehtävä on tehdä juttu, joka ei ole välttämättä lähtöisin hänen omasta ideastaan, eikä jutun näkökulmakaan ole aina toimittajan päästä. Toimittaja tekee jutusta version, jota jatkojalostetaan seuraavas-sa portaassa. Esimerkiksi uutispäällikkö voi muuttaa jutun otsikkoa tai kärkeä. Iltapäivälehdistä puhuttaessa vielä erikseen ovat tahot, jotka tekevät jutusta lööppi- ja kansiosikoita.

Haastatellut iltapäivälehtien toimittajat ottivat paikkansa koneiston osana varsin luontevasti. Esi-merkiksi juttujen editointi mainittiin kovaksi ja harmittavaksikin, mutta editoinnin välttämättömyyt-tä ei juurikaan kyseenalaistettu. Myös omaan vastuun määrään vaikutettiin olevan tyytyväisiä. Vain yksi haastateltu oli sitä mieltä, että toimittajille annetaan liikaakin vastuuta. Esimiesten tulisi hänen mielestään miettiä juttuideoita tarkemmin ennen kuin ne annetaan toimittajille tehtäviksi.

Aineistosta ei löytynyt juuri lainkaan sen tyyppisiä lausumia, että ”minä vain teen mitä käsketään”. Pikemminkin korostettiin oman ajattelun ja panoksen merkittävyyttä. Vaikka esimerkiksi esimiehet saattavat antaa toimittajalle idean ja näkökulmaehdotuksen juttuun, jää siinäkin tilanteessa paljon toimittajan päätäntävaltaan. Näkökulmaa ei voi lyödä lukkoon ennen kuin materiaali on kerätty.

Toimittajan hierarkian asteella ollaan alaisen asemassa, mutta aineiston perusteella alaisena ei kui-tenkaan olla liian tottelevaisia. Toimittajaportaan vallanotto konkretisoituu esimiesten kanssa käy-dyissä väittelyissä. Esimiehet voivat yrittää väkisin runnoa juttuihin näkökulmia, jotka eivät vastaa todellisuutta. Myös ideoinnissa ja editoinnissa esimies saattaa mennä harhaan. Toimittajan tulee pitää omista rajoistaan kiinni ja vastustaa totuudenvastaisuutta lähenteleviä kärjistyksiä ja arvelutta-

viksi kokemiaan toimintatapoja. Haastattelujen perusteella keskustelu voi olla esimiesten kanssa kiivastakin. Haastatellut käyttivät esimiesten kanssa toimimisesta puhuessaan muun muassa ilmaisuja ”joutuu väentämään”, ”tulee huutoa”, ”sain hirveen raivarin” ja ”esitän mielipiteitäni äänekäästi”.

On ollu joku kerta silleen, että oon etukäteen tapellu ihmisten kanssa siitä, että te ette voi pakottaa mua laittamaan tämmöstä näkökulmaa, koska se ei oo totta... Olen pitänyt itte siitä meteliä, että se ei todellakaan oo menny läpi. (H6)

... jos siinä on joku asia siinä esimiehen ehdotuksessa joka tökkii tai näin, niin ettei nyt sokeesti lähde tekemään kaikkea mitä käsketään. Mun mielestä tää pätee ihan mihin tahansa ammattiin, et lähtee sit keskustelemalla hakemaan sitä sen esimiehen kanssa, jos siin on omasta mielestä joku kummallinen tai epäreilu näkökulma, koska toimittaja kuitenkin siellä ruohonjuuritasolla tekee sitä juttua. (H9)

Rivitoimittajan valta lehden suurempiin linjoihin nähtiin pieneksi. Useampi haastateltu visioi ensin, mitä muuttaisi lehdessä tai työssään, mutta päätti puheenvuoronsa siihen, että tällaisiin asioihinhan rivitoimittajalla ei ole mitään sanomista. Toisaalta kun koko lehteen ei ole sananvaltaa, ei siitä tarvitse ottaa vastuutakaan. Lehteä arvostelevaa voi neuvoa soittamaan päätoimittajalle tai lööppikriitikolle voi sanoa, että en minä niitä lööppejä tee.

Muutamien haastateltujen toimittajien työ vaikutti puheiden perusteella varsin vapaalta, mutta pitää muistaa, että toimittajat esittävät työnsä mielellään vapaana ja itsenäisenä, eikä suinkaan esimiehen käskyjen mukaan tehtävänä, rutiininomaisena liukuhihnatyönä. (Ks. Suonpää 2001; Nohrstedt & Ekström 1994, 160.) Vapaana työnsä esittävät puuhaavat omien sanojensa mukaan kontaktiensa kanssa, ideoivat omia juttujaan ja toteuttavat niitä. Eräs haastateltu sanoi, että ei kestäisikään työtä, jossa vain pitäisi ottaa joka aamu uutispäälliköltä työtehtävä ja toteuttaa se. Toinen haastateltu taas esitti työnsä lähes taiteilijamaisen vapaana. Hän puhui ”journalistisesta elämäntavasta”, joka ei ole sidottu kellonaikoihin, vaan hän voi lähteä tekemään juttua mihin vuorokauden aikaan tahansa.

### **7.1.2. Toimittaja julkisuuden portinvartijana**

Haastattelujen perusteella iltapäivälehtijulkisuus hahmottuu alueena, jonne moni ihminen mielellään tunkisi itselleen edullisessa valossa. Toimittajan tehtävä on vartioida tuon alueen porttia, jotta kuka tahansa ei pääse julkisuuteen mellastamaan kuten itse haluaa. Kuva toimittajasta tällaisena lahjomattomana portinvartijana korostui lähes kaikilla haastatelluilla.

Julkisuus ei ole tilaa, jossa esimerkiksi poliitikot saavat mainostaa itseään. Poliitikkoihin ja muihin valtaapitäviin (esimerkiksi virkamiehet ja yritysjohtajat) toimittajat kertoivat suhtautuvansa hyvin kriittisesti. Poliitikkojen tekoja ei tule kaunistella tai pimitää, koska kansan pitää pystyä arvioimaan, onko vallassa oikeita ihmisiä. Useimmin haastatteluissa tuli puheeksi valtaapitävien niin sa-

notut töppäilyt, joihin kuuluivat niin aviorikokset kuin autokolaritkin. Muutaman mielestä lehdistö voisi ruotia valtaapitäviä kovemmin kuin nykyään.

H7: Mehän ollaan hirveen hellävarasia. Joskus niin hellävarasia, että itte asiassa ottaa päähän. Täytyy pomolle sanoa, että oot sä nyt ihan tosissas, kyl toi nyt voidaan laittaa lehteen. Mutta meillä on kyllä hyvin tarkkaa se.

K: Missä asioissa ollaan liian hellävarasia?

H7: No tässä just kirjoitin XXX:n pikkukolarista. Mun mielestä olis voinu ihan hyvin laittaa meillekin, että XXX-huhut veivät hänet ojaan. Mutta meillä... tehtiin vaan perusjuttu siitä, että se ajo pienen kolarin... Mä olin siitä ihan eri mieltä (nauraa). Hän on kuitenkin korkean tason poliitikko, ei se nyt niin herkkänahkanen mies oo.

Vaikka valtaapitävien töppäilyjen julkistamista pidettiin tärkeänä, voisi muutaman toimittajan mielestä yksityiselämään kuuluvista asioista olla joissakin tapauksissa hiljempäkin. Aineistosta löytyy esimerkki, jossa toimittaja jätti julkaisematta valtaapitävän rikosepäilyä koskevan skuupin. Syy julkaisemattomuuteen oli, että toimittaja arvioi jutun seuraukset kohtuuttomiksi jutun kohteelle, joka oli sairas ja luopumassa virastaan.

Yleisjulkikset ovat lähinnä viihdetoimittajien haastateltavia, mutta he tulivat puheeksi muutaman muunkin haastatellun kanssa. Suuri osa viihdesivuilla esiintyvistä julkkiksista on missejä, laulajia tai muita viihdealan ihmisiä, jotka julkisuuden avulla pyrkivät saamaan myymänsä tai edustamansa tuotteen paremmin kaupaksi. Niinpä julkikset ovat innokkaita julkisuuden portin hakkaajia.

Molemmat haastatellut viihdetoimittajat olivat sitä mieltä, että julkikset tietävät hyvin missä ovat mukana. Ainoa hieman huolta herättävä ryhmä on ensiaskeleitaan julkisuudessa ottavat, jotka eivät välttämättä vielä ymmärrä, kuinka julkisuus toimii. Toisen viihdetoimittajan mukaan julkisuudessa myös pyöritetään muutamia ”mielenterveydeltään jotenkin sekavia” ihmisiä. Heistä toimittaja ei ole ollut koskaan innostunut tekemään juttuja.

Pelin henkenä on, että julkisuus hyödyttää julkkiksia, mutta sen hintana myös ikävät asiat päätyvät julkisuuteen. Julkkis ei voi päättää milloin, miten ja millaisten asioiden yhteydessä hän julkisuudessa esiintyy.

... mä tiedän julkisuuden henkilöitä, jotka aina halua olla julkisuudessa kun se on myötäsukanen heihin, ja sit ku se ei ookkaan myötäsukanen, niin sit yht’äkkiä julkisuus tunkeutuukin hänen alueelleen. Ja tämmösiäkin henkilöjä on. Sillon mä myös suhtaudun kriittisesti niihin (heidän esittämiinsä media-)kriitikkeihin, ennen kun mä tiedän, et kuka puhuu ja mitä puhuu. (H4)

Toisella viihdetoimittajalla oli erityisen voimakas kuva toimittajista portinvartijoina, joita julkkikset eivät hyppyytä. Hän korosti, että ketään julkisuuden henkilöä ei suojella suojelemisen vuoksi, ja jos skandaali osuu kohdalle, ”hyödynnän sen niin kuin kuuluukin”. Toinen viihdetoimittaja suhtautui julkkiksiin lempeämmin. Hän sanoi muun muassa tekevänsä ”ennakkosensuuria tai suojelutyötä”

juttua kirjoittaessaan, eli jos haastateltava on sanonut jonkin tiedon, jonka julkistamisen toimittaja arvioi vahingoittavan haastateltavaa, hän jättää sen pois.

Viimeinen usein mainittu haastateltavien ryhmä on niin sanotut tavalliset ihmiset. Heitä ei juuri julkisuuden portilla näy, vaan pikemminkin heitä saa repiä julkisuuteen. Iltapäivälehdet tarvitsevat ihmisläheiseen kerrontaansa ihmisen, josta juttu lähtee. Ihmiset kuitenkin säikkyvät julkisuutta siinänsä ja monesti vielä enemmän iltapäivälehtijulkisuutta, joten he kieltäytyvät haastatteluista.

Haastatellut toimittajat suhtautuvat omien sanojensa mukaan pehmeästi tavallisiin ihmisiin. Yksityisillä ihmisillä on paljon sananvaltaa siihen, miten he julkisuudessa esiintyvät, ja heitä kuunnellaan hyvin herkällä korvalla. Jos jutun kohde toivoo loppumetreillä, että koko juttua ei julkaista, silloin juttu jääköön julkaisematta. Jutut tulee ylipäättään kirjoittaa niin, että esimerkiksi yksityisten ihmisten turvallisuus ei vaarannu tai heidän lapsilleen ei koidu jutusta haittaa.

Joskus kuitenkin tavallisillakin ihmisillä on tarvetta julkisuuden hyväksikäyttämiseen. Silloin toimittajan rooli vaihtuu taas portinvartijaksi. Iltapäivälehteä huudetaan paikalle, jos joku haluaa julkisuuden avulla esimerkiksi vauhdittaa kiistaansa tai ajaa asiaansa. Joskus joku onnistuuikin ”tanssittamaan mediaa”, mutta ”kovin pitkään ei pysty iltapäivälehdessä valheita latelemaan”. Kahta toimittajaa oli myös yritetty suoraan lahjoa, mikä koettiin kauhistuttavana asiana.

H7: ...jos meitä yritetään käyttää käsikassarana jotain vastaan, vaikka koston. Joku ihminen tuntee olevansa väärinkohdeltu ja haluaa kostaa koko sosiaalitoimelle tai lääkärikunnalle tai oikeuslaitokselle, niin nehän pitää hyvin nopeesti siivota pois.

K: Yrittääks tätä lehtee sitten monet käyttää käsikassarana, kun toi nyt tuli esiin?

H7: Ei monet, mut joskus tulee esiin semmosia tilanteita, et rupee rivien välistä haistamaan. Ja on mulla takavuosina, niin yks ihminen tarjos mulle rahaa siitä, että mä tekisin jutun huoltajuuskiistasta. Et jos hän saa sen lapsen tämän jutun jälkeen, niin hän maksaa mulle näin ja näin paljon.

### **7.1.3. Reiluus ja hyvät tavat**

Haastateltavista puhuessaan toimittajat korostivat reiluuttaan, hyvätapaisuuttaan ja hienotunteisuuttaan. Erityisesti onnettomuustilanteissa monet toimittajat mainitsivat olevansa äärimmäisen varovaisia ja kohteliaita. Erään haastatellun mukaan onnettomuuspaikoilla ne ovatkin yleensä aivan muiden välineiden kuin iltapäivälehtien toimittajia, jotka työkeimmin ”tunkevat mikrofonia ihmisten suuhun”.

Julkisuudessa pyritään toimimaan toimittajien luomilla pelisäännöillä, mutta säännöt ovat kuitenkin kaikille selvät ja toimittajien toimintatavat reilut. Reiluudesta annettiin esimerkkinä se, että juorujen pohjalta ei kirjoiteta juttuja, vaan juorun kohde pyritään aina saamaan kiinni ja kommentoimaan. Juttujen kohteet ylipäättään saavat kommentoida itseään koskevia uutisia, eli jos kyse on esimerkiksi



töppäyksestä, töppääjä saa jutussa puolustuspuheenvuoron. Myös kiistatilanteissa pyritään antamaan kaikille osapuolille mahdollisuus kommentoida.

Poikkeuksia näistä kaikista toimintamuodoista kuitenkin tehdään. Jokin uutinen voidaan julkaista ilman asianomaisen vahvistusta tai kommentteja, jos häntä ei saada kiinni ja tieto on merkittävä sekä riittävän luotettaviksi arvioituista lähteistä peräisin. Eri asia myös on, jos henkilö ei halua kommentoida.

Reiluuden korostamiseen voi laskea toisen viihdetoimittajan kommentin, jonka mukaan iltapäivälehdissä on mukana ”sydämellisyyttä”. Kenestäkään julkkiksesta ei mennä tekemään juttua niin, että ollaan lähtökohtaisesti haastateltavan yläpuolella ja naureskellaan tämän sanomisille. Toisissa välineissä näkee enemmän juttuja, joissa julkkisjuttuja tehdään ”vittuillen” ja ”lähtökohtaisesti ilkeämielisesti”.

Toimittajien käyttämään reiluusdiskurssiin kuuluvat myös sentyyppiset kommentit, joissa korostetaan haastateltavienkin tavalla tai toisella hyötyvän haastattelutilanteesta. Jos ei muuta, haastateltavat saavat ainakin kuuntelijan.

H10: ...viihdetoimittajana jollain tavalla on semmonen tunne, että välillä joutuu olemaan niitten haastateltavien niin kun sielunhoitajana.

K: Ai jaa. Tuleeks joku esimerkki mieleen?

H10: Isoja viihdeuutisiahan on tämmöset erot tai naimisiinmenot tai lapsensaannit, siis kuitenkin isot elämänmuutokset, niin kyllä ne haastateltavat haluaa sitten puhua aika paljon tavallaan myös off the record, ja mun mielestä monet kaipaa niin kun kuuntelijaa ihan selkeesti.

Julkkikset pyytävät usein, että häntä koskevaa ikävää uutista ei julkaistaisi, mutta siinä kohdassa tulevat reiluuden rajat vastaan. Tällaisiin pyyntöihin ei yleensä reagoida, koska tiukassa lehtien välisessä kilpailutilanteessa joku julkaisee tiedon kuitenkin.

K: Tuleeks usein semmosia vetoamuksia, että älä kirjota ollenkaan tästä?

H6: Joo, varmaan joka haastattelussa... Joskus ne voi pyytää jotain yhtä isoo asiaa, millä ei oo välttämättä mitään merkitystä, että älä kirjota tästä, mutta sitte taas jos ne kertoo semmosen asian että... jätettiin vaimon kanssa avioeropaperit eilen, älä nyt sitä kirjota lehteen, niin sitten taas sille sanoo, että kai sä tompperi tajuat sen, et se tulee julkisuuteen joka tapauksessa... Ne pitää miettiä tapauskohtaisesti, että onko se semmonen asia, että sen voi jättää kirjottamatta.

Reiluudesta huolimatta voi tiedonhankinnassa ja haastateltavien kanssa toimiessa olla kuitenkin myös ovela. Haastattelurunkoon sisältyi kysymys siitä, oletko käyttänyt poikkeuksellisia tiedonhankintamenetelmiä. Joillakin oli tästä kokemuksia.

Kyl mä voin alottaa haastattelun, että mä en kerro, et mä tiedän jotain, koska mä haluan saada ensin sen virallisen kannan, että mä voin sitten kyseenalastaa, että miten te voitte sanoa näin, jos tilanne on oikeesti näin... Ihan hirveen paljon saa tietoo sillä, et osaa esittää kysymykset oikeella tavalla. (H4)

Sanotaan et poikkeuksellisia menetelmiä joutuu käyttämään, mutta ei sellasta, että mä pukeutuisin lääkäriks ja menisin sairaalaan haastattelemaan, ei tällasia... Mun mielestä valehdella ei saa, mutta ei tarvi kertoa koko totuutta. (H2)

#### **7.1.4. ”Minä en mihinkään lööppeihin halua”**

Aineiston perusteella haastateltavien suhtautuminen iltapäivälehdessä toimittajaan vaihtelee rajusti. Julkisuudessa toimivien ja siihen tottuneiden ihmisten kanssa ei niinkään ole ongelmia, mutta tavalliset ihmiset saattavat suhtautua negatiivisesti. Miedoimpia negatiivisia reaktioita ovat epäluuloisuus ja vastahakoisuus suostua juttuihin. Voimakkaimpia reaktioita taas ovat aggressiivisuus ja toimittajan haukkuminen.

Kolmella toimittajalla ei ollut juurikaan kokemuksia siitä, että haastateltavat suhtautuisivat huonosti iltapäivälehdessä toimittajaan. Muut olivat eri tavoin kokeneet sen, että oman työpaikan vuoksi jutunteko ei onnistu tai se on ainakin vaikeaa. Tyypillisintä on, että haastateltavat luulevat kaikista jutuista tehtävän sensaatioita, eivätkä suostu haastateltaviksi.

Vaikka kysyt ihan yksinkertaista asiaa, suunnilleen että tykkäätkö enemmän violetista vai vihreästä, niin ne ei uskalla sanoa mitään, kun ne kuvittelee, että se heti on suurin piirtein lööpissä, vaikka ne ei oo edes mitään julkkiksia. (H3)

On myös sit sellasia tilanteita, missä on sanottu suoraan, että jaaha, teille minä en sano yhtään mitään, tai sanotaan että teillä on väärä numero tai muuta, kieltäydytään olemasta se kuka on, vaikka mul ois niin kun ihan oikeet tiedot. (H8)

Toimittajien päälle saattaa ryöpsähtää myös ennakkoluuloja toimittajan luotettavuudesta tai keltaisesta lehdistöstä sinänsä. Eräs toimittaja oli huomannut, että asiantuntijahaastateltavat voivat yllättyä, kun juttu onkin oikein kirjoitettu, asiallinen, ”eikä siinä ole yhtään sensaatiota”. Tällaiset yllätykset ärsyttävät häntä.

Paljon onnettomuusjuttuja tehnyt toimittaja oli kokenut kaikkein negatiivisinta suhtautumista haastateltavilta. Hän kuvaili ihmisten suhtautuvan iltapäivälehdessä toimittajaan ”huonosti” ja jopa ”hyökkäävän torjuvasti”. Toimittajaa itseään oli muun muassa kerran alettu onnettomuuspaikalla valokuvata ”kuin rikollista”, ja hänet oli yritetty saada luopumaan muistiinpanoistaan.

Vaikka pääsääntöisesti iltapäivälehtiin päätymistä pelkäävät tavalliset ihmiset, tulee myös julkisuuteen tottuneiden kanssa ongelmia. Poliitikot syyttävät iltapäivälehtiä vääristelystä, jos heidän sanomansa ei näytä lehdessä hyvältä. Myös asiantuntijat saattavat vierittää syyn toimittajan niskoilille, jos joku kritisoi heidän lehdessä olleita sanomisiaan.

Julkisuuteen tottuneetkin saattavat puhutella toimittajaa epäkohteliaasti. Poliisi oli haukkunut erästä toimittajaa ”saatanan haaskalinnuksi” ja poliitikko Ilta-Sanomia ”Aatoksen sontaluukuksi”. Myös

viihdetoimittaja kertoi kokeneensa, että jotkut haastateltavat katsovat toimittajaa alaspäin ja kommentoivat kysymyksiä tyhmiksi.

Vaikka monet haastatellut toimittajat kertoivat kokemistaan ennakkoluuloista ja huonosta kohtelusta jopa huvittuneesti, ei asia ollut ainakaan kaikille haastatelluille samantekevä.

K: Tottuaks siihen, että suhtaudutaan hyökkäävän torjuvasti?

H5: Sitä osaa odottaa, mutta ei siihen totu... Jos on vilpittömästi tekemässä juttua ja torjutaan sen takia, että olet iltapäivälehdessä, niin kyllä se on pettymyksen paikka joka kerta.

### 7.1.5. Onnettomuusjutut

Kun toimittajat puhuivat tekemistään jutuista, onnettomuusjutut eivät kuuluneet siihen juttujoukkoon, jolla olisi jollakin tavalla haluttu ylpeillä. Tärkeämpää oli mainita esimerkiksi kuluttajajutut ja lukijalle hyvää mieltä tuottavat jutut. Onnettomuusjutut tulivat yleensä puheeksi haastattelijan aloitteesta. Niihin liittyvää eettistä puolta käsitellään tämän työn seuraavassa luvussa.

Onnettomuusjutut vaikuttavat olevan toimittajille pakkopullaa: juttujen tekeminen ei juuri palkitse, mutta niitä on pakko tehdä. Kukaan ei kuitenkaan kyseenalaistanut onnettomuusjuttujen runsautta, pikemminkin päinvastoin. Onnettomuuksista pitää kertoa esimerkiksi siitä syystä, että ne toimivat varoittavina esimerkkeinä muille. Onnettomuuksista ei myöskään saa avoimessa yhteiskunnassa vaieta, koska ne osoittavat hyvinvointivaltiossakin tapahtuvan kauhistuttavia asioita.

Haastateltujen mukaan onnettomuusjuttujen tekemiseen tulee jonkinlainen rutiini. Kun on ollut toimittajana monilla onnettomuuspaikoilla, osaa jo suhtautua esimerkiksi siihen, että ihmiset voivat reagoida toimittajaan monella tavalla. Vaikka onnettomuusjuttuja tulee ”tasaisena virtana” ja niihin tottuu, ne voivat silti järkyttää toimittajaakin. Juttua tehdessä onnettomuus on pakko ”ulkoistaa” itsestä eli siihen on pidettävä ammatillista etäisyyttä. Aina se ei tosin täysin onnistu.

Se on monet kerrat kun meikäläinen on käynyt tuolla vessassa itkemässä ja sitten takasin kirjottamaan, ja pahimmillaan on itketty ihan siinä kirjottaessakin... Sithän ihminen vasta on karmeeks mennyt jos ei sitä mikään kosketa. Jos sä teet juttua, et neljä lasta kuoli, niin on aika kummallinen, jos se ei satuta. (H7)

Vaikka rutiini auttaa toimittajaa, onnettomuusjutut koettiin melko vaikeiksi. Tragedian kokeneen ihmisen kanssa toimimisessa on aina ”omanlaisensa fiilis”, eikä se ole koskaan ”selvä tilanne”. Toisen ihmisen suru esitettiin vaikeana asia toimittajallekin, eikä surevan ihmisen haastattelu ole ”niitä kivoimpia tehtäviä”.

Muutamissa lausumissa onnettomuusjuttuihin kuitenkin suhtauduttiin myös viileästi. Eräs haastateltu sanoi, että onnettomuusjutut ovat ”ihan perusduunia”, johon ei hänen mielestään liity mitään

hankalaa tai kiusallista. Luontevasta suhtautumisesta kertoo myös toisen haastatellun kommentti, jonka mukaan ”olen hyvä näissä suru- ja murhejutuissa”. Eräs haastateltu taas sanoi nähneensä työkeikoillaan ”raatoja”, mikä kertonee siitä, että vaikeaa asiaa yritetään etäännyttää itsestä myös jonkinlaisen huumorin tai liioitellun välinpitämättömyyden keinoin.

## 7.2. Etiikka

Etiikka osoittautui yllättävän vaikeaksi aiheeksi haastatteluissa, mikä voi johtua journalistien tavasta ratkaista eettisiä ongelmia automaattisesti ja rutiinilla (Ekström & Nohrstedt 1996, 205). Etiikka ei myöskään ole käsitteenä yksiselitteinen. Yksi alkaa miettiä sitä, onko rikkonut Journalistin ohjeita, toinen taas sitä, onko joskus pahoittanut jonkun mielen. Eettisistä ongelmista puhuttaessa pitää myös muistaa yksilökohtaisuus. Jos joku kertoo työssään olevan paljon eettisiä ongelmia, se ei välttämättä kerro niinkään lehdestä kuin toimittajasta itsestään. Toiset ajattelevat luonnostaan etiikkaa herkemmin, minkä myös muutama haastateltu toi ilmi.

Tässä osiossa käsittelen haastatteluissa esiin nousseita eettisiä ongelmia. Etiikkaan on tässä tapauksessa laskettu suora puhe etiikasta tai moraalista, erilaiset periaatteelliset lausumat sekä puhe huonosta omastatunnosta.

### 7.2.1. Onnettomuudet eettisenä kysymyksenä

K: Mitkä on tyypillisiä (eettisiä ongelmia)?

H8: No varmaan tullaan näihin, että miten pitää toimia jonkun tällaisen onnettomuustilanteen jälkeen lähipiirin ja omaisten kanssa. Jos on tehty aiheesta juttu ja saatu haastattelu, niin tiedän että on olemassa niitä ihmisiä, joiden mielestä se on eettisesti ja moraalisesti väärin. Että niin kun tongittu, häiritty ja aiheutettu omaisille tai lähipiirille lisää tuskaa, vaikkakin se juttu ois ja on tehty sen omaisen suostumuksella, koska ei nyt ketään pakoteta puhumaan asiasta.

K: Onks se sun omasta mielestä aina perusteltua tehdä sellanen juttu?

H8: Ei se oo aina perusteltua.

K: Millon ei?

H8: Kauheen tapauskohtasta... Ehkä taas tullaan tähän, että sit jos on joku oikeestikin valtakunnallisesti merkittävä tai harvinainen onnettomuus, jossa menehtyy paljon ihmisiä tai niin kun jotenkin muutenkin poikkeuksellinen kuin uhrien määrällä, niin onhan se aihe, josta pitää uutisoida... Mun mielestä raja pitäis vetää sellaseen mässäilyyn.

Yllä olevan tyyppinen keskustelu käytiin useamman haastatellun kanssa. Onnettomuusjuttujen eettiset ongelmat liittyvät siihen, onko uhrien omaisia soveliasta haastatella, milloin heihin voi ottaa yhteyttä ja miten haastattelutilanteessa tulee toimia. Lopullisia vastauksia kysymyksiin ei voitu antaa juuri tapauskohtaisuuden vuoksi.

Lähes jokaisessa haastattelussa esitettiin kysymys, mitä et suostuisi tekemään toimittajana. Puolet haastatelluista sanoi, että he eivät häiritsisi uhrien omaisia. Muutammat tosin toivat esiin sen, että jos perusteet ovat painavat, tähänkin voi ryhtyä.

Sitten se, mistä mä todennäköisesti tulisin kieltäytymään, olis jonkun rikoksen, sanotaan että joku on murhattu, soittaa sen omaisille tai jotain tällasta. Siinä täytyy olla todella perustellut syyt, et mä lähtisin tekemään jotain sellasta. (H2)

K: Mikä vois olla sellanen työtehtävä, mistä kieltäytyisit?

H9: Äkillisen tragedian uhriks joutuneen lähiomaisten haastattelemine... Jos nyt toisella on joku akuutti suru kesken, niin siitä kyllä varmaan kieltäytyisin, mutta hirveen vaikee se on sanoo sitten, et olisko sit kuitenkin tositilanteessa, et jos olis joku sellanen poikkeustapaus.

Iltta-Sanomien toimittajat kertoivat talossa olevan nyrkkisääntönä, että uhrien omaisia ei lähestytä ja omaisten haastatteluja tehdään vain, jos he tarjoutuvat haastateltaviksi. Nyrkkisäännön voi kuitenkin murtaa juuri onnettomuuden merkittävyys. Iltalehden toimittajat eivät puhuneet näin tiukasta linjauksesta, mutta eräs toimittaja sanoi, ettei heidän tarvitse soitella omaisille ainakaan heti onnettomuuspäivänä.

Useat haastatellut toimittajat korostivat, että ketään ei pakoteta puhumaan iltapäivälehdelle. Jos esimerkiksi onnettomuusuhrien omaiset kieltäytyvät haastattelusta, heille tulee pahoitella aiheutettua häiriötä ja toivotella hyviä jatkoja. Haastateltujen mukaan ei ole kuitenkaan lainkaan tavatonta, että omaiset tarjoutuvat kysymättä haastateltaviksi. Toimittajan rooli näyttäytyi suorastaan terapeutisena: onnettomuustilanteissa ihmisillä on suuri tarve puhua (vaikka sitten toimittajalle), koska se helpottaa heitä. Joku saattaa turvautua jopa toimittajaan niin, että soittelee tälle jälkikäteenkin puhukseen menetyksestään.

Kaikki onnettomuusjuttujen eettiset ongelmat eivät liity haastateltavien kanssa toimimiseen vaan myös jutun kirjoittamiseen. Useampi toimittaja kertoi kirjoittamisvaiheen tavoitteekseen mässäilyn välttämisen.

Sokissa olevan haastattelemine tuli puheeksi lähes kaikkien haastateltujen toimittajien kanssa. Sokissa olevan haastattelemiseen ei suhtauduttu kovin tuomitsevasti, koska kyseessä on kuitenkin tiedonhankinta. Etenkin jos pitää saada totuudenmukainen kuvaus tapahtumista, eikä tietoa saa muualta, on toimittajan käytettävä kaikkia mahdollisia tiedonlähteitä. Jutun kohdetta korostettiin suojeltavan tässäkin yhteydessä. Toimittaja haluaa tehdä asiallisen jutun, eikä jo pelkästään siitä syystä kirjoita lehteen kaikkein levottomimpia puheita.

K: Saaks heitä (sokissa olevia) sun mielestä haastatella missään olosuhteissa?

H7: Kyllä missään olosuhteissa, mut pitää olla äärimmäisen tarkka mitä kirjottaa. Et mun mielestä kaikkee ei tarvi kirjottaa ollenkaan ulos mitä kuulee ja näkee, ja pitää miettiä sen ihmisen seuraavia päiviä. Mut toi on hirveen vaikeeta, koska sithän me ollaan siin tilanteessa, et kuka meille kertoo yhtään mitään. Viranomaiset ei yleensä saa kertoa mitään, eikä välttämättä viel tiedäkään. Toi on eettisesti vaikee homma.

Nää psykologit, pitääkö ne meitä kauheen toloina meitä toimittajia... Se on osa lähdekritiikkiä, ja hyvänen aika, jos joku ihminen puhuu ihan pehmosia, eihän sitä niin kun tule mieleenkään sellasta haastateltavaa, jonka tarinat ei ole tästä maailmasta, että lähtis niitä kirjottamaan lehteen... (H5)

Vaikka mahdollisesti sokissa olevien haastattelemista ei tuomittu kovasanaisesti, ei sitä kuitenkaan nähty aivan ongelmattomaksikaan. Muutama toimittaja kertoi miettineensä, katuvatko onnettomuus-tilanteissa haastatellut jälkikäteen lehtijuttuun suostumistaan. Kiihtyneessä tilassa saattaa olla niin kova tarve puhua jonkun kanssa tapahtuneesta, että tuntuu samantekevältä, menevätkö puheet julkisuuteen. Kaikki eivät sillä hetkellä ajattele etenkään sitä, että iltapäivälehdet ovat ”suuren volyymin lehtiä”. Levikit ovat suuria, ja erityisesti lööpit ja kannet näkyvät ja kuuluvat. Oma haastattelu ja kuva saattavat olla lehdessä näyttävämmiä, mitä haastateltava osasi odottaa.

Toimittajat sanoivat olevan vaikeaa arvioida, onko haastateltava sokissa, koska tämä voi puhua rauhallisesti ja järkevästi. Kaiken varalta on kuitenkin hyvä toistella haastateltavalle, että ymmärtäähän tämä puhuvansa iltapäivälehdessä toimittajalle.

Eräs toimittaja laajensi kysymystä sokissa olevien haastattelemisesta muihinkin mahdollisesti edesvastuuttomassa tilassa oleviin haastateltaviin. Hänen mielestään toimittaja ei voi ryhtyä lääkäriksi, joka tekee haastateltavasta oman diagnoosin ja sen perusteella laittaa korvansa kiinni tämän puheilta. Toimittaja ei voi sanoa esimerkiksi mielenterveysongelmaiseksi epäilemälleen kansanedustajalle, että sinulla ei ole nyt omaksi parhaaksesi oikeutta puhua.

... jos se ihminen ei itke ja ei oo katatoninen, vaan se niin kun puhuu, niin onko meidän oikeus todeta, että anteeks mut ei kiinnosta, että sä oot sokissa, et ollaanks me sitten se jumala, joka niin kun päättää... Et eihän me voida mennä ihan siihenkään, että me ruvetaan niin kun ite hylkäämään ihmisiä vaan sen mukaan, et onko ne lääketieteellisesti meistä sopivia antamaan lausuntoja. (H4)

### **7.2.2. Muut eettiset ongelmat**

Aineiston perusteella iltapäivälehdessä toimittajan eettiset ongelmat liittyvät ennen kaikkea juttujen kohteisiin ja haastateltaviin. Juttujen seurauksia kohteelle sanottiin mietittävän etukäteen. Etenkin tämä pätee, kun haastateltavina ovat tavalliset ihmiset.

Yksityisen ja julkisen välinen raja mainittiin useamman kerran eettiseksi ongelmaksi. Tyypillinen toimituksissa mietittävä eettinen ongelma on esimerkiksi se, onko joku ylipäättään julkisuuden henkilö. Uutisia jää talon sisälle sen perusteella, että vaikkapa ministerin mies tai iskelmälaulajan poika eivät ole julkisuuden henkilöitä. Myös julkisuuden henkilöiden kohdalla pitää miettiä, mikä yksityinen tieto on aihetta julkistaa ja mistä kannattaa vaieta.

Just eettisiä ongelmia, esimerkiks tää XXX ja XXX -esimerkki on hirveen hyvä, koska siinä yhdistyy mun mielestä ihan selkeesti psyykinen sairaus ja julkisuus ja alkoholin käyttö, niin kyllä se rajanveto on hankalaa, ja varsinkin sitten, jos sä tiedät että naapuri kirjoittaa, ja sitten kenties ihmetellään, että miksipäs meillä ei ole tätä juttua. Kuitenkin hänellä on jonkunlainen yksityisyys tavallaan, että missä se raja kulkee. Ne on vaikeita juttuja. Ihan tavallisen ihmisen kohdalla, sillähän on hyvinkin suuri yksityisyyden suoja, että se ei oo ehkä niinkään sitte ongelmallista. (H3)

Eräs haastateltu piti eettisenä ongelmana sitä, että kaikille iltapäivälehdien jutuille ei löydy riittävästi perusteluja. Joitakin juttuja tehdään vain yleisön tirkistelynnälän tyydyttämiseksi, eikä yhteiskunnallisia näkökohtia oteta huomioon. Toinen haastateltu taas oli joskus miettinyt, onko eettistä tehdä juttuja, jotka saattavat ahdistaa yleisöä. Hän oli kuitenkin päätenyt siihen, että ahdistavista asioista pitää puhua, koska maailma ei ole vain kaunis paikka.

Tasapuolisena pysyminen vaati muutamien mielestä eettistä pohdiskelua. Viihdetoimittaja taas painiskeli puffaamisongelman kanssa. Julkkisjuttuja ei tule tehdä pelkästään julkisten bisneksien puffaamisen vuoksi, mutta silti haastatteluissa voi mainita vaikkapa uudesta levystä. Etenkin muiden silmissä pelkästään tämä voi näyttää epäeettiseltä mainostamiselta.

Erästä haastateltua oli mietityttänyt eettisenä kysymyksenä, onko ihmisen kuolema julkinen asia. Hän oli kuitenkin selittänyt itselleen jo evoluutiopsykologiankin valossa, että yhteisössä on tärkeää tietää kuka on syntynyt ja kuka kuollut. Siksi syntymän ja kuoleman julkistamisessa ei ole mitään hävettävää.

Kysymystä siitä, onko iltapäivälehdessä enemmän eettisiä ongelmia kuin muissa tiedotusvälineissä, ei esitetty kaikille. Saadut vastaukset kuitenkin poikkesivat suuresti toisistaan. Muutaman toimittajan mielestä ongelmia on myyntipaineiden vuoksi enemmän. Yhden toimittajan mielestä jokaisessa välineessä on omat ongelmansa, toisen mielestä taas jokaisessa välineessä on samat ongelmat. Eräs haastateltu totesi, että pohjimmiltaan journalistien eettiset ongelmat ovat aina samanlaisia, mutta iltapäivälehdessä ne ovat aihevalikoiman vuoksi yleisempiä. Jos iltapäivälehti tekee paljon onnettomuusjuttuja ja maakuntalehti ”juttuja herukan viljelystä”, saavat iltapäivälehdien toimittajat miettiä useammin jutun kohteen tuntemuksia.

Haastatellut korostivat, että eettisiä kysymyksiä mietitään toimituksissa paljon, muutaman haastattelun mukaan jopa päivittäin. Toimittajat keskustelevat esimiestensä kanssa, onko esimerkiksi tarpeen mainita jonkun etninen tausta.

Joidenkin haastateltujen puheessa eettisyys hahmottui ennemmin lehden kilpailukeinoksi kuin moraalisiin liittyväksi kysymykseksi. Epäeettinen toiminta ”ei ole meidän omankaan edun mukaista” ja epäeettisiä toimintatapoja pitää vältellä jo siksi, koska ”ollaan kuitenkin yksi SanomaWsoyn lehdistä”. Sanders (2003, 30) kutsuu tällaisia lähestymistapoja etiikkaan PR:ksi, koska näin ajatellen tiedotusvälineen pitää olla eettinen ulkopuolisten miellyttämiseksi. Muutamat toimittajat sanoivat, että iltapäivälehtien myös täytyy pitää selustansa erityisen tukevasti kunnossa, koska niitä epäillään ankarimmin. Toimittajilla ei ole edes varaa tehdä juttuja ”keinoja kaihtamatta”.

Yhden haastatellun mielestä lehden eettisyys ”menee välillä vähän oudoksi”. Haastateltu piti ”surkuhupaisana” aika ajoin esiintyvää kaksinaismoralismia. Jos esimerkiksi onnettomuuspaikka on Suomesta kaukana, voidaan näyttää ruumiita kuvissa. Suomessa otetuissa kuvissa taas peitetään autojen rekisterikilvetkin ja kirjoitetaan kuvatekstiin, että kuvan auto ei liity tapaukseen millään tavalla.

### **7.2.3. Moraalin rajat, periaatteet ja huono omatunto**

Muutama haastateltu toi kysymättä esiin sen, että ei ole työssään toiminut omaa etiikkaansa vastaan. Yksi toimittaja sanoi, ettei hänestä ole koskaan tuntunut, että lehdessä ”tehtäisiin lähtökohtaisesti jotakin väärää ja pahaa”, toinen taas puhui pitkään oman moraalien rajojen sisällä pysymisestä.

Jotkut toimittajat olivat kuitenkin kokeneet tehneensä juttuja, jotka ilmeisesti koettelivat omaa etiikkaa, vaikka asiaa ei suoraan sanottukaan. Eräs toimittaja esimerkiksi kuvaili, että hankaliksi kokemansa aiheet voi käsitellä ”siististi” ja niin, että itse ”pystyy pitämään pään pystyssä”.

Journalistin ohjeiden mukaan toimittajalla on oikeus kieltäytyä työtehtävästä ammattietiikkaan tai vakaumukseensa vedoten. Vain yksi toimittaja kertoi käyttäneensä tätä oikeutta. Hän oli kieltäytynyt tekemästä juttua mieleltään sairaana pitämästään julkkiksesta.

Kaikki haastatellut olivat sitä mieltä, että työpaikalla voi kieltäytyä epäeettisenä pitämästään työtehtävästä, mutta useimpien mielestä kieltäytymiskorttia pitää käyttää harkiten. Perustelujen pitää olla hyvät, eikä kieltäytyä voi liian usein. Eräs haastateltu epäili, että jotkut toimittajat eivät seurausten pelossa uskalla kieltäytyä annetuista työtehtävistä. Kieltäytyminen hahmottuukin varsin jyrkkänä keinona, mutta niin pitkälle ei toimituksessa tarvitse mennäkään, jos pystyy perustelemaan eriävän kantansa esimiehelle.

Joidenkin toimittajien kohdalla työ näyttäytyy paljon eettistä pohtimista ja perustelemista vaativana. Muutamat kertoivat miettivänsä tapauskohtaisesti, onko jonkin asian tekeminen oikein vai väärin. Eräs toimittaja oli miettinyt koko lehteä ja iltapäivälehtimäisyyttä siitä näkökulmasta, toimitaanko moraalisesti oikein. Hän oli sitä mieltä, että kaikki on perusteltavissa. Lehti esimerkiksi kärjistää, mutta ei se ole väärin, koska se on vain lehden omaleimaista tyyliä. Lehti saattaa tehdä tyhjänpäiväisiltä näyttäviä juttuja, mutta niitä tehdään, koska lukijat haluavat lukea niitä. Lehti saattaa myös joskus näyttää höykyttävän ihmisiä, mutta nämä ovat itse lähteneet julkisuuteen. Omien tekojensa kohdalla toimittaja kertoi miettivänsä tapaus tapaukselta, mikä on oikein ja mikä väärin.



K: Minkä tyyppisistä asioista sä oot miettiny, että onkohan tää väärin?

H6: Joka ikisestä asiasta pitää miettiä, että onks se väärin... Siis siinä vaiheessa kun menee jonkun kotioven taakse, niin se on hyvä esimerkki siitä, jolloin pitää tosiaan miettiä, että onks tää oikein vai väärin. Että koti on niin yksityinen paikka kuitenkin, ja siten se voi tuntua pelottavalta, että toimittaja tulee ovelle ja kyselee...

Useampi toimittaja sanoi, ettei suostuisi häiritsemään rikosten tai onnettomuuksien uhrien omaisia. Muut asiat, joita toimittajat eivät omien sanojensa mukaan suostuisi tekemään, ovat valehtelu, uhkailu, kostaminen, tahallinen loukkaaminen, paparazsaus ja intiimistä yksityiselämästä kyseleminen, jos sillä ei ole yleisempää merkitystä. Yksi haastateltu ei pystynyt nimeämään ainoatakaan asiaa, jota ei voisi toimittajana tehdä, koska journalismi on lainkin yläpuolella. Niinpä toimittaja voi tehdä vaikka rikoksen, jos sillä paljastetaan jotain suurempia asioita.

Muuten erityisen paheksuttavina asioita haastatellut toimittajat toivat esiin muun muassa omien tai kavereiden asioiden ajamisen journalismilla, haastateltavan luottamuksen pettämisen ja oman aseman väärinkäyttämisen. Kaksi toimittajaa korosti periaatteenaan, että ei halua loukata ketään.

Toimittajilta kysyttiin haastattelussa, onko heille jäänyt huono omatunto mistään työhön liittyvästä asiasta. Ainoastaan yksi toimittaja sanoi suoraan, että jokin hänen iltapäivälehteen tekemänsä juttu on aiheuttanut hänelle huonoa omaatuntoa, mutta ei suostunut yksilöimään juttua tarkemmin. Yleisin vastaus oli, että toimittajat eivät ainakaan muistaneet mistään jääneen huonoa omaatuntoa. Vastausta kuitenkin jatkettiin muistoilla jutuista, jotka ovat ”jääneet vaivaamaan”. Yksi oli kirjoittanut suvaitsemattoman kolumnin, toinen käyttäytynyt mielestään moukkamaisesti ja kolmatta säälisti hänen reppanana pitämänsä julkkis. Kahta toimittajaa oli jäänyt kaiheartamaan se, että onnettomuusjutuissa haastateltuja saattoi kaduttaa myöhemmin. Monet kertoivat myös virheiden vaivaavan suuresti.

Eräs toimittaja kertoi häntä jäävän vaivaamaan, miltä mikäkin juttu tuntuu jutun kohteesta. Vaivaimista saattaa ilmetä, vaikka juttu olisi tehty julkisuuteen tottuneestakin henkilöstä. Toimittaja käytti esimerkkiä, jossa hän oli tehnyt jutun erään valtaapitävän henkilön erehdyksestä. Juttu oli pätevä ja perusteltu, mutta jäi silti painamaan mieltä.

.... (Jutun julkaisemiseen on) tossakin ihan sellaset järkevät faktaperusteet, sit siin on kuitenkin myös se inhimillinen puoli, ja onhan se varmaan rankkaa kun tollanen tulee julkisuuteen. Niin sanotaan näin, että sellaset jutut ylipäänsä, jossa on jotain niin kun inhimillistä surua, murhetta takana niin se, että miten pysytellä siinä toimittajan roolissa ilman että menis ihmisenä siihen liikaa mukaan tunteen tasolla, niin sellaset jutut jää ehkä vaivaamaan, että miltä siitä ihmisestä nyt tuntuu tämä juttu. (H9)

Toimittaja kertoi koko ajan opettelevansa pois siitä, että murehtii liikaa. Hänen huomionsa mukaan ”ei se ketään auta jos jään hirveästi märehtimään jälkikäteen”. Oppia voi jokaisesta jutusta, mutta työ pitäisi osata ottaa kevyemmin.

### 7.3. Suhde lukijaan

Lukijälähtöisyys tuli tavalla tai toisella ilmi monessa haastattelussa. Toisille lukijan palveleminen antoi perustelut koko lehdelle ja omalle työlle, toiset taas mainitsivat lukijan palvelemisen lähinnä sivulauseissa. Muutamissa lausumissa yleisön loputonta miellyttämisenhalua myös lievästi kritisoi- tiin. Tällaisissa puheenvuoroissa annettiin ymmärtää, että lukijalle ei tule antaa aivan kaikkea, mikä tätä kiinnostaisi, koska tämä ei välttämättä ymmärrä omaa parastaan. Yleisö saattaisi olla kiinnostu- nut esimerkiksi rankemmista onnettomuskuvista, mutta tällaista tirkistelynhalua toimittajien ei pidä ruokkia.

Seuraavaksi käsittelen haastateltujen toimittajien suhdetta lukijoihin.

#### 7.3.1. Lukijan kaverit

Suorimmissa puheenvuoroissa lukija nousi korkealle jalustalle, josta tämä kuninkaana määrää, mil- laista lehteä pitää tehdä. Lehden sisältöjä painotetaan ja muutetaan sen mukaan, mikä ihmisiä kiin- nostaa eli minkä he rahoillaan osoittavat käyvän kaupaksi.

Aineiston perusteella ensisijaista lukijan palvelemista on välittää luotettavaa tietoa, josta parhaim- millaan on hyötyä. Lukijan palvelemista on kuitenkin jo yksinkertaisesti se, että tarjotaan viihdettä ja ajankulua. Hyvän journalismin yhdeksi tärkeäksi kriteeriksi nimettiinkin tarkoituksenmukaisuus. Lehden pitää olla sellainen, millaiseksi se on profiloitunut, jotta lukija saa elämyksiä ja viihdettä sieltä, mistä odottaa niitä saavansa. Siksi iltapäivälehden pitäisi erään haastatellun mielestä olla en- tistä rohkeammin sitä mitä on. Lehteen ei kaivata ”korkean profiilin juttuja”, joiden tarkoitus on vain osoittaa lehden olevan vakavasti otettava tiedotusväline. Lukija ei hae iltapäivälehdestä pörssi- kursseja, ja siksi pitäisi pysyä rehellisemmin iltapäivälehtimäisellä linjalla.

Muutama muukin haastateltava luki turhan tärkeilyn välttämisen iltapäivälehdille eduksi. Arvok- kuutta ja tärkeyttä ei saa pitää itseisarvoina, kuten jotkut mediat pyrkivät haastateltujen mielestä tekemään. Tällaisissa puhetavoissa toistui ajatus siitä, että oma lehti ja sen journalismi eivät asetu lukijan yläpuolelle. Lukijan kanssa ollaan samalla viivalla, mikä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että aihevalinnat ovat lukijoita kiinnostavia, ja niissä pyritään pysymään lähellä ihmisten arkea. Iltapäi- välehtiä tehdään kansalle, ei eliitille.

K: Miten sä määrittelisit mitä on iltapäivälehtijournalismi?

H10: Kai se on jollain tavalla kansanläheisempää kuin Helsingin Sanomat -journalismi... Mitä mä siinä ihailen, on se pyrkimys jollain tavalla olla niin kun oikeen ihmisen ns. kaveri tai sen puolella.

Hyvä journalismi on niin kun semmonen hyvä, asiaa puhuva, hauska seuraihminen. Se ei oo semmonen turhantärkeä puvussa oleva jaarittelija, joka ikävystyttää koko kuppilaseurueen... Hyvä journalismi ei pönkitä vaikeaselkosuudella omaa asemaansa, vaan se on lukijan puolella, se ihmettelee lukijan kanssa asioita. (H5)

Muutama haastateltu esitti lukijasta käsin selityksiä sille, miksi toimittajat toimivat tietyllä tavalla. Tällaisissa puheissa korostui, miten toimittaja asettaa itsensä alttiiksi tai jopa noloon asemaan palvelukseen lukijaa parhaalla mahdollisella tavalla. Kun toimittaja on ammattiroolissaan, hänen täytyy työntää siviilihäveliäisyytensä syrjään ja etsiä rohkeasti totuus ja tieto lukijalle. Toimittaja voi joutua nöyryyttävään asemaan esimerkiksi asiantuntijahaastateltavan silmissä. Jotta lukija ymmärtäisi, mistä jutussa on kyse, toimittaja joutuu tekemään yksinkertaistuksia, minkä vuoksi asiantuntija saattaa pitää toimittajaa tyhmänä.

Viihdetoimittajan mukaan joskus on kiusallista mennä kyselemään mieliruokaa tai lempiväriä julkiselta, jonka tietää suhtautuvan iltapäivälehtiin vähättelevästi. Saman toimittajan mukaan jotkut juttuaiheet tuntuvat toimittajista vastenmielisiltä, koska he pitävät itseään liian hienoina tekemään juttuja typerinä pitämistään aiheista. Tällaisia juttuja on kuitenkin tehtävä, koska lukijat haluavat niitä. Toimittaja siis ikään kuin uhrautuu, jotta lukija saa haluamansa tiedon. Siksi toimittajasta tuntuu naurettavalta, että yleisö haukkuu toimittajia, vaikka olisi aihetta katsoa peiliin.

Jotenkin tuntuu tyhmältä että kun me tehdään sitä, mitä meiltä tilataan, niin tossa nyt yksin lukija lähetti vihasen viestin, että mitä joku XXX:n lapsi vaikuttaa tohon, että Idols on kuitenkin pelkkä laulukilpailu, että ei siihen vaikuta mitkään taustat, ja mä vastasin siihen, että kyllä se on julkisuuskilpailu mitä suuremmissa määrin, että ahmisitko itse juttuja jostain Sibeliuksen viulukilpailusta vaikka... (H6)

Tää nyt on jo vainoharhasuutta, mutta sitte kun me ollaan vielä toimittajat niin kun omalla nimellämme ja kuvallamme siinä, niin sitte se on heti niin kun että mun mielestä Britney Spearsin alusvaatteet on niin kiinnostava asia, että tästä pitää kirjoittaa aukeaman juttu lehteen, että se on sillon mun mielipide, vaikka se on tosiasiaa Ilta-Sanomien leivissä tehty juttu, ja Ilta-Sanomat tekee sen sen takia, että kansa ostaa juuri sitä juttua. (H6)

Esimiehet nousivat aineistossa verrattain usein puheeksi. Esimiehet näyttäytyivät toisaalta pikkupirulaisina, jotka kärjistävät toimittajien juttuja liikaa, yrittävät lähettää toimittajat arveluttaville juttukeikoille ja tarjoavat toteuttamiskelvottomia juttuideoita. Toisaalta esimiehiä kunnioitettiin ja arvostettiin. Esimiesten joskus ärsyttäväksikin koettu toiminta sai oikeutuksensa siitä, että heillä on yleensä parempaa tietoa siitä, mikä lukijaa kiinnostaa. Toimittaja ei siis palvele ”kaveriaan” lukijaa suoraan, eikä hänellä ole varsinaisesti suhdetta lukijaan, vaan esimiehet toimivat välittäjinä toimittajan ja lukijan välillä. Lukija ilmaisee ostopäätöksellään, mikä häntä kiinnostaa. Esimiehet seurailevat tilannetta ja tiedottavat sen perusteella toimittajille, millaista aineistoa tarvitaan. Toimittajien tehtäväksi jää hoitaa oma tonttinsa ja totella esimiehiä, joskin oma mielipide esille tuoden ja neuvotellen.

Sellaset aiheet ei enää kiinnosta, tai siis kiinnosta uutispäällikköä. Se tarkoittaa sitä, että ne aiheet ei varmaan enää myy, sellaset siis kauheen nää veriset jutut ja tämmöset väkivaltajutut. Ne ei sillä tavalla kiinnosta ihmisiä. (H2)

Sellasia (juttuja) oon kyllä joutunu tekemään, mis mä olisin valinnu toisen näkökulman, mut sitte toisaalta mulla ei oo käytettävissä kaikkee sitä tietoo, mikä organisaatiossa ehkä joillakin ihmisillä saattaa olla, et heil on parempi käsitys ja tieto siitä, et mitenkä esimerkiks tällaset aiheet on aikasemmin kiinnostanu. (H5)

### **7.3.2. Lukija: kiittämätön kuningas**

Vaikka lukija asetetaan lähes palveltavan kuninkaan asemaan, ei lukija arvosta hänen eteensä tehtävää työtä. Haastateltujen puheiden perusteella kiittämätön kuningas kieltää lukevansa koko lehteä tai haukkuu lehden sisältöä, lööppejä ja toimittajia. Yleisin toimittajien korviin kantautuva väite on, että iltapäivälehtien jutut ovat keksittyjä. Lehtiä ja sen tekijöitä haukutaan myös muun muassa vääränlaisista aihevalinnoista tai pelkän rahan ajattelemisesta.

Muutama haastateltu ei pitänyt haukkuja tai kritiikkiä kovin vakavana asiana. Useimmat kuitenkin kokivat negatiivisen suhtautumisen kohtuuttomaksi ja sanoivat loukkaantuvansa tai provosoituvansa sellaista kohdatessaan. Toimittajien mukaan iltapäivälehtiin kohdistuva kritiikki ei oikeastaan ole edes jäsentynyttä, perusteltua kritiikkiä, vaan pikemminkin moitteet ovat tunnepitoisia purkauksia ”ihan paskasta lehdestä” ja ”kauheista lööpeistä”. Lehdissä ei nähdä koskaan mitään hyvää, vaikka aihetta olisi. Kun on hömppä- tai roskalehden maine, ei yleisö voi alkaa kehua lehden avanneen tärkeää keskustelua tai vaikuttaneen merkittäviin asioihin. Neljä toimittajaa sanoi, ettei kovin mielellään vapaa-ajallaan kerro vieraille ihmisille, missä on töissä. Mukava baari-ilta menee helposti vain iltapäivälehdien toimittajan ripittämiseen, kun tämän pitää ottaa vastuu kaikista mahdollisista journalismin synneistä.

Haukkumisen lisäksi ihmisillä on tapana kieltää lukevansa iltapäivälehtiä. Eräs haastateltu vertasi iltapäivälehtien viihdejuttuja television saippuaopperoihin: kukaan ei tunnusta katsovansa niitä, mutta silti kaikki tietävät mitä niissä tapahtuu. Toinen haastateltu muistutti, että yleensä ihmiset kertovat katsovansa televisioistakin vain uutisia ja ajankohtaisohjelmia, vaikka tosiasiassa tuijottavat illat pitkät viihdettä ja visailuja. Todellisia mediankulutustottumuksia ei siis välttämättä haluta tuoda julki.

Örnebringin ja Jonssonin (2004, 284) mukaan tabloid-journalismi on eräänlainen journalistinen toinen, johon yhdistetään kaikki se paha, mitä vakava, hyvälaatuinen journalismi ei ole. Tabloid-journalismi on peili, johon heijastettuna kaikki muu journalismi voi todeta näyttävänsä moitteettomalta.

Haastateltujen toimittajien kertomusten perusteella tabloid-journalismi ei kuitenkaan näytä olevan identiteettityön väline vain muille medioille, vaan myös tabloid-journalismin lukijoille. Lukija pei-

laa itseään tyhmänä pitämäänsä lehteen ja kokee ylemmyyttä. Hän lukee ”roskalehteä”, mutta tunnistaa lehden sellaiseksi ja voi ivallisesti naureskellen sanoutua siitä irti. Kyse on siis halusta lukea itsensä niiden ”älykkäiden ja kriittisten” joukkoon, jotka arvostelevat populaareja iltapäivälehtiä.

Paradoksi on tää, että kun on populaarilehti, mikä pyrkii puhuttelemaan mahdollisimman suurta yleisöä, niin semmosen arvosteleminenhan kuuluu tietysti älyyn. Ihminen haluaa pitää mahdollisimman suuren etäisyyden sellaseen jo ihan läh-  
tökohtasesti, koska ihminen, joka haluaa olla jotakin muuta kun massaa, ei saa pitää semmosesta mistä massa pitää. Tää on niin kun tämmöstä muodilla erottumista, että sit iltapäivälehtee kuuluukin arvostella ihan lähtökohtasesti. Ihan samalla tavalla kun Spede-elokuvia ei elokuvaälykkö voi pitää hyvänä. (H5)

## **7.4. Suhde lehteen**

Tässä luvussa käsittelen haastattelemieni toimittajien suhtautumista iltapäivälehteen, lööppiin ja lehden myyvyysvaatimuksiin. Pohdin, millaisena lehti hahmottuu heidän puheissaan. Kerron myös, millaisia erilaisia motiiveja toimittajilla on työskennellä iltapäivälehdessä.

### **7.4.1. Iltapäivälehtimäisyys**

Lähes jokainen haasteltu puhui iltapäivälehtien omasta tyylistä tai tavasta tehdä juttuja. Omaa tyyliä tarvitaan erottautumiseen. Aamiaispöydässä on jo luettu päivälehti, joten iltapäivälehdessä pitää erottua. Jos ollaan samoilla aihepajilla päivälehtien kanssa, pitää keksiä ainakin oma näkökulma.

Iltapäivälehtien omaleimaisuuteen laskettiin kärkevyys, räväkkyys ja rohkeus, mutta ennen kaikkea kolme piirrettä nousi yli muiden: kiinnostavuus, ihmisläheisyys ja puheenaiheiden luominen.

Haastateltujen mukaan iltapäivälehti pyrkii tekemään juttuja, jotka ”kiinnostavat suurin piirtein jokaista lukijaa”. Aineistossa kiinnostavuus ei viitannut vain jutun aiheeseen, vaan myös tekotapaan. Jutut yritetään kirjoittaa niin, että lukijan mielenkiinto saadaan sekä napattua että pidettyä. Lisäksi jutut ulospannaan mahdollisimman kiinnostavalla tavalla.

Kiinnostavuutta pidettiin suhteellisen itsestään selvänä asiana, eikä kukaan suoranaisesti pysähtynyt problematisoimaan, mitä on tuo mystinen ja tärkeä kiinnostavuus. Tietyt asiat nyt vain ovat sellaisia, että ihmisiä kiinnostaa.

K: Jos ajattelee sitä aikaa ku oot ollut tuolla, niin nouseeks lööppiin ja kansiin erilaisia juttuja?

H3: Ei kyllä hirveesti, että se on just niin kun se vanha vitsi, että kuolema ja kauna ja kiima ja kateus, niin siinäpä ne on. Siitä ne ei muutu miksikään, koska ihminen ei muutu miksikään. Niitä vaan tuodaan ehkä vähän eri tavalla esiin, mutta kyllä ne perusasiat on ihan se samat.

Mä oon tosi paljon miettiny ihmisten tirkistelynhaluja. Siihen mulla ei oo mitään selitystä. Onks se ihmisen geneeissä joku sellanen vai miks. (H9)

Kiinnostavaa vaikuttaa olevan ensisijaisesti se, että ihminen kuulee jotakin uutta. Siksi tarvitaan omia uutisia ja näkökulmia. Muuten kiinnostavuuden ydin näyttää olevan lukijassa itsessään. Kiinnostavuuden osa-alueita ovat oman elämän peilaaminen, samaistuminen ja suora kosketus omaan elämään. Lähtökohtaisesti ihmistä eivät kiinnosta asiat, jotka eivät liity häneen itseensä millään tavalla. Tutut ihmiset kiinnostavat, esimerkiksi julkisuuden henkilöt. Toisaalta vieraisakin ihmisissä voivat kiinnostaa vahvat tunteet ja huikeat kohtalot, joihin voi taas verrata elämäänsä.

Kiinnostavassa näyttää olevan kyse tavalla tai toisella tunteiden herättämisestä. Miedoimmillaan tämä tarkoittaa ihmetystä, sääliä tai oman elämän turvalliseksi kokemista. Voimakkaimmillaan tunteet ovat suuttumusta ja järkytystä. Kuten eräs haastateltu sanoi, iltapäivälehdet tarjoavat lukijoille ”yhteistä kauhisteltavaa”.

Kiinnostavan löytämistä pidettiin sekä helppona että vaikeana. Joidenkin haastateltujen mielestä kiinnostavan etsiminen ja kertominen ovat asioita, jotka jokainen toimittaja osaa. Toisten mielestä taas erityinen ”iltapäivälehtikiinnostavan” löytäminen on haastavaa ja ammattitaitoa vaativaa. Kiinnostava pitää kaivaa, jos jutussa itsessään ei ole mitään kovin poikkeuksellista. Se voi tarkoittaa inhimillisen tekijän etsimistä, yllättävän yksityiskohdan esiin nostamista tai kärkevyyttä. Eräs haastateltu selvensi iltapäivälehdien kiinnostavan ja muun median kiinnostavan suhdetta seuraavalla tavalla:

K: Miten kuvailisit mitä on iltapäivälehtijournalismi?

H6: No se on niitä puheenaiheita ja kiinnostavien asioiden hakemista. Toi kuulostaa jotenkin tekopyhältä, koska luulis että Helsingin Sanomienkin toimittajat tekis nimenomaan kiinnostavia juttuja, mutta kehitetään vaikka semmonen termi kun äkkikiinnostava, että kiinnostaa heti, kun sen näkee. Hesaria lukee paljon silleen, että lähtee lukemaan ja sitte vasta tajuu, että ai niin, täs on tämmönen kiinnostava pointti, mutta meillä se pitää olla otsikossa jo.

Iltapäivälehtimäisyyteen liitettiin lähes joka haastattelussa ihmisläheisyys. Ennen kaikkea ihmisläheisyydeksi nähtiin se, että jutut tehdään lukijan näkökulmasta, ei instituutioiden. Jos siis aiheena on Kelan tukien muutos, juttu lähtee siitä, mitä tämä tarkoittaa ”tavalliselle ihmiselle”. Tätä varten etsitään esimerkiksi yksinhuoltajaäiti, joka kertoo tuen muutoksen vaikutuksesta elämäänsä. Jutut tuodaan ”lähelle ihmisten arkea”, heidän kokemusmaailmaansa. Paperinmakuisuus ja tilastojutut koettiin kirosanoiksi. Jutun pitää lähteä siitä, että ”on se naama ja se kertomus”.

Ihmisläheisyydeksi ja arjen tasolla pysymiseksi luettiin myös se, että kerrotaan tavallisten ihmisten elämästä. Monesti tällaiset jutut tosin ovat ongelmakeskeisiä ja synkkiä. Vaikka tällaisia juttuja pidettiin arvokkaina ja niitä haluttiin lisää, pitää erään haastatellun mielestä varoa, että ei aleta tehdä ”sosiaalipornoa”.

Ihmisen kautta kertomista pidettiin juttua elävöittäväenä, vaikka joskus onkin hankalaa löytää juttuun ”sopiva mummo”, kun asiantuntijahaastattelut on jo tehty. Vain yksi haastateltu kritisoi liiallista henkilön kautta kertomista, koska se köyhdyttää journalismia. Monta tärkeää asiaa jää käsittelemättä, jos aina pitää löytää ihminen, joka on kokenut kyseisen asian.

Mun mielestä on olemassa asioita, joita tapahtuu, vaikka ykskään ihminen ei oo kokenu niitä, tai nähny ja kokenu sitten mitään tunneliikutusta sisällään... Mä annan yhtenä esimerkkinä, jos iso meteoriitti tippuu vaikka tonne Suomen Lappiin, niin todennäköisesti se käsittelykulma olis se, että etitään joku poromies joka niin kun kauhistelee sitä meteoriittia, et olipas, se meni minun porotokkaani, ja valitettavan pienelle havainnolle jäis se, että minkälainen luonnontieteellinen ihme on, että tällanen meteoriitti pamahtaakin yht’äkkiä. (H5)

Lähes jokainen haastateltu toi esiin sen, että iltapäivälehdet tarjoavat yleisölle puheenaiheita. Etenkin lööppi on vahva puheenaiheiden herättäjä, joka ”tarjoaa ihmisille ihmeteltävää kuutena päivänä viikossa”. Aineiston perusteella iltapäivälehdet tavallaan tuottavat puheenaiheita, tavallaan taas mukailevat jo olemassa olevia. Tuotettu puheenaihejuttu on ennen kaikkea kiinnostava, jo olemassa oleva taas ajankohtainen. Esimerkiksi iltapäivälehdissä tyypilliset monen aukeaman revittämiset yhdelle aiheelle ovat tällaista mukailua. Koska ihmiset puhuvat juuri nyt tietystä aiheesta, ruokitaan puhumista lisää.

Aineiston perusteella puheenaiheiden funktio on kolmenlainen. Ensinnäkin puheenaiheiden tarjoaminen näyttää olevan joillekin haastatelluille arvo sinänsä. On lehdelle kunniakasta ja osoitus vallasta, jos se saa yleisön keskustelemaan tarjoamastaan aiheesta. Tällaisissa lausumissa se ei ollut tärkeää, mistä puhutaan ja minkä vuoksi.

Toinen funktio on tarjota ihmisille juteltavaa kahvipöytiin ja työpaikoille. Tällaisissa puhetavoissa ihmisille nähdään olevan tärkeää pysyä ajan tasalla ja keskusteluissa sisällä. Kuten eräs haastateltu sanoi, tieto on osa ihmisen sosiaalista pääomaa. Lukijalle on arvokasta, että hän pystyy ottamaan osaa kahvipöytäkeskusteluun, jossa puhutaan esimerkiksi Idols-finalistin sattumuksista.

Kolmanneksi puheenaiheiden luomisen arvokkuus nähtiin siinä, mihin puhuminen johtaa. Puheenaiheagendalle nostetaan tärkeitä asioita, joiden ensisijainen tarkoitus ei ole vain saada ihmisiä rupattelemaan keskenään, vaan esimerkiksi tuoda epäkohtia julkisuuteen. Yhteiskunnallinen keskustelu voi parhaimmillaan johtaa epäkohdan poistumiseen.

#### **7.4.2. Toimittajat ja lehden linja**

Haastatellut toimittajat suhtautuivat lehtensä kokonaislinjaan varsin hyväksyvästi. Moni haastateltu korosti, että ei voisi työskennellä lehdessä, jonka linjaa ei hyväksyisi tai jonka arvot olisivat liian kaukana omista arvoista. Kun on työpaikkansa valinnut, sitä työtä tehdään suhteellisen mukisemat-

ta, mikä ei kuitenkaan tarkoita, etteikö omaa lehteä voisi kritisoida perustavanlaatuisistakin asioista.

Suhtautumista omaan lehteen kuvaa hyvin seuraava pätkä haastattelua:

K: Allekirjotaks sä kaiken tän lehden linjaan kuuluvan?

H1: Sitä on erilaisia, vois ajatella joistakin asioista, viihdepainotteisuudesta, että sitä vähentäis ja niin, mutta hyväksyn sen täysin, koska ymmärrän sen tarkoituksen.

K: Niin. Mutta henkilökohtanen mielipitees on, että sitä vois olla vähän vähemmän?

H1: Joskus. Joo. Mut ei siinä, silloin jos on tällasen lehden palveluksessa, täytyy ymmärtää se, että miten tää toimii.

Iltapäivälehdien toiminnan ehdot on siis ymmärrettävä, jos lehdessä aikoo pysyä töissä. Erään haastattelun mukaan toimituksessa kaikki ovatkin varsin ”iltapäivälehtimäisiä ihmisiä” ja työskentelevät lehdessä mielellään.

Omaa lehteä kritisoitiin eniten siitä, että asioita tehdään liian suurella volyyymillä niiden painoarvoon nähden. Pientä asiaa paisutellaan, vaikka kyseessä olisi ”suurin piirtein missin kynnen katkeaminen”. Huonona uutispäivänä lööppiin voi päätyä mitätön sattumus, jota on yritetty kärjistää kiinnostavaksi. Eräs haastateltu mainitsi esimerkin, jossa iltapäivälehtimäisyyttä oli väännetty liian väkisin. Lehti oli otsikoinut, että laulajaa ei huolitettu erääseen bändiin. Todellisuudessa laulaja ei edes halunnut kyseiseen yhtyeeseen.

... melko usein kun kattoo ihan kummasta tahansa iltapäivälehdestä jotain otsikkoo joko etusivulla tai lööpissä tai sisäsivulla, niin huomaa, että nyt on väkisin yritetty tosi tylsästä jutusta saada iltapäivälehtimäinen... Tän päivän etusivulla suosikkitoimittajan kauhun hetket, kun oli ryöstetty New Yorkissa. Mun mielestä toi on ylilyönti, se ei oo kellekään vaarallinen ylilyönti, mutta se antaa vähän hölmön kuvan... Että kun meidän kielenkäyttöön kuuluu kauhun hetket ja skandaalit ja kohut ja sokkierot ja yllätysvauvat ja muut tällaset, niin ne on inflaatio syöny vähän niitä sanoja, ja sitte kun jokaseen pitää yhdistää tämmönen sana, niin sitte se näyttää ylilyönniltä. (H6)

Oman lehden sanottiin joskus tekevän mauttomuuksia tai räävittömyyksiä. Mauttomuudesta annettiin esimerkiksi kerran lööpissä ollut naisen takapuoli, räävittömyydestä eräät viihdejutut. Muutamat kritisoivat rikosjuttujen määrää.

Jotkut mainitsivat, että iltapäivälehdien jutut eivät ole aina tasapuolisia. Esimerkiksi kiistatilanteessa toinen osapuoli voi saada lehdessä suunvuoron yhtenä päivänä, toinen toisena. Lukija ei kuitenkaan välttämättä osta lehteä molempina päivinä, joten hänelle ei välity tasapuolinen kuva kiistasta. Kiistoissa toinen osapuoli voi myös saada kohtuuttomasti enemmän palstatilaa. Tällöin kuitenkin pyritään tekemään korjausliikkeitä ja antamaan yhtä lailla suunvuoro toiselle osapuolelle.

Iltapäivälehtien sanottiin sortuvan joskus myös mässäilyyn, mikä tarkoitti tarpeetonta tunteiden esiin tuomista tai liian yksityiskohtaisia kuvauksia esimerkiksi rikoksista. Muutamat pitivät köyhänä sitä, että juttu rakennetaan jonkin herkullisen yksityiskohdan varaan, vaikka sen nostaminen ei tee koko jutulle oikeutta.



...se että jostain mitättömän pienestä yksityiskohdasta pitää tehdä sen jutun kärki, joka sitten tavallaan sen mitättömän pienen yksityiskohdan jälkeen ei kanna sitä koko juttua pidemmälle enää, eikä se mitenkään sido sitä yhteen, niin kyllä mä useemmin kun kerran oon ajatellu sitä, että mitä lukijalle tästä jutusta jää käteen. (H8)

Eräs haastateltu kritisoi lehteään seuraavalla tavalla:

Mä en aina välttämättä ymmärrä nyt meidän linjaa... Meillä oli viimeks joku sellanen, että lehti testas, että voiko kännykällä kuvata jossain vaatekaupoissa ja miten ne suhtautuu. Mä en oikein vieläkään ymmärrä, että mikä sen niin kun merkitys on. Et kyl siis jutulla pitäis olla jotain ideaa ja sellasta, et se koskettaa monia. Se on aika harva ihminen, joka on kaupassa kännykän kanssa näpsimässä, se on niin suppeeta ryhmää mun mielestä ketä se kiinnostaa, en ois tollasia kyllä päästäny. (H2)

### **7.4.3. Yhteiskunnallinen toimija vai aikuisten Aku Anka?**

Haastateltujen puheissa iltapäivälehteen suhtauduttiin kahdella tavalla, ja yhdessäkin haastattelussa saattoi esiintyä molempia tapoja. Ensinnäkin iltapäivälehti nähtiin merkittävänä, yhteiskunnallisena toimijana. Tällaisessa suhtautumistavassa korostettiin lehden roolia vallan vahtikoirana, epäkohtiin puuttujana ja ihmisten auttajana. Lehden parhaaksi anniksi nimettiin omat uutiset, ja liikaan viiheteellisyyteen suhtauduttiin kriittisesti. Tässä suhtautumistavassa nousi usein esiin sanapari yhteiskunnallinen merkittävyys. Iltapäivälehdillä nähtiin olevan paljon myönteistä valtaa, jota käytetään hyvien asioiden vauhdittamiseen. Iltapäivälehti nähtiin rohkeana välineenä, joka käyttää rohkeuttaan muurahaispesien sohimiseenkin.

H7: Mä oon nyt just viime aikoina tehny paljon vanhusten taloudellisista ongelmista ja leipäjonovanhuksista, ja parhailaan teen lapsista, jotka ei pääse psykiatriseen hoitoon, vaikka niillä on itsemurhayritykset taustalla...

K: Millanen foorumi iltapäivälehti on tollasille jutuille? Noihan on aika vakavia ja yhteiskunnallisia.

H7: Mun mielestä se on hyvä foorumi. Mul on paljon lukijoita, nyt kun me katsottiin just meidän lukijatutkimusta... Ja sit mä saan paljon palautetta niist jutuista, mikä kertoo, et niit on sitten luettu.

... täs maas on käsittääkseni vaan kolme valtakunnallista lehteä, ja se myönteinen voima ja myönteinen valta joka niillä on, et niiden kautta asioihin voi vaikuttaa, niin se on ehkä se, mikä sitten on myös saanu pysymään tuolla. (H9)

Haastatellut suhtautuivat lehteen myös toisella tavalla. Toisessa suhtautumistavassa lehti nähtiin ennen kaikkea viihdyttävänä pakettina. Lehteä kuvailtiin välipalaksi, aikuisten Aku Ankaksi ja vesisalehdeksi. Lehteen myös kuuluu iloisuus eli tässä lehdessä ei ole niin tärkeää, että ”kaulus on tiukasti ja solmio suorassa”. Vaikka monet haastatellut toivat esiin, että iltapäivälehdessä uutiset kerrotaan viihdyttävästi, tässä suhtautumistavassa lehti nähtiin viihteenä sinänsä. Lehden lukeminen on hauskaa ajankulua, joka tosin on myös hyödyllistä verrattuna esimerkiksi Big Brotherin katsomiseen, kuten eräs haastateltu muotoili. Lehdestä näkee tämän hetken puheenaiheet ja voi saada hyödyllistäkin tietoa.

Kun lehti nähtiin aikuisten Aku Ankkana, ei ollut niin tärkeää, että jutut ovat yhteiskunnallisesti merkittäviä, lehti on vallakas toimija tai että puututaan epäkohtiin. Lehti viihdyttää lukijoita, ei niinkään muuta maailmaa.

K: Mihin niitä (iltapäivälehtiä) tarvitaan?

H3: En mä tiedä, se on varmaan niin kun että mihin viihdettä yleensä tarvitaan. Vaikka me ollaan uutislehti, niin kyllä mä katson sen funktion olevan kuitenkin viihdyttävä funktio...

Mehän joudutaan kärjistämään koko ajan ja tekemään iltapäivälehtimäisiä juttuja ja nostamaan asioita, mitkä ei oo välttämättä niin kun yhteiskunnallisesti merkittäviä, eikä sen haastateltavan henkilön kohdalla merkittäviä ja niin edespäin... (H6)

Haastatellut toimittajat suhtautuivat iltapäivälehteen paikoin myös humoristisesti tai ironisesti. Oman lehden joitakin juttuja sanottiin ääliömäisiksi tai typeriksi. Joihinkin juttuihin taas suhtauduttiin siihen tyyliin, että ”ei se nyt niin vakavaa ole”. Tällainen juttutyyppi oli esimerkiksi iltapäivälehdissä yleiset seksikyselyt, joiden tuloksena voi olla, että puolet naisista haluaisi pettää kumppaniaan. Seksikyselyjen otanta on haastatellun mukaan yleensä ”noin 20”, mutta jos otannan suuruus kerrotaan, juttu on vain hupaisa, eikä lukijakaan voi ottaa tällaista tutkimusta liian tosissaan.

Vaikka haastatellut kotimaan toimittajat saattoivat esittää lehden hupaisana pakettina, aivan samantyyppisen hupaisuuskehityksen kautta ei kuitenkaan kuvattu omaa työtä. Kärjistäen sanoen: oma työ esitettiin vain merkittävien yhteiskunnallisten juttujen tekemisenä, ja aivan muut tahot tekevät lehdessä hupijutut. Seuraavaksi pureudunkin tarkemmin toimittajien esittämiin kuviin työstään.

#### **7.4.4. Motiivi työskennellä iltapäivälehdessä**

Aineistosta on löydettävissä viisi erilaista motiivia tehdä toimittajan työtä iltapäivälehdessä. Motiivit ovat päällekkäisiä eli yksikin haastateltu saattoi ammentaa selityksiä työilleen kaikista motiivijoukoista. Motiivien ytimeen pääsi etsimällä aineistosta sitä, mitä työssä painotetaan tärkeänä tai minkä kerrotaan olevan henkilökohtaisesti palkitsevinta. Tämänkaltaisessa haastattelutilanteessa motiivit tosin saatettiin haluta esittää ideaalisempina kuin ne tosiasiallisesti ovatkaan. Ihanteellisuus korostui erityisesti neljännessä motiivissa, jossa puhutaan muun muassa lehdistön roolista vallan vahtikoirana. Puheessa vallan vahtimisesta kaikui lievästi ulkoa opetteleminen, mitä selventää hyvin erään haastatellun kyllästyneen kuuloinen vastaus kysymykseen, mitä on hyvä journalismi: ”Ollaan vallan vahtikoirana ja vanhat kliseet”.

Ensimmäinen motiivi työskennellä iltapäivälehdessä on itsensä toteuttaminen. Näin työtään perustelevat puhuivat intohimosta työtään kohtaan ja antoivat työssä paljon painoa kirjoittamisvaiheelle. Työssä tärkeää on mukavat työkaverit, hauskuus, mielenkiintoisuus, vapaus tai hyvä palkka. Iltapäivälehteen toimittajana pääsee näkemään erilaisia paikkoja ja saa haastateltavakseen vaikka Yhdysvaltain presidentin, jos jaksaa nähdä vaivaa. Tässä motiivissa perusteluja haetaan siis siitä, mitä työ antaa tekijälleen suoraan.

Mulla esimerkiksi on henkireikäni se, että iltapäivälehdessä saa kirjoittaa myöskin hauskasti ja humoristisesti... Iltapäivälehtimäisyys on myös sitä, että on hyvin ja hauskasti kirjoitettuja juttuja. (H6)

K: Mitkä tän työn parhaat puolet on?

H2: Mulle on tärkeintä, että mulla on työssä kivaa... Parhaat puolet siinä on tää vapaus valita näitä (juttuaiheita), joustavat työajat... Ja sitten ihan asiallinen korvaus duunista.

Toista selitystapaa käyttävät painottivat työssään uutisten tekemistä, ja ennen kaikkea omien ja kovien uutisten. Toimittaja selvittää, tutkii, kaivaa ja paljastaa, jotta pystyy kertomaan jonkin asian ensimmäisenä. Toimittajalla pitää olla hyvät lähdeverkot tai ainakin hölösuusia kontakteja, joiden avulla hän pystyy tekemään skuppeja. Toimittajan tehtävä on tarjota lukijoille uusia tietoja, mutta uutisten tekeminen on myös minäkeskeistä. Kuvaava sana on uutisvoitto eli kyse on jonkinlaisesta jatkuvasta kilpailutilanteesta. Toimittaja kilpailee paitsi muiden välineiden, myös ehkä omien työtovereiden ja itsensä kanssa. Skuupin tekeminen on työssä palkitsevinta.

K: Millasia juttuja sä teet kaikkein mieluiten?

H2: Skuppeja. Siis sillä tavalla skuppeja, että jotain kertoo ensimmäisenä.

K: Sulla on aika hyvät tommoset niinku verkostot?

H1: Ei nyt varmaan ainakaan riittävän hyvät, mutta siis on verkostot, koska ne on välttämätön olla, muuten tätä työtä ei voi tehdä. Pikkuhiljaa se verkosto laajenee ja kasvaa, ja sen aktiivinen hyödyntäminen on ainoa keino, miten pystyy tätä työtä tekemään.

Kolmas motiivi lähtee selvemmin siitä, mihin tehty työ johtaa. Työssä on parasta se, että voi puuttua yhteiskunnan epäkohtiin ja auttaa jotakuta. Epäkohtiin puuttuminen voi olla esimerkiksi vaatimus syöpäpotilaiden oikeudenmukaisemmasta hoidosta, juttu pienen ihmisen taistelusta Kelaa vastaan tai juttu vanhusten taloudellisista ongelmista. Lehti on suuri ja luettu, joten epäkohtajuttu voi oikeasti johtaa joihinkin toimiin. Jutun saattaa lukea joku, jolla on valtaa, tai se voi herättää niin voimakkaan reaktion yleisössä, että epäkohtaan on pakko puuttua. Eräs mainittu esimerkki oli, kun jutussa oli kerrottu adressista, johon kerättiin nimiä hoitohenkilökunnan palkkojen parantamiseksi ja hoitajien määrän lisäämiseksi. Adressi oli täyttynyt jutun julkaisemisen jälkeen huimaa vauhtia. Epäkohtajuttua tehdessä toimittajalle tulee tunne siitä, että hän tekee tärkeää ja merkityksellistä työtä. Epäkohtajuttu lähtee usein ”oikeista ihmisistä” ja heidän ongelmistaan.

K: Millasia juttuja sä teet kaikkein mieluiten?

H4: Mä mieluiten oon ihmisten kanssa tekemisissä, et semmosia juttuja mistä se lähtee jonkun ihmisen tilanteesta tai hänen elämästään tai hänen jostain ongelmastaan, niin ne on toisaalta kaikkein raskaimpia ja työläimpiä... mut kyl ne on kaikista antoisimpia.

K: Millasia juttuja teet kaikkein mieluiten?

H7: Hyvin ihmisläheisiä juttuja. Semmosia, jotka oikeesti kertoo ihan oikeista ihmisistä. Liian usein se on kyl sit synkkää... Mä en tiedä, mikä tää kummallinen piirre meikälaisessä on, mut nää saa mut aina syttymään, koska siinä tuntee, et tekee oikeita töitä.

Neljäs motiivi on lukijalähtöinen. Toimittaja on lukijan palvelija ja lukijan asialla toimiva tiedon etsijä. Neljännessä motiivissa oma työ nähdään vallan vahtikoirana ja sananvapauden ruumiillistumana olemisena. Tärkeänä johtoajatuksena on, että kansalla on oikeus tietää. Toimittajan pitää kertoa kansalle, millainen maailma todella on, jotta kansalaiset eivät joudu elämään väärässä tietoisuudessa. Esimerkiksi valtaapitäviä on syytä kohdella kriittisen kovasti, koska yksi toimittajan pahimmista rikkeistä on kaunistelu ja asioiden pimittäminen. Erityisesti iltapäivälehdessä toimittajan pitää olla rohkea: hänen täytyy uskaltaa tehdä juttuja, joista ei aina tule päänsilitystä. Lukijan puolella seisomista käsiteltiin tarkemmin luvussa 7.3.

Tiedonvälittäminen on semmosta, et sun pitää pystyä esittämään vaikeita kysymyksiä ja menemään vaikeisiin tilanteisiin sen takia, et se on velvollisuus tiedonhankkijana... Pitää tehdä semmonen kysymys, mitä ei normaali-ihmisenä ilkeäis keneltäkään kysyä, ja jos joku sanoo sulle ikävästi, sun pitää vieläkin puristaa se, olla loukkaantumatta siitä, ja tiedonvälityksen nimissä, tiedonhankinnassa, niin pitää mennä kipurajalle, et saada vastauksia poliitikoilta, yhteiskuntavaikuttajilta, julkisuudessa olevilta henkilöiltä. Erityisesti heitä kohtaan pitää olla aika kova. (H5)

... jos joku on töpännyt... tai jotain muuta tällasta näin, niin miksi pitäisi vaieta. Mun mielestä se on lähes yhtä paha kun se, et mässäile asialla... Ei saa olla liian varovaistakaan. Sellasta, että mul on tässä käsissäni nyt elämäni skuuppi, ja sit mä pilaan sen sanomalla, (haastateltavalle) niin että muuten, sä voit saada fudut, jos tää asia leviää julkisuuteen, tai muuta tällasta. (H8)

Viides motiivi menee kaikkein eniten päällekkäin muiden motiivien kanssa. Viides motiivi työskennellä iltapäivälehdessä on tunne vallasta. Suurta lehteä lukevat suuret väkijoukot, mikä on jo ensimmäinen vallantunteen aiheuttaja. Iltapäivälehdessä juttuja myös lainataan muissa tiedotusvälineissä, mikä viimeistään levittää oman jutun mahdollisimman laajalle. Tehdyt jutut eivät tunnu vain katoavan tyhjyyteen, vaan ne voivat olla puheenaihe yhtä lailla kenen tahansa kahvipöytäkeskustelussa kuin vaikkapa eduskunnassa. Toimittajalle syntyy ainakin illuusio siitä, että oma juttu vaikuttaa asioihin. Joskus juttu saattaa olla jonkin myönteisen yhteiskunnallisen muutoksen alkuunpanija tai sitä vauhdittava. Epäkohta korjaantuu tai aletaan valmistella esimerkiksi lakimuutosta. Tällaisia tekoja pidettiin uran todellisina kohokohtina, ja ne esitettiin henkilökohtaisina voittoina. Asioihin vaikuttaessa toimittajien annettiin ymmärtää olevan itsenäisiä toimijoita, jotka itse oma-toimisesti nostavat aiheita yleiseen keskusteluun.

K: Onks siinä, että työskentelee iltapäivälehdessä, onks siinä jotain erityisen hyviä puolia? Verrattuna jos ois vaikka jossain tavallisessa päivälehdessä?

H4: Jos tykkää tästä keskustelun herättämisestä, niin sulla on isompi mahdollisuus herättää koko Suomessa keskustelua, kun vaikka edes Hesarissa... Jos sun mielestä joku asia on oikeesti väärin ja se ei oo reilua, niin se saa monesti paljon laajemman huomion tuolla tavalla.

Esimerkiks mä oon niitä henkilöitä, jotka kovasti on kirjottanu pedofiiliasta silloin, kun siitä ei vielä puhuttu, ja otin sen ihan semmoseksi puheenaiheeksi, jonka halusin että se nousee, ja nousikin, ja olin esimerkiksi eduskunnassa puhumassa siitä, olin hirveen otettu siitä kutsusta, silloin kun oli tää rikoslain uudistus. (H7)

Kaikista tärkeintä on se, että joskus voi todellakin tehdä sellasen jutun, joka muuttaa jotain olosuhdetta. (H3)

### 7.4.5. Lehti myytävänä tuotteena

Toimittajien suhtautuminen lehden myyvyysvaatimukseen vaihteli suuresti. Toisten mielestä myyvyyden vaatimus on iltapäivälehdessä kaikkien yhteinen asia, joka vaikuttaa yksittäisen toimittajan työhön paljon. Käytännössä myyvyysvaatimus näkyy paineina. Jutuista myös aletaan jo alkuvaiheessa miettiä, mikä voisi mahdollisesti olla kanteen tai lööppiin irrotettava otsikko.

K: Kuinka paljon tollanen myyvyyden vaatimus vaikuttaa yksittäisen toimittajan työhön?

H3: Tosi paljon, että meillä se on ihan selkee, että joka ikinen päivä on se, että millä me myydään. Se varmaan monia toimittajia kans joskus häiritsee, että se on aina niin kauheesti framilla, ja aina siitä lähdetään ja näin. Niin se vaan on.

Toiset toimittajat taas sanoutuivat myyvyydestä jyrkästi irti. Myyvyyden miettiminen osoitettiin muiden organisaatioissa työskentelevien asiaksi, ja on hyvä, että sellaisilla asioilla ei liikaa vaivata toimittajia. Muutamaa haastateltua koko myyvyys ei edes kiinnostanut.

K: Kuinka paljon yksittäinen toimittaja miettii tämmöstä myyvyyden vaatimusta?

H7: Ei me sitä mietitää. Se ei kuulu meille. Se ei ehkä kuulosta esimiehistä kauheen mukavalta, mutta meidän periaate on se, mitä on kollegojen kans puhuttu, se ei oikeesti kuulu meille. Et se on tietysti mukava tehdä juttuja, joista tietää et sitä pidetään niin tärkeänä, et se pannaan kanteen tai se pannaan lööppiin, mut henkilökohtasesti mä en sitä pohdi.

Itse asiassa mua ei hirveesti edes kiinnosta miten lehti myy. Se on toisten asia sitten. (H2)

Lehden myyvyystarvetta ei suoranaisesti kritisoitu. Muutama toi esiin, että pelkästään jo oman hyvinvoinnin kannalta on mainio asia, että lehti menestyy. Kasvavat myyntipaineet kuitenkin huolestuttivat joitakin. Kun jokaisen jutun pitäisi olla myyvä, ei lehteen pian mahdu esimerkiksi skandaalittomia julkkishaastatteluja. Myyntipaineet näkyvät myös kasvavina tehokkuusvaatimuksina, mikä voi tarkoittaa yksittäiselle toimittajalle kasvavaa työtaakkaa ja kovempaa stressiä.

Muutamaa haastateltua harmitti, että iltapäivälehdien toimittajia syytetään vain myymisen ajattelemisesta. Haastatellut muistuttivat myös, että jokaisen lehden pitää tavalla tai toisella myydä itsensä.

Aina kritisoidaan, että iltapäivälehdet vaan myy ja myy... Mä en usko että kukaan tuolla ajattelee pelkästään rahaa, siis ei kukaan ryhdy toimittajaksi, jos raha on ykkösjuttu, silloin ryhdytään joksku aivan muuks, joksku pankkiiriks, yrittäjäks, toimitusjohtajaks... Mut että se idea niin kun, et sen pitää olla jotain niin kiinnostavaa, et ihmiset ostaa sen lehden, ja sitä kautta saadaan ihmiset lukemaan myös niitä muita juttuja, mahdollisesti merkityksellisempiä juttuja. (H9)

Kysymys myyvyydestä osoitti, että käsite ei ole yksiselitteinen. Muutamat kiersivät kysymyksen sillä, että toimittajien ensisijainen tarkoitus on tehdä hyviä eikä myyviä juttuja, tai että myyvyyshän tarkoittaa sitä, että juttuja luetaan. Silloin jutuissa nähtiin olevan jotakin sellaistaakin hyvää, jota pelkkä myyvyys ei sanana tavoita. Viime kädessä käsitteet myyvyys, kiinnostavuus ja hyvä toimittajan työn tekeminen näyttävätkin sekoittuvan. Toimittajat ovat tehneet hyvää työtä, koska yleisöä kiinnostaa lehti, ja se tekee myönteisen ostopäätöksen. Tästä ketjusta haastatellut vain käyttivät eri käsitteitä ja painottivat eri asioita.

Hyvän journalismin mittari ei kuitenkaan vaikuttanut olevan kenelläkään niin yksinkertainen, että se mikä käy hyvin kaupaksi, on hyvää. Tämän paljastivat viimeistään haastateltujen toimittajien asenteet 7 päivää-, Katso- ja Oho-lehtiä kohtaan. Viihdelehdet käyvät hyvin kaupaksi, mutta kukaan haastatelluista ei kehdanut niiden tekijöiden tehneen hyvää työtä.

Iltapäivälehdet myyvät itsensä lööpeillä ja kansilla. Näistä kahdesta puheeksi tulivat lähinnä lööpit. Haastatelluilla tuntui olevan lööppiin hieman kaksijakoinen suhde. Lööppi on ensinnäkin välttämätön, jotta lehti käy kaupaksi. Lööpin tekeminen vaatii erityisiä taitoja, joita esimerkiksi kaikilla toimittajilla ei omien sanojensa mukaan ole.

Kuitenkin lööpin myös annettiin ymmärtää olevan jonkinlainen välttämätön paha. Jotkut toimittajat erityisesti korostivat, että toimittajathan eivät tee lööppejä, vaan ne ovat organisaatiossa aivan muut ihmiset. Toimittajilla ei ole omia juttujaan koskeviin lööppiotsikoihinkaan yleensä sananvaltaa.

Joulukuussa 2005 Mainonnan eettinen neuvosto antoi Ilta-Sanomille huomautuksen syyskuussa julkaistusta lööpistä, jonka tekstin mukaan ”Isä tappoi lapsensa kesken aamupalan”. (Keväällä 2006 myös Iltalehti sai neuvostolta huomautuksen lööpistään.) Mainonnan eettinen neuvosto käsitteli lööppiä mainoksena, koska sillä on kaupallinen päämäärä eli sen tarkoitus on edistää lehden menekkiä. Ilta-Sanomien vastaava päätoimittaja kuitenkin totesi vastineessaan, että lööpit ovat journalistisia tuotteita, eivätkä mainoksia. Lööpit eivät siis kuulu mainonnan sääntöjen piiriin, vaan lehden vastaava päätoimittaja vastaa niiden sisällöstä. (Mainonnan eettinen neuvosto.)

Haastatellut vaikuttivat pitävän lööppiä ensisijaisesti myyntinä, ei journalismina. Muutamat korostivat lööpistä puhuessaan, että kyseessä on ”myyntijuliste”. Myynnillisyyden korostamisesta kertoo myös se, että lööppi nähtiin jollakin tavalla etäiseksi omalle journalistiselle työlle. Lööpit aivan kuin elävät omaa elämäänsä. Yllätyksiä tuottaa jo pelkästään se, mitkä jutut lööppiin päätyvät. Myös omasta jutusta tehty otsikko voi yllättää. Joidenkin haastateltujen mukaan lööpeissä lyödään joskus yli ja kärjistetään liikaa.

Muutamien toimittajien mielestä lööppi ei anna aivan oikeaa kuvaa lehdestä. Usein iltapäivälehtiä haukkuvat ihmiset tekevät päätelmänsä pelkästään lööpin perusteella, mikä tuntui joistakin haastatelluista kohtuuttomalta. Lööpin perusteella lehden pitäisi olla paljon sensaationhakuisempi, yksinkertaistavampi ja rikoskeskeisempi. Jos siis suuri yleisö muodostaa mielikuvansa lööpin, ja toimittajat oman työnsä ja koko lehden perusteella, mielikuvat eroavat suuresti.

Lööppi hahmottuukin aineistossa jonkinlaiseksi sisäänvetäjäksi lehteen, jossa se oikea journalismi lymyilee. Lööppiin laitetaan rajuimmat jutut, vaikka lehden sisältö itsessään ei ole niin hiuksia nostattava. Lööpistä ei voi päätellä, miten erilaista ja merkittävää aineistoa lehdessä todella onkaan.

Kaikkein rasittavimmilta tuntuu... se miten ykspuolisesti monet leimaa pelkkien lööppien ja kansien perusteella koko lehden... Siellä on satoja juttuja jokaisessa lehdessä, ja kun ehdottomasti suurin osa meidänkin toimittajista tekee joka päivä tota työtä niin hyvin kun pystyy... Nää jotka kritisoi tai meidän lehtee kommentoi, niin näkis sen niin kun kokonaisuutena ... Ne näkee vaan sen kuoren ja sillä perusteella ajattelee, et lehdessä on vaan tiettyntyyppisiä juttuja. (H9)

Se (lööppi) myös vääristää sillä tavalla, et ihmiset arvioi ja arvostelee pelkästään sen lööpin ja mahdollisesti kannen kautta, sit se lehti pitää sisällään paljon muuta. On se selvä, että lööppikin joudutaan tekemään hyvin iskeväksi sillä tavalla, myyväksi, niin eihän se kerro kun pienen murto-osan, mitä se lehti pitää sisällään. Siel on hyvin paljon semmosia aineistoa, mikä on vakavasti otettavaa ja yhteiskunnallisesti merkittävää. (H1)

Jonkinlainen sisäänvedon ajatus näyttää pätevän myös joihinkin juttuihin. Erään haastatellun mukaan toimittajien ei tarvitse ajatella myyvyysvaatimusta, koska myyviä juttuja ei tarvita kuin muutama päivässä. Tämän lausuman perusteella lehteen siis tarvitaan päivittäin muutama sensaatiojuttu sisäänvetäjiksi, mutta lehden muun journalismin ei tarvitse olla niin myyvää.

Sisäänvetäjiksi voi laskea myös juttujen vetävät kärjet ja otsikot. Eräs haastateltu kertoi lataavansa ”iltapäivälehtimäisen pointin” eli kärkevimmät asiat jutun kärkeen ja otsikkoon. Sen jälkeen voi sitten rauhassa kirjoitella ”omaa tarinaa”, jolla ei ole sitten enää myynnillisesti väliä. Iltapäivälehtimäisellä pointilla siis vedetään lukija sisään lehteen tai juttuun, jossa sitten tulevat ne oikeat, tärkeät asiat.

Monet haastatellut korostivat sitä, että lööpeille ja otsikoille löytyy lehden jutuista kiitettävästi kaetta. Sisäänheittoelementeistä tehdään kärkeviä, mutta ainakin pyrkimyksenä on saada ne pysymään totuuden rajojen sisäpuolella. Myynti ja markkinointi tehdään siis reilun kaupan periaatteiden mukaisesti.

Toimittajat korostivat haastatteluissa suorastaan ylettömästi juttujen totuudellisuutta. Jokainen haastateltu painotti eri yhteyksissä, että oman lehden jutut ovat totta. Huhuja ei julkaista, ja faktat tarkistetaan. Totuudellisuuden, luotettavuuden ja rehellisyyden korostaminen liittyynee ensisijaisesti siihen, että jotkut ajattelevat lehdessä olevan osin keksittyjä juttuja. Niinpä haastatellut halusivat tehdä varmasti selväksi, että näin ei ole.

Totuudellisuuden korostamiseen voi avata myös kaupallisen näkökulman: totuus toimii myytävän tuotteen pätevyyden mittarina. Vaikka iltapäivälehti on viihdyttävä, on se ehdottomasti myös journalismia. Lehden journalismi taas on kuranttia tavaraa, koska jutut ovat totta. Journalismina kaupattava tuote olisi viallinen, jos se sisältäisi valheita ja vääriä tietoja. Eräs haastateltu toi lehden luotet-

tavuuden osoituksena julki sen, että lehdestä ei juurikaan ole tehty kanteluita Julkisen sanan neuvostoon. Tässä yhteydessä Julkisen sanan neuvostoa voi pitää jonkinlaisena kuluttajavirastona, jonne kuluttajat voivat tehdä kanteluja huonosta tuotteesta. Kuluttaja lienee tyytyväinen, koska ei kantele.

## 7.5. Identiteetti

Kielitieteilijä de Saussuren mukaan merkki saa merkityksensä siitä, kuinka se eroaa muista merkeistä: ihminen on esimerkiksi ei-eläin (Fiske 1996, 68). Samanlaisella poissulkemisen logiikalla ihminen ymmärtää identiteettinsä. On olemassa ”me” ja on olemassa ”he”. Kummatkin ryhmät saavat merkityksensä vain yhdessä. Me olemme ”me” niin kauan kun löytyy ihmisiä, jotka eivät ole meitä. (Bauman 1997, 70.)

Tästä syystä oli kiinnostavaa tutkia aineistosta, miten muut lehdet (ja sitä kautta oma lehti) hahmotuvat aineistossa. Mielenkiintoista on, mikä asettuu journalismin normaaliksi, mikä taas toiseksi, jonka kaltaisia ei haluta olla. Tutkin myös, mihin yksittäiset toimittajat vertaavat työtään eli mihin tehdään eroa, mihin taas halutaan samastua. Lopuksi kerron haastattemieni toimittajien käsityksiä tabloidisaatiosta.

### 7.5.1. Minä ja muut

Haastatellut kokivat iltapäivälehdessä toimittajan työn olevan sekä tavallista että poikkeuksellista. Tavallisuutta korostavissa lausumissa painotettiin, että toimittajan työ on aina samantyyppistä välineestä riippumatta. Niinpä iltapäivälehdessä työskentely on ”ihan tavallista toimittajan työtä”. Eräs toimittaja oli muun muassa kyllästynyt selittämään iltapäivälehtiä kritisoiville, että ”olen ihan tavallinen toimittaja”. Kaikkein arkisin suhtautuminen oli seuraavalla haastatellulla:

Tää on sellasta ojanikaivuuta ku ihan joku muukin työ. Arkista puurtamista. Joskus tulee jotain hienoja kohokohtia, ja monesti se on tasasta perustyötä. (H1)

Poikkeuksellisuuspuheissa korostui, että iltapäivälehdessä toimittajan pitää olla muita toimittajia ennakkoluulottomampi ja paineensietokykyisempi. Kysymykseen siitä, pitääkö iltapäivälehtien toimittajien olla muita toimittajia röyhkeämpiä, kaksi toimittajaa vastasi: ”Ei röyhkeämpiä vaan rohkeampia”. Poikkeuksellisuuspuheissa työn esitettiin vaativan opettelua, eikä se sovi kaikille. Rankimmissa arvioissa iltapäivälehdessä toimittajat olivat aivan oma lajinsa.

Mulla on sellanen teoria, että tässä hommassa ei oikeestaan pärjää kun joku hieman luonnehäiriöinen henkilö... Täytyy olla aika narsistinen ja tietyllä tavalla ehkä aika piittaamatonkin. Ehkä se piittaamaton on väärä sana, mutta sellanen vähän tefloni, että ei ota itteensä niin kauheesti paljon mistään. Pitää sietää haukkumista ja pitää sietää kritiikkiä ja uhkauksia ja... Siin ei saa olla kauheen herkkä. (H3)



Iltapäivälehtitoimittajana oleminen... voi vaatia sellasia vähän erilaisia luonteenpiirteitä, et niin kun just se, että on oltava aika rohkea ja suora siinä ilmasussa, ja nopeus ja jokapäiväinen myyntitarve ja näin, niin ei kyllä sovellu läheskään kaikille niille ihmisille, jotka voi olla aivan mielettömän hyviä toimittajia ja sopivia jonnekin muualle. (H10)

Monille kotimaan toimittajille viihdetoimittajan työ vaikutti olevan omaa työtä alempana olevaa. Muutamat kutsuivat arvottavaan sävyyn oman lehden viihdejuttuja juoruiksi. Eräs kotimaan toimittaja kertoi tekevänsä joskus ”juorujuttuja” omaan lehteen, jos kuulee vaikkapa missin erosta. Hänestä oli hauska ajatus päästä tekemään mehevä viihdejuttu ennen ”ammattijuorutoimittajia”. Toinen toimittaja taas laskee omassa lehdessä salarakasjutut ja muut ”turhanaikaiset juorut” typeriksi räävittömyyksiksi. Kolme toimittajaa mainitsi, että heitä ei kiinnosta ”viihdehömpää”, ”Ö-luokan julkisjutut” tai ”julkisten tulot ja menot”. Tällaisten irtiottojen tarkoituksen voi nähdä oman vakavasti otettavan toimittajan roolin pönkittämisenä. Kotimaan osaston toimittajat eivät tällaisissa puheissa tee hömpää.

Viihdetoimittajat allekirjoittivat sen, että omassa talossa viihdeosastoa tunnutaan katsovan alaspäin. Ajatuksena on, että viihdejuttuja on helppo tehdä. Juttuja kinutaan lööppiin, ja niistä saakin myyviä otsikoita, mutta esimerkiksi sivutilaa annetaan viihteelle toisinaan nihkeästi. Viihdejuttuja ei pidetä talon sisällä oikeana journalismina ja ”joku ensi vuoden tupo” ajaa aina viihteen ohi.

Monet toimittajat ei oo koskaan tehny viihdetyötä. Mä uskon, että ammattikunnan sisällä ei välttämättä tajuta, kuinka rankka rooli se on, koska viihteessä mennään niin henkilökohtasiin asioihin, eikä haastatella vaikka poliisi Möttöstä liikennesäännöistä, vaan poliisi Möttösen avioerosta. Mun mielestä semmosta tiettyä niin kun vaikka herkkyyttä toimittajalta, ja heittäytymistä ja niitten ihmisten ymmärtämistä vaatii enemmän kun moni muu työ, mutta en usko että semmoset ihmiset tiedostaa sitä, jotka ei oo ite tehny. Hirnu usein oon kuullu sanan hömpää. (H10)

Iltapäivälehtien toimittajien väliset erot tulivat puheeksi muutaman haastattelun kanssa. Ne, joiden kanssa aihe nousi esiin, allekirjoittivat sen, että toimittajien välillä on eroja. Toiset ajattelevat esimerkiksi jutun kohteen tunteita paljon, toiset eivät lainkaan. Joskus kollegojen toimet ovat herättäneet haastateltujen päässä ajatuksen, että itse en toimisi noin. Eräs toimittaja oli muun muassa ojentanut kollegaansa huonosta käytöksestä.

Kysymys iltapäivälehdien toimittajien röyhkeysasteen eroista tuotti muutaman kohdalla myöntelyä. Erään haastattelun mukaan nuoret, juuri taloon tulleet toimittajat ovat lähes tulkoon röyhkeimpiä. Tuoreet kasvot haluavat päteä ja edetä, minkä vuoksi esimiehet saavat heidät tekemään asioita, joita kukaan vanhempi toimittaja ei suostuisi tekemään. Haastattelun toimittajan mukaan nuoret kuvittelevat, että heidän pitää iltapäivälehdessä työskennellessään olla kovempia ja röyhkeämpiä kuin mitä tosiasiaassa edes saa olla. Silloin tulee helposti ylilyöntejä niin toimintatavoissa kuin jutuissakin.

### 7.5.2. Iltapäivälehti vs. ”joku Hesari”

Muut tiedotusvälineet tulivat haastatteluissa verrattain usein puheeksi. Iltapäivälehtien peilaaminen muihin medioihin tuotti kuvaa iltapäivälehdestä, koko mediakentästä ja myös journalismin tulevaisuudesta.

Iltapäivälehti hahmottui jollakin tavalla velvollisuuksista vapaampana lehtenä kuin muut. Muut saavat valistaa, sivistää, taustoittaa ja olla arvokkaita. Iltapäivälehdet taas voivat olla häpeilemättömämmin lukijalle mieliksi eli poimia maailman tapahtumista ”lukijoille sopivia herkkuja”, kuten eräs haastateltu sanoi. Toisen haastatellun mukaan muut lehdet tekevät journalismia sillä perusteella, että ”tämä meidän kuuluu kertoa”, kun taas iltapäivälehdet tekevät ihmisiä kiinnostavia juttuja. Muita tiedotusvälineitä moitittiin tylsyyden lisäksi mitänsanomattomuudesta ja laiskuudesta.

Iltapäivälehteä tehdään pää pyörrien eli muun mediakentän toimia seurataan tarkasti. Kilpailijoiden valintojen ja tekojen, erityisesti toisen iltapäivälehden, nähtiin vaikuttavan omaankin lehteen suuresti. Kilpailevan iltapäivälehden päälle heiteltiin hienoisesti lokaa, mutta kilpailua pidettiin pääsääntöisesti piristävänä tekijänä. Iltapäivälehdet toimivat toisilleen sparraajina, eikä kilpailijan olemassaolon vuoksi ole varaa löysäillä.

Muut välineet lainaavat iltapäivälehden juttuja, tekevät niistä jatkojuttuja ja poimivat ideoita. Lainaus ei kuitenkaan ole pelkästään imartelevaa. Moni haastateltava mainitsi television talk show't ja kaupallisten radioiden ohjelmat, jotka hyväksikäyttävät iltapäivälehden juttuja. Juttuja luetaan ääneen, lähdettä ei mainita ja lopuksi vielä naureskellaan, että ovatpas ne tyhmiä ne iltapäivälehdet.

Helsingin Sanomat mainittiin lähes jokaisessa haastattelussa jossakin yhteydessä. Helsingin Sanomat edusti eräänlaista ”normijournalismia”, johon verrattuna iltapäivälehdet tekevät journalismia erilaisella tavalla. Se minkä ”joku Hesari” jättää sivulauseeseen, iltapäivälehdet nostavat otsikkoon. Toisaalta Helsingin Sanomat myös edusti jotakin arvokasta ja esikuvallista, jota oli mieluista ainakin pienissä määrin kritisoida tai jopa alentaa. Helsingin Sanomiin verrattuna oma lehti näyttäytyi kiinnostavampana, vähemmän tärkeilevämpänä ja jopa vallakkaampana. Iltapäivälehtien nähtiin olevan aidommin valtakunnallisia kuin Helsingin Sanomien. Niinpä niillä on enemmän näkyvyyttä ja valtaa puheenaiheisiin.

Puheessa meistä ja muista yhdistyi halu erottautua, mutta myös halu kuulua joukkoon. ”Normaalien” joukkoon kiilattiin puhumalla lehden ”ihan perusuutisoivasta luonteesta” ja siitä, että monet lehden jutusta voisivat olla missä tahansa muussa tiedotusvälineessä. Erään haastatellun mielestä

iltapäivälehdissä tehdään samanlaisia työtä kuin esimerkiksi maakuntalehdissä, mutta jutut vain ulospannaan eri tavalla. Maakuntalehdessä onnettomuuden uhrin omaisen haastattelu on kainalojuttu, iltapäivälehdessä taas pääjuttu. Sinänsä haastateltu ei pitänyt hyvänä asiana sitä, että maakuntalehtien ja iltapäivälehtien jutut muistuttavat toisiaan, koska iltapäivälehtien tulisi pystyä erottumaan.

Iltapäivälehdeille journalistiseksi toiseksi näyttävät asettuvan Suomen julkkiksiin keskittyvät viihdelehdet eli 7 päivää, Katso ja Oho. Lehdistä haluttiin erottautua erittäin voimakkaasti. Niiden nähtiin käyttävän tiedonhankinnassa arveluttavia keinoja ja väheksyvän alkeellisiakin journalistisia periaatteita. Suurinta ärsytystä aiheutti se, että monet yleisöön kuuluvat niputtavat viihdelehdet ja iltapäivälehdet yhteen, mikä heikentää omankin lehden uskottavuutta.

Vaikka viihdelehtiä halveksittiin, myönnettiin niiden vaikutus myös omaan lehteen. Viihdelehtien juttujen pohjalta tehdään jatkojuttuja, jos niitä ei laiteta peräti sellaisenaan lehteen. Tätä kehitystä ei tervehditty ilolla, vaan huomattavasti arvokkaampana pidettiin omien uutisten tekemistä.

K: Millasia juttuja sä haluaisit tehdä vähemmän, jos saisit päättää?

H6: Noita Seiskan ja Katson jatkojuttuja ehdottomasti. Enemmän omia juttuja, on ne sitten myyviä tai ei.

Niitä (viihdelehtiä) luetaan molemmissa iltapäivälehdissä kuin raamattua. Ne täytyy olla, koska ne on kilpailijoita. Ne täytyy heti nähdä, kun ne on ilmestynyt. (H10)

Ja sit ku on tää Seiska päivää -buumi, on tullu nää Ohot ja uudet Katsot ja näin, ja ne ei oo missään nimessä, me ei olla ees samalla planeetalla. Toki monet ilkeät sanoo, että sieltähän me saadaan joka torstai meiän perjantain uutiset, ja se on totta, että sieltähän niin kun uutisia laitetaan meidänkin lehteen, mutta yleensä siitä toisesta näkökulmasta. (H4)

Viihdelehtiä kutsuttiin juorulehdiksi, millä irtisanottiin oma lehti juorulehteydestä. Oman lehden ei haluttu leimautuvan myöskään rikos- tai ”tyttölehdiksi”. Sekä rikoslööppejä että vähäpukeisia naisia sisältäviä lööppejä ja kansia on haastateltujen mukaan pyritty vähentämään.

### **7.5.3. Tabloidisaatio**

Lähes jokainen haastateltu oli sitä mieltä, että muu mediakenttä on iltapäivälehtimäistynyt. Ilmiö nähtiin lähinnä aiheiden keventymisenä ja ihmisen kautta kertomisen lisääntymisenä. Kaikkein jyrkimpinä vakavuuden linnakkeina pidettiin Yleisradiota ja Helsingin Sanomia, jotka nekin ovat viihteellistäneet uutisaiheitaan. Muutama otti aiheiden keventymisestä esimerkiksi suuren volyymin, jolla valtamedia kertoi Tarja Turusen saaneen potkut Nightwishistä. Eräs haastateltu ”ei meinannut uskoa silmiään, kun avasi Hesarin”, koska Turusen lähtö oli noteerattu niin näyttävästi.

Muun median tabloidisaatioon suhtauduttiin hieman huvittuneesti. Ennen iltapäivälehtiä moralisoitiin, mutta nyt tehdään itse samalla tavalla. Se osoittaa, että ”ei tämä niin kauheaa olekaan”. Joillakin huvitukseen sekoittui kuitenkin myös ärtymystä. Iltapäivälehtiä moralisoidaan, mutta silti ollaan

tunkemassa samoille apajille. Rärkeimpänä esimerkkinä mainittiin verotietojen julkaiseminen. Ennen verotietoja julkaisivat vain iltapäivälehdet, ja sitä haukuttiin tirkistelyksi. Nyt taas verotietoja julkaistaan lähes joka välineessä. Erään haastatellun mukaan muut välineet ottavat tällä tavoin ”ru-sinat pullasta” ja hyödyntävät iltapäivälehdistä parhaat palat. Tällaiset yritykset ovat hänen mielestään kuitenkin puolivillaisia, ja iltapäivälehdet osaavat iltapäivälehtimäisyyden parhaiten.

Myös muutama muu haastateltu otti puheeksi paremmin tekemisen. Aineistossa iltapäivälehden omasta tyylistä puhuminen oli yleensä melko neutraalia. Pääsääntöisesti sitä pidettiin vain erilaisena ja omanlaisena, eikä sitä nostettu muiden yläpuolelle. Tabloidisaatiosta puhuttaessa oma tyyli nousi kuitenkin asemaan, jota muut yrittävät tavoitella sen erinomaisuuden vuoksi.

Kyl se (iltapäivälehtimäistyminen) näkyy varmaan siinä, että ne kaikki on skarpanneet, tai ainakin yrittävät, raukat, skarpata ton otsikointinsa ja kärkiensä kanssa, että entistä vähemmän enää näkee sanomalehdissäkään sitä, että se uutisen kärki on hukattu aivan täysin, että kun sä luet niitä, niin kaikkee muuta, ja sit se otsikko on jumalattoman pitkä, viis riviä suunnilleen, sitäkin näkee paljon. Et kyllä ne yrittää näköjään vähän sitä näkökulmaa, ja vetää sinne vähän rajumpaan suuntaan, tai sitten sen yhden ihmisen kautta tullaan siihen aiheeseen, sitähan meilläkin tehdään tosi paljon. (H3)

Tabloidisaatio nähtiin suhteellisen väistämättömänä asiana jo pelkästään siksi, että ”ei nuori polvi jaksa lukea mitään tulopoliittisia neuvotteluja sivusta toiseen”. Liikaa viihteellistymistä kuitenkin myös pelättiin. Ihmisille ei voi alkaa tarjota pelkkiä ”kansanhuveja”, koska ”se ei ole kenenkään hyvinvoinnin kannalta hyvä”. Eräs haastateltu arvioi viihteellistymisen olevan jo lähellä kulminaatipistettään, josta se ei enää kasva. Toinen haastateltu taas toivoi muun median säilyttävän iltapäivälehtiä syvällisemmän luonteensa. Iltapäivälehdet puolestaan voivat keventyä lisäksi.

Iltapäivälehdet ei koskaan pysty tarjoamaan esimerkiksi päivittäisuutisoinnista kauheen syvällistä analyysiä, että mun mielestä on hirveen tärkeää ja hienoo, että on myös niitä toisenlaisia, ehkä enemmän taustottavia uutisvälineitä. Uskoisin, että iltapäivälehdet jatkossa entistä selkeemmin pyrkii tarjoamaan sellasta nopeeta, dynaamista luettavaa, ja et se tarkotukseen ei oo enää olla niin laajalti asioita taustottava tai muuta. (H10)

Eräs haastateltu puhui pitkään siitä, miten helposti ihmiset näkevät kaikki muutokset uhkana. Niinpä iltapäivälehtimäistymiseenkin suhtaudutaan usein pelonsekaisesti ja menneisyyteen takertuen. Lehtien tekeminen kuitenkin muuttuu, ja hyvä niin. Muuten lehdet ”olisivat samanlaisia kuin kolkyluvulla”. Haastateltu oli myös huomannut, että tabloidisaatiosta puhuessa muistellaan usein jotakin hyvää, mennyttä aikaa aivan kuin olisi mahdollista sanoa, että ”vuonna 1977 suomalainen lehdistö saavutti parhaan huippunsa, ja sen jälkeen kaikki on ollut alamäkeä”.

Käytännöt muuttuu, ja sit aina ihmiset on taipuvaisia näkemään ne uhkina, ja tietysti kun tiedonvälitys on lähtökohtaisesti vähän konservatiivista, niin vielä korostetusti pohditaan niitä uhkia... Toimittajilla on ammattikuntana pyrkimys olla vähän herraskaisempia kun me ollaankaan, et me ollaan vähän pikkutakeissa, mieluusti puvussa, ehkä solmiossa tuolla vallan käytävillä liikkuvia, joille kuiskutellaan tärkeitä asioita, ja me ollaan mukana päätöksentekoprosesseissa, ja parhaimmillaan se toimittaminen onkin sitä, mut kaikki ei voi olla sitä... Tiedotusvälineillä on myös viihdyttävä tehtävä. (H5)

## 8. Johtopäätökset

Tässä luvussa pyrin vastaamaan tutkimuskysymyksiini, jotka asetin johdannossa. Luvun lopussa on taulukko, jossa yritän lopullisesti ynnätä tutkielman teoria- ja analyysiosion yhteen. Taulukko esittää, mistä iltapäivälehtiä yleensä moititaan, ja miten aineistoni perusteella toimittajat näihin moitteisiin vastaavat.

### 8.1. Journalistiset ja kaupalliset arvot

Yksi tutkimuskysymyksistäni oli, miten iltapäivälehdien toimittajat kokevat työssään journalististen ja kaupallisten arvojen suhteen. Työni osoittaa, että journalismi ja kaupallisuus elävät saman katon alla varsin sopuisasti. Myyvyystarpeen nähtiin eniten vaikuttavan aiheiden valintaan, kirjoittamistaan ja juttujen kärkiin. Osa toimittajista koki myyvyyspaineiden painavan toimittajienkin harteita. Osa taas lehden myyvyys ei heidän omien sanojensa mukaan edes kiinnostanut. Nekin toimittajat, jotka kokivat olevansa osavastuussa lehden kaupaksi käymisestä, eivät kuitenkaan pitäneet myyvyttä minään tärkeänä arvona journalismille: enemmän puhuttiin kiinnostavista kuin myyvistä jutuista. Kukaan ei esimerkiksi kehuskellut tekemillään jutuilla, jotka olisivat myyneet lehteä poikkeuksellisen hyvin.

Eniten myyvyyttä tuntuvat toimituksissa ajattelevan esimiehet. Useampi toimittaja kertoi aineistossa ärhäköistä taistoistaan esimiesten kanssa. Jotta juttuihin saisi myyvyyttä, saattavat esimiehet yrittää lisätä juttuihin kärkeyttä mutkia suoristelemalla ja yliampumalla. Aineiston perusteella toimittajan tulee tällaisissa tilanteissa esittää tiukasti kantansa, olla suostumatta kaikkeen ja näin puolustaa journalistisia arvoja.

Lähes kaikilla toimittajilla vaikutti olevan ajatus jonkinlaisesta omasta tontista. Kun oman tontin hoitaa siististi, muusta ei tarvitse niin välittää. Tämä tuli esiin puhuttaessa esimerkiksi lööpeistä, joiden koettiin melkeinpä elävän omaa elämäänsä. Oman tontin ajatus voi selittää myös sitä, miksi monet toimittajat kokivat työhönsä kohdistuvat ennakkoluulot kohtuuttomiksi. Joistakin toimittajista välittyi kuva, että työtä tehdään kieli keskellä suuta miettien, mitä on soveliasta tehdä ja mikä on oikein. Toimittajan hartaasti miettimä ja oikeaksi kokema ratkaisu ei kuitenkaan välttämättä aina selviydy lopputulokseen saakka, vaan juttu saattaa käsittelyportaassa muuttua huonompaan suuntaan. Silloin voi kuitenkin ajatella hoitaneensa oman tonttinsa mallikelpoisesti.

Esitin analyysiosiossa, että aineiston pohjalta lööpit hahmottuivat jonkinlaisiksi sisäänvetäjiksi varsinaiseen lehteen. Lööppiin laitetaan iskevimmät ja eniten uteliaisuutta herättävät jutut, jotta lukija saataisiin vedettyä sisään lehteen. Varsinaisessa lehdessä sitten ovat ne oikeat, ”tärkeät” jutut. Laajensin ajatusta sisäänvedosta myös osin lehden sisältöön: lukija houkutellessaan lukemaan juttua kärkevällä aloituksella, vaikka jutun jatko ei ehkä aivan vastaisikaan aloituksen rajuutta.

Tabloidisaation on pelätty vyöryvän koko median yli. Ajatus sisäänvetojutuista voisi kuitenkin toimia koko oletetun tabloidisaation pysäyttäjänä. Koko lehden tai tv-ohjelman ei tarvitse keventyä, jos siinä on yksikin lööppiotsikon kaltainen ”teaser”. Yleisön kosiskelun voisi siis hoitaa tällä yhdellä sisäänvetäjällä. Muut jutut voisivat olla hyvinkin vakavia, ajattelua vaativia ja yhteiskunnallisia, kunhan sisäänvetojuttu olisi viihdyttävä, ihmisistä kertova ja lyhyt. Näin jokaisen jutun ei tarvitsisi olla kevyt ja kantaa kärjessään kaikkien ilmeisimmin ihmisiä kiinnostavaa seikkaa.

## **8.2. Ammatilliset ihanteet**

Aineiston perusteella iltapäivälehtien kotimaan toimittajat pitivät kiinni perinteisistä, journalistisista ihanteista. Journalismin tehtäväksi nähtiin valtaapitävien vahtiminen, epäkohtien paljastaminen ja pienen ihmisen puolella seisominen. Viihdetoimittajiin taas pätee Rhoufarin havainto siitä, että perinteistä journalisti-ideologiaa ja puhetta käytännön työstä voi olla vaikea yhdistää. (Ks. luku 1.1.) Toinen viihdetoimittaja esimerkiksi kertoi ryhtyneensä toimittajaksi parantaakseen maailmaa, mutta tuumi, että ”normaalitöissä en kyllä koe parantavani maailmaa”. Toinen taas korosti työn lähtökoh- tana yksittäisen lukijan palvelemista, ei niinkään demokratian tukemista tai yhteiskunnallisia puolia.

Esittelin tutkielmani teoriaosuudessa ruotsalaisia journalistien ihanteita koskevia tutkimuksia. (Ks. luvut 5.1.1. ja 5.1.2.) Tutkimieni iltapäivälehtien toimittajien ammatti-ihanteet ovat varsin samant- laiset kuin Ekströmin ja Nohrstedtin sekä Melin-Higginsin tutkimien. Tärkeäksi nousi valtaapitävi- en vahtiminen ja epäoikeudenmukaisuuksien kritisoiminen.

Ekströmin ja Nohrstedtin mielestä iltapäivälehtien toimittajat edustavat revolverihaastattelija- nimistä toimittajatyyppeä. Tähän tutkielmaan haastatellut toimittajat eivät kuitenkaan olleet toimitta- jina niin kovia: esimerkiksi sensaationhakuisuus ei tullut haastatteluissa juuri ilmi. Yhtenevää kui- tenkin oli totuuden korostaminen ja yksityisten ihmisten puolustaminen. Ekström ja Nohrstedt tote- sivat tutkimuksessaan iltapäivälehtien toimittajien olevan eettisiä, mutta kuitenkin hyväksyvän leh- den yliampuvan luonteen. Tämä pätee myös tähän tutkielmaan, joskin haastattelemani toimittajat varjelivat juuri oman tontin ajatusta: itse siis ei yliammuuta.

Tähän tutkielmaan haastateltujen toimittajien ammatillisia ihanteita voi pitää kirkkaina ja hyveellisinä. Niiden toteutus ei kuitenkaan aina ollut kovin syvällistä. Esimerkiksi valtaapitävien vahtiminen nähtiin pitkälti näiden töppäilyjen julkistamisena, ja vahtiminen tuntui kohdistuvan pelkästään vallakkaiden yksityiselämään. (Pitää tosin muistaa, että molemmissa lehdissä on politiikkaan erikoistuneita toimittajia, eikä heitä haastateltu tätä tutkielmaa varten.) Lehdillä arvioitiin olevan paljon myönteistä valtaa. Tuota valtaa voisi todennäköisesti käyttää vielä nykyistä tehokkaammin vääryyksien oikomiseen.

Yhtenä tässä tutkielmassa esiin nousseena ammatillisena ihanteena voi pitää suhtautumistapaa julkisuuden henkilöihin. Kerroin teoriaosuudessa Habermasin julkisuuskäsityksestä, johon kuuluu muun muassa kommunikatiivinen ja strateginen julkisen tilan käyttäminen. (Ks. luku 3.1.2.) Haastattelujen perusteella iltapäivälehdien toimittajat suhtautuvat julkisuudessa esiintyviin ihmisiin kuin kaikki toimisivat strategisesti. Iltapäivälehtijulkisuus näyttäytyy tilana, jossa ihmiset haluavat esittää itsensä mahdollisimman positiivisessa valossa ja hankkia hyötyä itselleen. Julkisuus ei siis ole tilaa, jossa ihmiset konsensuksen hengessä keskustelevat ja pyrkivät parantamaan yhteisiä oloja. Ennemmin se on tilaa, jossa puhutaan henkilökohtaisia asioita, ja tätä kautta halutaan mainosta itselle.

Kun tämä on tilanne, iltapäivälehdien toimittajan tehtäväksi jää vahtia, että julkisuuteen kärkkyvät eivät pääse käyttämään tuota julkisuutta rajattomasti hyväkseen. Julkisuuden säännöt määrittelevät toimittajat. Yksi tärkeimmistä säännöistä on, että julkisuus ei voi olla vain positiivista: jotkut henkilöt hyötyvät julkisuudesta, mutta hyödyn hinta on julkisuuteen joutuminen myös negatiivisissa yhteyksissä. Jos joku julkkis suree yksityiselämänsä tulleen repostelluksi, hän ei ole ilmeisesti ymmärtänyt julkisuuden toimintatapaa ja kuvittelee voivansa hallita julkisuuskuvaansa.

Tällainen käsitys julkisuudesta on varmasti monissa lehdissä, joissa on paljon juttuja julkisuuden henkilöistä. Julkisuuden toimintalogiikka näyttäytyy varsin armottomana. Sen mukaan ihminen menettää täysin päätäntävällän yksityisasiostaan, jos lähtee julkisuuden tielle. Tieltä ei ole edes paluuta, vaan missikisojen finalistin huometuomiot ovat mahdollinen lööppijuttu vielä 10 vuotta missikisojen jälkeen.

Aineistossa ei juurikaan tullut esiin, mikä on lehtien oma hyödyn aste julkkiksista puhuttaessa. Jotkut ihmiset tarvitsevat julkisuutta, lehdet taas tarvitsevat näitä julkisuutta halajavia ihmisiä. Kyse on jonkinlaisesta molempia hyödyttävästä, joskin toisinaan myrskyisästä yhteiselosta lehtien ja julkkisten välillä.

### 8.3. Journalismin itsemääritys

Dahlgren ja Conboy ovat kuvanneet journalismin itsemäärityksen tapoja ahtaiksi. (Ks. luku 1.2.) Siksi oli kiinnostavaa tutkia, pystyvätkö iltapäivälehtien toimittajat heiluttelemaan noita määrittelyn rajoja. Syntyykö uusia ihanteita, joissa kova myyvyyspaine on sopeutettu perinteisiin journalistisiin arvoihin?

Uusista ihanteista ei voi suoranaisesti puhua. Ainoastaan uutisten tekotavassa jotkut ihannoivat tavallisesta poikkeavaa tyyliä. He pitivät kärkevää esitystapaa sellaisena, josta muidenkin välineiden pitäisi ottaa mallia. On siis arvokasta kertoa jo otsikossa se, mikä ihmisiä todella kiinnostaa.

Nostin analyysissä esiin kolme iltapäivälehtimäiseksi nimettyä puolta: kiinnostavuus, ihmisen kautta kertominen ja puheenaiheiden luominen. Nämä kolme puolta ovat haastattelujen perusteella ikään kuin uusia journalismin onnistumisen mittajia, mutta niistäkään ei liene varsinaisiksi ihanteiksi.

Teoriaosuudessa kerroin dikotomisesta matalan ja korkean journalismin erottelusta. Esitin, että usein iltapäivälehtien lasketaan kuuluvan matalan puolelle. Aineistossa matala ja korkea osittain sekoittuvat ja yhdistyvät, joten joko tai -asetelma vaihtui paikoin sekä että -puheeksi. Iltapäivälehti näytti toimittajien mielestä onnistuvan yhdistämään sekä korkeaksi että matalaksi miellyttyä kuten tiedon ja viihteen, kovat ja pehmeät uutiset, julkisen ja yksityisen sekä järjen ja tunteet. Sekoittuminen aiheutti kuitenkin myös ristiriitoja puheisiin. Kuvaavin esimerkki on, että jotkut toimittajat kertoivat lehdessä olevan kaikkea hauskaa ja kevyttäkin, mutta oma työ oli silti vain vakavien ja arvostettavien juttujen tekemistä.

Haastatellut toimittajat tiedostivat hyvin, että heidän lehtensä luetaan usein matalan puolelle. Tämä lukutapa vaikutti toimittajien mukaan siihen, että lehteen kohdistuva kritiikki on usein epäanalyttistä ja kaavoihin kangistunutta. ”Ihan paska lehti ja kauheet lööpöt” oli mediakritiikkiä, jollaisen vastaamiseen ei juuri kenenkään tehnyt mieli hukata aikaansa.

Hierarkiassa omaa lehteä selkeästi matalammalle asettuivat viihdelehdet. Viihdelehtiä parjattiin olan takaa, mutta kuitenkin myönnettiin niiden vaikutus omaan lehteen. Iltapäivälehdet ovat siis mukana lisäämässä viihdelehtien painoarvoa yhtä lailla kuin muut välineet lisäävät iltapäivälehtien. Jutut leviävät laajemman joukon tietoisuuteen, kun ne eivät jää vain oman lehden sivuille.

Toisaalta hierarkiaa tuntui olevan oman lehden sisälläkin. Monille kotimaan toimittajille viihdetoimittajan työ vaikutti olevan omaa työtä alempana olevaa. Viihdettä oltiin valmiita lehdestä vähentämään, ja jotkut kutsuivat viihdejuttuja juoruiksi.



Journalistisessa hierarkiassa korkeammalla olevaa ei ole niin helppo löytää. Pikemminkin oma asema nähtiin valtavirrasta poikkeavaksi, ja tästä syntyvä erilaisuus rikkaudeksi koko mediakentälle.

Aineiston perusteella yhteiskunnallisuus näyttää olevan tärkeä käsite journalismia määriteltessä. Teki toimittajana mitä tahansa, yhteiskunnalliseen merkittävyyteen on oltava jokin suhde. Jos sitä ei synny luonnostaan, voi tehdä juuri kuten toinen viihdetoimittaja eli hylätä yhteiskunnallisuuden ja perustella kaiken lukijoiden tarpeilla. Parhaimmillaan journalismin kuitenkin nähtiin olevan yhteiskunnallista.

#### **8.4. Työn kokeminen**

Esitin yhtenä tutkimuskysymyksenä, miten toimittajat kokevat työnsä ja mikä siinä nousee tärkeäksi. Kysymykseen on mahdotonta vastata yksiselitteisesti, koska kokemisen tapoja oli lähes yhtä monta kuin haastateltavaa. Yritin vastata tähän kysymykseen luvussa 7.4.4., motivaatio työskennellä iltapäivälehdessä. Tärkeiksi ja osin päällekkäisiksi motiiveiksi nousivat itsensä toteuttaminen, uutiskilpailuun osallistuminen, epäkohtiin puuttuminen, vallan vahtikoirana ja sananvapauden lähettämisenä toimiminen sekä tunne vallasta.

Heinosen arvio suomalaistoimittajien homogeenisestä ammatti-identiteetistä pitää tämän tutkielman perusteella paikkaansa. (Ks. luku 4.2.1.) Loppujen lopuksi kotimaan toimittajien puheita kuunnellussa ei edes tullut kovin selkeästi esiin se, että he työskentelevät nimenomaan iltapäivälehdessä. Ylipäänsä toimittajille näytti olevan tärkeämpää oman lehden suuruus ja näkyvyys kuin se, että kyseessä on juuri iltapäivälehti.

Esittelin luvussa 5.2. Deuzen tutkimustuloksia alankomaalaisista tabloidien toimittajista. Tuloksissa on paljon samaa kuin omissanikin kuten viihdelehtien alaspainaminen ja etiikan keskeisyyden korostaminen. Omassa aineistossani yleisökeskeisyys oli joillakin toimittajilla laajempaa kuin Deuzella: yleisöllä oikeutettiin myös tiedonhankintaan ja haastattelemiseen liittyviä asioita. Hauskuutta korosti haastattelemistani toimittajista muutama, mutta utilitaristisesta asenteesta ei voi puhua ainaakaan kaikkien kohdalla. Suurimmalle osalle haastatelluista työlle antoi merkityksen professionaalinen ideologia, ei pelkkä oma hauskuus. Toisaalta työlle antoi merkitystä myös ajatus siitä, että palvelee hyvin yksittäistä lukijaa. Toimittajan työ näyttäytyi siis eräänlaisena asiakaspalvelijana toimimisena.

Ekström ja Nohrstedt ovat kirjoittaneet toimittajien professionalisoituneesta moraalisesta. Ruotsalais-toimittajia tutkittuaan he toteavat, että toimittajien ammatillinen moraalidiskurssi rajautuu ammatin

ja organisaatioiden yhteisiin normeihin, eikä työhön liittyvissä moraalikysymyksissä perusteluja haeta juurikaan yleisinhimilliseltä puolelta. (Ks. luku 4.1.2.)

Tämä havainto tuli mieleen, kun kuunteli iltapäivälehtien toimittajien kertovan suhtautumisestaan onnettomuusjuttujen tekemiseen. Monet toimittajat kertoivat, kuinka vaikeaa ja itseä järkyttävääkin työ voi olla. Silti se on hoidettava jollakin tavalla rutiinilla.

Jos siis moraalilla on toimittajan professionaalisuuden piirissä, niin ovat myös tunteet. Kuten ei toimittajan työssä tehdä päätöksiä vain yksityisen ”ihmisenä olemisen” moraalien varassa, ei myöskään voi olla täsmälleen samalla tavalla tunteva kuin siviilielämässä. Vaikka toimittajat kertoivat olevansa hienotunteisia, on onnettomuuksiin ja sen uhreihin kuitenkin suhtauduttava jollakin tavalla materiaalina. Jos toimittaja syöksyy pohjattomaan tunnekuuhuun, ei työnteko onnistu. Jos siis professionalisoituneeseen moraaliiin kuuluu olla askeleen kovempi kuin siviilielämässä, niin kuuluu myös professionalisoituneeseen tunne-elämään. Kumpikaan seikka ei silti tarkoita, että vaikeisiin asioihin pitäisi suhtautua välinpitämättömästi tai tunteettomasti.

Onnettomuusjournalismi näyttäytyi aineistossa kaiken kaikkiaan melko hankalana kysymyksenä, eikä onnettomuusjuttujen tekemisestä juuri nautittu. Kunnioittavaa ja hienotunteista suhtautumista korostettiin, mutta joillakin toimittajilla vaikutti silti olevan varsin kylmä suhtautuminen onnettomuusjuttujen tekemiseen. Onkin hyvä muistaa, että onnettomuuksien uhreja ja uhrien omaisia voi tuskin koskaan kunnioittaa liikaa.

Onnettomuusjournalismista puhuttaessa esiin nousi monesti myös se, että toimittajat eivät haluaisi haastatella onnettomuuksien tai rikosten uhrien omaisia. Usein kuitenkin tuotiin julki, että jos esimerkiksi onnettomuus on merkittävä, on näin tehtävä. Tällaisesta linjauksesta tekee äärimmäisen epäselvän se, että merkittävyyden määrittely ei ole yksiselitteinen asia. Jonkinlainen oikea nyrkkinsääntö aiheesta saattaisi helpottaa toimittajienkin työtä.

## **8.5. Toimittajan työn tulevaisuus**

Johdannossa pohdin, että jos yhä useammat tiedotusvälineet muuttuvat iltapäivälehtimäisiksi, sitä useampien toimittajien työ muistuttaa iltapäivälehtien toimittajien työtä. Pohdinta oli kärjistystä, mutta kiihtyvän kaupallistumisen myötä toimittajan työn ehdot saattavat muuttua. Välineeltä voidaan odottaa aina vain suurempaa voitontuottoa, jolloin yhä useampi toimittaja joutuu pohtimaan journalististen ja kaupallisten arvojen suhdetta työssään.

Helpottava tieto tämän tutkielman perusteella on, että iltapäivälehdessäkin toimittajia kiinnostavat enemmän muut arvot kuin halpahintainen yleisön kosiskelu. Journalismin voi sanoa olevan niskan päällä. Tämän perusteella toimittajan professio nykymuodossaan ei ole vaarassa. Haastatelluille toimittajille esimerkiksi totuus oli tärkeämpi arvo kuin sensaationhakuisuus.

Iltapäivälehtien toimittajien perusteella voi ennakoida, että tulevaisuudessa toimittajien pitää artikkelissaan yhä paremmin välttää tylsyyttä. Kiinnostavuus on entistä tärkeämpi uutiskriteeri, mutta kiinnostavuus on paitsi aihevalintaa myös ulospanoa ja näkökulmia. Tämä voi tarkoittaa positiivisiakin asioita: esimerkiksi talousjournalismin lukijaa ei saisi enää uuvuttaa vaikealla jargonilla ja harmailla valokuvilla pukuihin pukeutuneista miehistä. Perinteiseen vaikeiden alojen journalismiin populaarimpi ote voisi tuoda tarvittavaa piristystä. Ylipäänsä tylsyyden karttaminen ei ole välttämättä paha asia ja euronkuvat silmissä tapahtuvaa yleisön nuoleskelua. Se voi olla parempaa yleisön palvelemista ja tuoda myös toimittajan työhön haastetta.

Edellisessä luvussa käsittelin haastattemieni toimittajien suhdetta tunteisiin. Aineiston perusteella toimittajan työn voikin tulevaisuudessa olettaa olevan tunnekylläisempää ja ihmisläheisempää. Iltapäivälehtien toimittajien työ on aineiston perusteella tunnekirjoltaan kuin lehti itsessään: siihen kuuluu surua, iloa, suuttumusta, pettymyksiä ja järkytyksiä. Ihmisläheisempi kerronta taas tuo osin samoja eettisiä ongelmia muidenkin toimittajien työhön. Jos muutkin välineet alkavat kaivata onnettomuusutisiinsa yhä enemmän itkeviä omaisia, laajenevat eettisen onnettomuusjournalismin kysymykset nykyistä laajemmalle.

Jos tiedonvälitys muuttuu askeleen sensaationhakuiseksi, myös muut kuin iltapäivälehtien toimittajat joutuvat toimimaan monella rajalla. Vaikeita rajoja on muun muassa yksityisen ja julkisen, kärkevyyden ja valehtelun, tunteisiin vetoavuuden ja mässäilyn, viihdyttävän ja tyhjänpäiväisen sekä rohkeuden ja huonon maun välillä. Rajan ylittämisen lähellä pitäisi toimia, mutta rajaa ei silti saisi ylittää. Tämä voi tuoda hankaluutta ja uudenlaista harkinnan tarvetta toimittajan työhön.

Tärkein iltapäivälehtien toimittajilta saatava opetus on, että journalististen arvojen jatkuvuus on paljon kiinni toimittajista itsestään. Toimittajien ei tule tehdä lehden tai muun tuotteen kaupaksi käymisen eteen kaikkea, mitä yritetään ehdottaa. Iltapäivälehdissäkään toimittajat eivät kokeneet olevansa pääasiallisessa vastuussa lehden kaupaksi käymisestä vaan journalismin tekemisestä. Toimittajat tekevät journalistista työtä, muut hoitavat kauppaamisen.

## 8.6. Kritiikki vs. toimittajat

Kerroin teoriaosuudessa, mistä kaikesta tabloideja tai iltapäivälehtiä on syytetty. On aika saattaa tuo kritiikki ja tekemäni haastattelut dialogiin (Taulukko 1).

KRITIIKKI	PUOLUSTUS
Tabloidit rapauttavat demokratiaa.	Tabloidit vahtivat valtaapitäviä, paljastavat epäkohtia, auttavat ihmisiä ja kertovat kaunistelematta, mikä yhteiskunnassa on vialla.
Tabloidit alentavat yleisen keskustelun tasoa, eivätkä anna tärkeitä tietoa.	Tabloidit ovat lukijoidensa näköisiä. Lehteä tehdään kansalle, ei eliitille.
Tabloidit revittelevät ihmisten yksityisasiota.	Julkisuuteen lähtevät ihmiset hyötyvät julkisuudesta ja tietävät, missä ovat mukana.
Tabloid-lehdissä ei ajatella muuta kuin rahaa.	Lehdenteossa muut arvot ovat tärkeämpiä. Ensimmäisestään tehdään journalismia eikä kauppaa.
Tabloidit yksinkertaistavat asioita.	Asiat esitetään lukijaystävällisesti ja lukijoiden kanssa samalla tasolla pysyen.
Tabloidit vievät huomion pois olennaisesta.	Tabloideilla on omaleimainen tapansa käsitellä asioita, koska ne haluavat erottua muista välineistä.
Tabloidit luovat tarpeettomia kauhukuvia.	Miksi yhteiskunnan nurjasta tai vaarallisesta puolesta tulisi vaieta?

**Taulukko 1:** Taulukon vasemmalle puolelle on merkitty aiemmin tässä tutkielmassa esitetyn pohjalta, mistä tabloid-lehtiä usein kritisoidaan. Oikealle puolelle on kirjattu, miten tutkielmaan haastatellut toimittajat aineiston perusteella vastaisivat kritiikkiin.

Populaarin puolustuspuhe -luvussa esittelin näkemyksiä, joissa populaarijournalismin tärkeyden nähtiin piilevän ennen kaikkea sen vaihtoehtoisuudessa. Populaarilehtien nähtiin olevan ennen kaikkea sorrettujen puolella eliittiä vastaan. Lehdet pysyttelevät lukijan tasolla ja päästävät ääneen ne, joiden ääni ei muuten kuulu.

Aineistossa tuli esiin samantyyppisiä näkemyksiä, joskin suomalaiset iltapäivälehdet eivät niin rajusti eroa muusta journalismista kuin esimerkiksi Yhdysvalloissa. Niinpä ajatus vaihtoehtoisesta julkisesta tilasta ei ehkä ole niin painava.

Kaiken kaikkiaan aineiston perusteella voi sanoa, että haastateltujen toimittajien mielestä kaikki tuntuu iltapäivälehdistä olevan perusteltavissa. Kirkkaimpina johtotähtinä työssä näyttävät toimivan totuus ja lukijan palveleminen. Haastattemieni toimittajien perusajatuksen omasta työpaikastaan voi kiteyttää näin: sanotaan lehdestä mitä sanotaan, mutta ainakin jutut ovat totta ja ihmiset haluavat lukea niitä.

## 9. Lopuksi

Työ on loppusuoralla ja on aika miettiä, mitä olisi voinut tehdä toisin. Suurin ongelma idean keksimisestä lähtien on ollut rajaaminen. Halusin saada iltapäivälehtien toimittajien työstä selville käytännössä katsoen kaiken. Aiheen ilmavuus vaikeutti niin haastattelujen kuin teoriankin tekemistä. Jos olisin etsinyt vastausta yhteen selkeästi rajattuun kysymykseen, työ olisi ollut helpompaa. Toisaalta nyt analyysini muodostui varsin aineistolähtöiseksi, mitä pidän hyvänä asiana. Jos olisin jähdannut vastausta tiettyyn kysymykseen, olisi joitakin mielenkiintoisia puolia voinut jäädä tulematta esiin.

Aivan alkuperäinen suunnitelmani oli tutkia iltapäivälehtien toimittajien etiikkaa. Aihe olisi ollut täsmällisempi, mutta olen tyytyväinen tekemääni valintaan laajemmasta tutkimusaiheesta. Etiikka ei ollut haastatteluissa niin hedelmällinen aihe kuin olin etukäteen ajatellut. En ollut varautunut esimerkiksi siihen, että etiikka on käsitteenä niin moniselitteinen. Mielessäni olisi pitänyt myös olla Ekströmin ja Nohrstedtin muistutukset siitä, miten automaattista toimittajien eettinen ongelmanratkaisu on. Toimittajat vähättelevät eettisen harkinnan osuutta työssään, koska etiikka on työhön niin sisäänrakennettua. Niinpä etiikkatutkimuksissa toimittajille pitäisi esittää hyvin selvärajaisia kysymyksiä. Selkeiden esimerkkitapausten pohtiminen saattaa tuottaa järkevämpiä tuloksia kuin ”millaisia eettisiä ongelmia sinulla on” -tyyppiset kysymykset.

Pyrin tekemään tutkielmaa mahdollisimman tietoisena ennakkoluuloistani. Arvioin ennakkoluuloni tämän työn johdanto-osiossa vähäisiksi, mutta kuitenkin niitä oli. Välillä pelkäsin, että ennakkoluuloisuus muuttuu käänteiseksi eli alankin tehdä kaikkeni, jotta löydän aineistosta ennakkoluulojeni vastaisia tulkintoja. Oman arvioni mukaan näin ei kuitenkaan tapahtunut.

Haastattelin kymmenen toimittajaa, joista kahdeksan oli kotimaan osaston ja kaksi viihdeosaston toimittajia. Aineiston riittävyteen liittyy käsite saturaatio eli kylläntyminen. Kylläntymisellä tarkoitetaan tilannetta, jossa aineisto alkaa toistaa itseään, eikä uutta tietoa enää tule. Tällaiseen kylläntymisvaiheeseen en päässyt aineistonkeruussani, vaan haastattelut tarjosivat hyvin monenkirjvaa materiaalia. Tässä mielessä haastatteluja olisi voinut tehdä enemmänkin kuin kymmenen. Aineistoa olisi myös voinut virkistää jonkun hiljattain iltapäivälehdessä aloittaneen toimittajan haastattelu, koska vasta taloon tullessa osaa parhaiten problematisoida ja kyseenalaistaa talon käytäntöjä ja työtään. Toinen erittäin kiinnostava ryhmä olisivat olleet haastatteluissa usein mainitut esimiehet. Iltapäivälehtien uutispäälliköt ovatkin ryhmä, jota voisi jatkossa tutkia.

Mielenkiintoinen tutkimuksen aihe olisivat myös Suomen viihdetoimittajat. Kuten tekemistäni toimittajahaastatteluista ilmeni, viihdelehtien toimittajat koettiin toimittajakunnan pariaksi. Eräs haastateltava sanoikin, että enemmän niitä graduja pitäisi tehdä Seiskan toimittajista eikä meistä, koska heidän arvoistaan kenelläkään ei ole mitään tietoa. Totta onkin, että viihdelehtien toimittajat ovat iltpäivälehtien toimittajia voimakkaammin uudenlaisten journalististen arvojen mukaan toimivia.

Viimeinen tämän tutkielman herättämä jatkotutkimusidea koskee onnettomuusjournalismia. Vaikka muun muassa tsunamin jälkeen tutkittiin toimittajien kokemuksia onnettomuusjournalismin tekemisestä, on aiheeseen jäänyt vielä kartoitettavaa. Toimittajien kokemusten lisäksi olisi mielenkiintoista tietää, miten onnettomuusjournalismin kohteet ovat kokeneet julkisuudessa esiintymisensä.

## Lähteet

### Kirjallisuus

**Alasuutari, Pertti** (1993). *Laadullinen tutkimus*. Tampere: Vastapaino.

**Baran, Stanley J. & Davis, Dennis K.** (2000). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future*. Belmont: Wadsworth.

**Bauman, Zygmunt** (1997). *Sosiologinen ajattelu*. Tampere: Vastapaino.

**Bird, S. Elizabeth** (1992). *For Enquiring Minds: a Cultural Study of Supermarket Tabloids*. Knoxville: The University of Tennessee Press

**Bourdieu, Pierre** (1984). *Distinction: a Social Critique of the Judgement of Taste*. Lontoo: Routledge & Kegan Paul.

**Bourdieu, Pierre** (1999). *Televisiosta*. Helsinki: Otava.

**Bruun, Lars & Nordenstreng, Kaarle** (1992). Kansainvälisestä oikeudesta journalistietiikkaan. Teoksessa Kaarle Nordenstreng (toim.). *Kansainvälinen journalistietiikka*. Helsinki: Yliopistopaino. 154–164.

**Carter, Cynthia & Allan, Stuart** (2000). “If it Bleeds, it Leads”: Ethical Questions about Popular Journalism. Teoksessa David Berry (toim.). *Ethics and Media Culture. Practices and Representations*. Oxford: Focal Press. 132–153.

**Conboy, Martin** (2002). *The Press and Popular Culture*. Lontoo: Sage.

**Connell, Ian** (1998). Mistaken Identities: Tabloid and Broadsheet News Discourse. *Javnost / The Public* 5(3). 11–31.

**Costera Meijer, Irene** (2001). The Public Quality of Popular Journalism: Developing a Normative Framework. *Journalism Studies* 2(2). 189–205.

**Curran, James** (1991). Rethinking the Media as a Public Sphere. Teoksessa Peter Dahlgren & Colin Sparks (toim.). *Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*. Lontoo: Routledge. 27–57.

**Curran, James** (2002). *Media and Power*. Lontoo: Routledge.

**Dahlgren, Peter** (1992). Introduction. Teoksessa Peter Dahlgren & Colin Sparks (toim.). *Journalism and Popular Culture*. Lontoo: Sage. 1–23.

**Deuze, Mark** (2005). Popular Journalism and Professional Ideology: Tabloid Reporters and Editors Speak out. *Media, Culture & Society* 27(6). 861–882.

**Ekström, Mats & Nohrstedt, Stig Arne** (1996). *Journalistikens etiska problem*. Tukholma: Rabén Prisma.



- Fiske, John** (1992). Popularity and the Politics of Information. Teoksessa Peter Dahlgren & Colin Sparks (toim.). *Journalism and Popular Culture*. Lontoo: Sage. 45–63.
- Fiske, John** (1996). *Merkkien kieli. Johdatus viestinnän tutkimiseen*. Tampere: Vastapaino.
- Franklin, Bob** (1997). *Newszak & News Media*. Lontoo: Arnold.
- Glynn, Kevin** (2000). *Tabloid Culture: Trash Taste, Popular Power and the Transformation of American Television*. Durham: Duke University Press.
- Gripsrud, Jostein** (1992). The Aesthetics and Politics of Melodrama. Teoksessa Peter Dahlgren & Colin Sparks (toim.). *Journalism and Popular Culture*. Lontoo: Sage. 84–95.
- Gripsrud, Jostein** (2000). Tabloidization, Popular Journalism and Democracy. Teoksessa Colin Sparks & John Tulloch (toim.). *Tabloid Tales. Global Debates over Media Standards*. Lanham: Rowman & Littlefield. 285–300.
- Hartley, John** (1996). *Popular Reality: Journalism, Modernity, Popular Culture*. Lontoo: Arnold.
- Heinonen, Ari** (1995). *Vahtikoiran omatunto: Journalismin itsesääntely ja toimittajat*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Heinonen, Ari** (1996). Ihanteet ja arki – journalistien itsekritiikki. Teoksessa Heikki Luostarinen, Ullamaija Kivikuru & Merja Ukkola (toim.). *Sopulisilppuri. Mediakritiikin näkökulmia*. Lahti: Helsingin yliopiston Lahden tutkimus- ja koulutuskeskus. 87–104.
- Hemánus, Pertti** (1990). *Johdatusta tiedotusoppiin. Journalistiikan perusteet, osa 2*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Herkman, Juha** (2005). *Kaupallisen television ja iltapäivälehtien avoliitto. Median markkinoituminen ja televisioituminen*. Tampere: Vastapaino.
- Hirsjärvi, Sirkka & Hurme, Helena** (2001). *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hoikkala, Tommi** (1989). Puhuja, tilanne ja konteksti. Teoksessa Tommi Hoikkala (toim.). *Kieli, kertomus, kulttuuri*. Helsinki: Gaudeamus. 174–183.
- Huovila, Tapani** (2002). Lööppi iskee aikamme julkisuuteen. Teoksessa Touko Perko, Raimo Salokangas & Heikki Luostarinen (toim.). *Median varjossa*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, Mediainstituutti. 196–215.
- Journalistin ohjeet**. Journalistiliiton opiskelijaseminaarissa 12.11. 2004 jaettu tuloste. Ohjeet internetissä osoitteessa <https://www.journalistiliitto.fi/Resource.phx/sivut/sivut-journalistiliitto/pelisaannot/journalistinohjeet/uudet.htx>.
- Kantonen, Anu & Lehtonen, Mikko** (2005). ”Joskus on kiva olla vähemmän aikuinen”: Kulttuuriset määrittelyvallan siirtymät ja julkisen puhuttelun areenat. *Tiedotustutkimus 2/2005*. 4–27.
- Karppinen, Kari** (2005). Mediadiversiteetti ja mittaamisen politiikka. *Tiedotustutkimus 2/2005*. 28–43.

- Karvonen, Erkki** (2006). Karpelan kujanjuoksu ja hutkivat journalistit. Teoksessa Laura Ruusunoksa (toim.). *Journalismikritiikin vuosikirja 2006*. Tampere: Journalismin tutkimusyksikkö. 8–20.
- Kivikuru, Ullamaija & Rantanen, Terhi** (2001). Uutisvälitys. Teoksessa Kaarle Nordenstreng, Kaarle & Osmo A. Wiio (toim.). *Suomen mediamaisema*. Porvoo: WSOY. 132–154.
- Kivivuori, Janne & Kemppi, Sari & Smolej, Mirka** (2002). *Etusivujen väkivalta. Väkiältä ilta-päivälehtien etusivuilla, todellisuudessa ja ihmisten peloissa 1980 – 2000*. Helsinki: Oikeuspoliittinen tutkimuslaitos.
- Koljonen, Kari & Kunelius, Risto** (2005). On vain yhteinen suru. Teoksessa Juho Rahkonen (toim.). *Journalismikritiikin vuosikirja 2005*. Tampere: Journalismin tutkimusyksikkö. 34–58.
- Kosonen, Laura** (2006). Hymy-lehti loi suomalaiset juorumarkkinat. Teoksessa Laura Ruusunoksa (toim.). *Journalismikritiikin vuosikirja 2006*. Tampere: Journalismin tutkimusyksikkö. 21–27.
- Kunelius, Risto** (1998). *Viestinnän vallassa. Johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin*. Porvoo: WSOY.
- Kunelius, Risto** (2000). *Hyvä journalismi? Keskusteluja kiinnostuneiden ja kokeneiden kansalaisten kanssa*. Helsinki: Suomen Journalistiliitto.
- Kytömäki, Juha & Savinen, Ari** (1993). *Terveisiä katsojilta. Palautetutkimuksen televisiota koskevien keskustelujen analyysi*. Helsinki: Yle, Tutkimus- ja kehitysosasto.
- Langer, John** (1998). *Tabloid Television: Popular Journalism and the "Other News"*. Lontoo: Routledge.
- Leino, Pentti** (1989). Kieli ja maailman hahmottaminen. Teoksessa Tommi Hoikkala (toim.). *Kieli, kertomus, kulttuuri*. Helsinki: Gaudeamus. 26–51.
- McChesney, Robert W.** (1999). *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*. Urbana: University of Illinois Press.
- Melin-Higgins, Margareta** (1996). *Pedagoger och spårhundar: En studie av svenska journalisters yrkesideal*. Göteborg: Göteborgs universitet.
- Merrill, John C.** (1997). *Journalism Ethics: Philosophical Foundations for News Media*. New York: Saint Martin's Press.
- Mäkipää, Leena** (2004). *Henkirikos Ilta-Sanomissa. Journalistisen kulttuurin murros ja rikosjournalismi*. Espoo: Poliisiammattikorkeakoulu.
- Mörä, Tuomo** (1998). Johdanto: Murros? Murros! Teoksessa Anu Kantola & Tuomo Mörä (toim.). *Journalismia! Journalismia?* Porvoo: WSOY. 13–18.
- Nieminen, Hannu & Pantti, Mervi** (2004). *Media markkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen*. Helsinki: Loki-kirjat.
- Nohrstedt, Stig Arne & Ekström, Mats** (1994). *Ideal och verklighet: Nyhetsjournalistikens etik i praktiken*. Örebro: Högskolan i Örebro.

- Paloheimo, Heikki & Wiberg, Matti** (1997). *Politiikan perusteet*. Helsinki, Porvoo: WSOY.
- Pietilä, Veikko** (1997). *Joukkoviestintätutkimuksen valtateillä. Tutkimusalan kehitystä jäljittämässä*. Tampere: Vastapaino.
- Pietilä, Veikko** (2005). Kansalaisvaikuttaminen ja julkinen keskustelu. *Yhdyskuntasuunnittelu*. 1/2005. 90–95.
- Postman, Neil** (1987). *Huvitamme itsemme hengiltä: Julkinen keskustelu viihteen aikakaudella*. Helsinki: WSOY.
- Raittila, Pentti** (1996). *Uutinen Estonia. Kriisiviestintä ja journalismin etiikka koetuksella*. Tampere: Tampere University Press.
- Ramonet, Ignacio** (2001). *Median tyrannia*. Helsinki: WSOY.
- Reunanen, Esa** (2003). *Budjettijournalismi julkisena keskusteluna. Tekstianalyttisiä näkökulmia suomalaiseen ja ruotsalaiseen budjettikirjoitteluun*. Tampere: Tampere University Press.
- Rhoufari, Mathieu M.** (2000). Talking about the Tabloids: Journalists' Views. Teoksessa Colin Sparks & John Tulloch (toim.). *Tabloid Tales. Global Debates over Media Standards*. Lanham: Rowman & Littlefeld. 163–176.
- Saarinen, Esa** (1996). *Filosofia*. Helsinki: WSOY.
- Salminen, Arto** (2001). *Paskateoria*. Helsinki: WSOY.
- Salminen, Esko** (1998). *Oivaltava toimittaja. Toimitustyön uudet mallit ja vaatimukset*. Helsinki: Ajatus.
- Sanders, Karen** (2003). *Ethics and Journalism*. Lontoo: Sage.
- Sipponen, Kauko** (1996). Esipuhe. Teoksessa Kaarle Nordenstreng (toim.). *Sananvapaus*. Helsinki: WSOY. 9–10.
- Sparks, Colin** (1992). Popular Journalism: Theories and Practice. Teoksessa Peter Dahlgren & Colin Sparks (toim.). *Journalism and Popular Culture*. Lontoo: Sage. 24–44.
- Sparks, Colin** (2000). Introduction: The Panic over Tabloid News. Teoksessa Colin Sparks & John Tulloch (toim.). *Tabloid Tales. Global Debates over Media Standards*. Lanham: Rowman & Littlefeld. 1–40.
- Thurén, Torsten** (1988). *Ljusets riddare och djävulens advokater. En bok om dem journalistiska yrkesrollen*. Tukholma: Tiden.
- Tommila, Päiviö** (toim.) (1988). *Suomen Lehdistön historia 5*. Hakuteos. Aamulehti–Kotka Nyheter. Kuopio: Kustannuskiila.
- Tulloch, John** (2000). The Eternal Recurrence of New Journalism. Teoksessa Colin Sparks & John Tulloch (toim.). *Tabloid Tales. Global Debates over Media Standards*. Lanham: Rowman & Littlefeld. 131–146.
- Turner, Graeme** (2004). *Understanding Celebrity*. Lontoo: Sage.

**Uskali, Turo** (2003). "Älä kirjoita itseäsi ulos": Suomalaisen Moskovan-kirjeenvaihtajuuden alkutaival 1957–1975. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

**Van Zoonen, Liesbet** (1991). A Tyranny of Intimacy? Women, Femininity and Television News. Teoksessa Peter Dahlgren & Colin Sparks (toim.). *Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*. Lontoo: Routledge. 217–235.

**Von Bagh, Peter & Koski, Markku** (2000). *Lööppikirja*. Helsinki: Like.

**Vuortama, Timo & Kerosuo, Lauri** (1994). *Viestinnän lait ja säännöt*. Karkkila: Kustannus-Mäkelä.

**Zelizer, Barbie** (2000). Foreward. Teoksessa Colin Sparks & John Tulloch (toim.). *Tabloid Tales. Global Debates over Media Standards*. Lanham: Rowman & Littlefeld. ix–xi.

**Örnebring, Henrik & Jonsson, Anna Maria** (2004). Tabloid Journalism and the Public Sphere: a Historical Perspective on Tabloid Journalism. *Journalism Studies* 5(3). 283–295.

## Sanomalehtiartikkelit

**Akkanen, Juha** (2006). Hyvän ja pahan tiedon lööpit. *Helsingin Sanomat* 27.4. 2006. A2.

**Herkman, Juha** (2006a). Murha lööpissä pitää lehden hengissä. *Helsingin Sanomat* 31.3. 2006. C1.

**Herkman, Juha** (2006b). Lööppijulkisuuden etiikasta on voitava keskustella. *Helsingin Sanomat* 7.4. 2006. C3.

**Huuskonen, Matti** (2006). Lehdet säilyttivät lukijansa. *Helsingin Sanomat* 9.3. 2006. A9.

**Pietilä, A-P** (2006). Lööpit eivät ole raaistuneet, eivätkä kaikki rikokset myy. *Helsingin Sanomat* 6.4. 2006. C2.

## Julkaisemattomat lähteet

**Hara, Jyrki** (2002). *Journalistit maailman tulkkeina. Ulkomaantoimittajien katse omaan professioonsa*. Pro gradu. Tiedotusopin laitos. Tampereen yliopisto.

**Huotari, Susanna** (1999). *Kolkuttaako omatunto? Haastattelututkimus uutistoimittajan etiikan ihanteista ja arjesta*. Pro gradu. Tiedotusopin laitos. Tampereen yliopisto.

**Kivioja, Pasi** (2004). *Alaston lööppi. Millaiset uutiset myyvät tabloid-lehtiä – ja miksi? Lähitarkastelussa Ilta-Sanomien lööpit, etusivut ja myyntiluvut vuonna 2002*. Pro gradu. Tiedotusopin laitos. Tampereen yliopisto.

**Kuusela, Teijo** (2005). *Uurit valtavirrassa. Tapaus Myyrmäen etiikka Hesarista Seiskaan*. Pro gradu. Viestintätieteiden laitos, journalistiikka. Jyväskylän yliopisto. Elektroninen aineisto. [http://thesis.jyu.fi/05/URN\\_NBN\\_fi\\_jyu-2005236.pdf](http://thesis.jyu.fi/05/URN_NBN_fi_jyu-2005236.pdf). Sivulla käyty 21.4. 2006.

**Kämppe, Anne** (1989). *Eettinen harkinta uutisjournalismissa. Haastattelututkimus sanomalehti-toimittajien eettisistä ongelmista ja periaatteista*. Pro gradu. Tiedotusopin laitos. Tampereen yliopisto.

**Leino, Piia** (2005). *Toimittajan eettinen harkinta rikos- ja oikeusjournalismissa*. Pro gradu. Tiedotusopin laitos. Tampereen yliopisto. Elektroninen aineisto. <http://tutkielmat.uta.fi/pdf/gradu00571.pdf>. Sivulla käyty 10.4. 2006.

**Leinonen, Pauliina** (2006). *Lööpinkeltainen yhteiskunta. Ilta-Sanomien ja Iltalehden lööpit yhteiskunnan ja sen arvojen peilaajina*. Pro gradu. Sosiologian ja sosiaalipsykologian laitos. Tampereen yliopisto.

**Suonpää, Sanna** (2001). *Liukuhihnatyöläisenä tekstitehtaassa vai käsityöläisenä verstaalla? Toimittajan ammatti-identiteetti*. Pro gradu. Sosiologian ja sosiaalipsykologian laitos. Tampereen yliopisto.

## **Internet-lähteet**

**Harju, Auli** (2002). *Journalistisen työn sääntely ja ammattietiikka*. Journalismin tutkimusyksikkö. Tampereen yliopisto. Elektroninen aineisto. <http://www.uta.fi/jourttutkimus/journalistiliitto.pdf>. Sivulla käyty 17.3. 2005.

**Mainonnan eettinen neuvosto**, Ilta-Sanomien lööppiä koskeva lausunto: [http://www.kauppakamari.fi/kk/palvelut/Mainonnan\\_eettiset\\_ohjeet/fi\\_FI/MEN\\_lausunto\\_37\\_2005/](http://www.kauppakamari.fi/kk/palvelut/Mainonnan_eettiset_ohjeet/fi_FI/MEN_lausunto_37_2005/) / Sivulla käyty 30.1. 2006.

**Rahkonen, Juho** (2005). *Journalisti hyökyaallon harjalla: Aasian katastrofi uutistyön tekijöiden kokemana*. Journalismin tutkimusyksikkö. Tampereen yliopisto. Elektroninen aineisto. <http://www.uta.fi/jourttutkimus/Tsunami.pdf>. Sivulla käyty 5.5. 2006.

## **Liite 1: Haastattelupyyntö**

Hei,

olen tamperelainen tiedotusopin opiskelija ja tekemässä iltapäivälehtiin liittyvää pro gradu -työtä. Graduni aineistona tulee olemaan noin kymmenen iltapäivälehdien toimittajan haastattelua. Pyydän Sinua yhdeksi haastateltavaksi.

Tällä hetkellä on käynnissä prosessi, jossa ennen vain iltapäivälehdille tyypilliset piirteet alkavat yleistyä muussakin mediassa. Puhutaan tabloidisaatiosta, johon liittyvät esimerkiksi kasvanut sensationhakuisuus, skuuppikilpailu ja viihteellistyminen.

Uskon, että monia toimittajia tällainen kehitys hämmentää. Siksi on mielenkiintoista selvittää, miten tabloideissa työskentelevät journalistit kokevat työnsä.

Haastattelu tulee olemaan varsin vapaamuotoinen. Aihepiireinä ovat muun muassa oma työ, ammatilliset ihanteet ja iltapäivälehtijournalismi ylipäätään.

Haastattelu tehdään kahden kesken, ja se nauhoitetaan. Aikaa haastatteluun kuluu korkeintaan kaksi tuntia. Haastateltavat saavat halutessaan pysytellä anonyymeinä.

Otan Sinuun puhelimitse yhteyttä lähipäivinä, niin voimme tarkemmin sopia esimerkiksi paikasta ja sopivasta ajankohdasta. Jos haluat ottaa minuun yhteyttä, puhelinnumeroni on 050 586 0174. Minut tavoittaa myös tästä sähköpostiosoitteesta.

Olisin hyvin kiitollinen haastateltavaksi suostumisesta.

Ystävällisin terveisin,

Hanna Syrjälä

## Liite 2: Haastattelurunko

TAUSTA - koulutus- ja työhistoria, motivaatio tulla alalle

TYÖ - toimenkuva (onko esim. painottunut tiettyihin juttutyyppeihin)

- tyypillinen työpäivä
- viimeisin juttu mahdollisimman tarkasti kuvaten (ideasta työn onnistumisen arviointiin)
- palaute
- ideointi
- työyhteisö
- työn parhaat puolet
- työn huonoimmat puolet
- mistä tietää tehneensä hyvän jutun
- journalistinen vapaus: ideointi, editointi, mahdollisuus kieltäytyä työtehtävästä
- johdon ohjailu, neuvottelun mahdollisuudet, joutuuko napit vastakkain
- mitä muuttaisi omassa työssä
- millainen toimittaja on itse
- tulevaisuus

### ILTAPÄIVÄLEHTIJOURNALISMI

- mitä on iltapäivälehtijournalismi
- kenelle sitä tehdään, kuka lukee ja miksi
- ajatteleeko itse kenelle kirjoittaa
- millaista valtaa / yhteiskunnallista merkitystä iltapäivälehtijournalismilla on
- iltapäivälehtijournalismin vahvuudet / heikkoudet vrt. muut välineet
- hyvä iltapäivälehdessä toimittaja
- oma sosiaalistuminen
- rajojen kokeilu: onko tehnyt niin, mitä siitä seurasi / seuraisi
- arvio oman lehden journalistisesta tasosta: tekisikö jotain toisin

- koko mediakentän iltapäivälehtimäistyminen

## IDENTITEETTI, ARVOSTUS

- arvostetaanko iltapäivälehden toimittajan työtä
- miten näkyy / ei näy
- miten suhtautuu arvostukseen / sen puutteeseen
- mitä yleisimmin kritisoidaan, miten siihen vastataan
- oman ammattikunnan / haastateltavien / yleisön suhtautuminen

## IHANTEET, ETIIKKA

- mitä on hyvä journalismi / mitä ei
- esikuvat, perustelut
- journalismin tehtävät
- yksittäisen toimittajan vastuu journalismin onnistumisessa
- tärkeät arvot / periaatteet itselle toimittajana
- seurausten miettiminen
- eettiset ongelmat työssä, huono omatunto, etiikan paikka arjessa
- millaisessa käytössä Journalistin ohjeet
- mitä ei suostuisi tekemään
- ”tiedot on hankittava avoimesti”: poikkeukselliset tiedonhankintatavat
- onko joutunut painostuksen / houkuttelun kohteeksi kun joku on halunnut vaikuttaa lopputulokseen
- ”sairaus- ja kuolemantapauksista ja onnettomuuksien ja rikosten uhreista uutisoitaessa on aina noudatettava hienotunteisuutta”
- ”yksityiselämään kuuluvia erityisen arkaluonteisia seikkoja voi julkaista vain asianomaisen suostumuksella tai jos niillä on poikkeuksellista yhteiskunnallista merkitystä”



### **Liite 3: Haastatellut toimittajat, jotka halusivat esiintyä nimellään**

H4 Liina Putkonen, Ilta-Sanomat

H5 Pasi Jaakkonen, Ilta-Sanomat

H6 Tuomas Marjamäki, Ilta-Sanomat