

Television valvonnasta juorulehdistöön

Suomen energisimmäksi viikkolehdeksi itsensä määrittelevä A-lehtien Katso uudistui kesäkuussa 2003. Siitä tuli Aller julkaisujen 7-päivää -lehteä muistuttava viikkojulkaisu, jonka sisältö muodostuu nyt pääasiassa mediajulkkisista tuotetuista juoruista. Kannen keikkuva taitto ja räikeät värit potkivat silmille lehtihyllyn paljouden seasta, ja tekstikatkelmien lukeminen lupaa alatyylin, ylilyöntien ja häpeilemättömyyden helppolukuista karnevaalia. Julkisten elämään tunkeutuminen on tuottanut lehteen kahdenlaista kuvastoa: viattomilta ja yllätetyiltä jopa pelästyneiltä näyttäviä ihmisiä sekä näitä kokeenemman näköisiä julkimoita. Toiset hallitsevat itseensä kohdistuvan huomion, mutta toiset näyttävät vain kalpeilta ja kiusaantuneilta. Linnanmäeltä bongatut näyttelijä- tai poliittikkoperheet värjöttelevät kuvissa vieraantuneen näköisinä, mutta monet viihdetaitelijat on saatu poseeraamaan näyttävästi. Toimitus on liimaillut otsikkomaisia huudahduksia kuvien päälle ja yrittää näin ankkuroida kasvoin äärimmäisiä merkityksiä. Huudahdukset avaavat tulkintaa halventamiselle mutta myös melodramaattisille kysymyksille: ”Sisustan halpishuonekaluilla” tai ”Miksi valehtelit, Saana?”, ne kertovat.

Uudistus pölytti sekä perinteistä A-lehtitaloa että suomalaista lehdistöä koskevia käsityksiä. Sekä lehtien sisällöissä että toimituskulttuureissa oli tapahtunut selvästi murros kohti uudenlaista kehitystä. Helsingin Sanomissa (31.8.2003) vanhaa Katsoa muisteltiin uudistuksen jälkeen hiukan kaipaavassa hengessä ”asiallisena mutta tylsäkönä tv-lehtenä.” Entisen televisio- ja elokuvalehden näkyvä siirtyminen julkislehtisegmenttiin ruokki keskustelua skandaalinhakuisten juorulehtien voittokulusta: Seiskan juorulinjan todettiin myyneen alusta asti hyvin ja syöneen tilaa muilta aikakauslehdiltä kuten Seuralta ja Annalta (Turun Sanomat 23.7.2003). Toimittajantyön tulkittiin muuttuneen aiempaa huonompaan suuntaan, ja osa lehden toimittajista halusi ulos muutoksen takia (Journalisti 5.9.2003). Osa jäi kuitenkin lehteen kirjoittamaan televisiota käsitteleviä juttuja, kun juorupuolta rakennettiin pää-

asiassa uuden työvoiman, kuten Avun viihdetoimittajien, varaan. Katson uudistumisen todettiin muovanneen A-lehtiä sisäisesti: esimerkiksi Avun oli nyt A-lehtitalon sisällä helppo luopua julkisjuoruista ja keskittyä kehittymään lukulehtenä. (Helsingin Sanomat 31.8.2003).

Aikakauslehdistön tutkimuksen kentältä kirjoittavan Ullamaija Kivikurun mukaan Suomessa ei oikeastaan ole ollut varsinaisia televisiolehtiä. 1960- ja 70-lukujen kaksi näkyvintä televisiosta kirjoittavaa aikakauslehteä, Yhtyneiden kuvalehtien Antenni ja A-lehtien Katso, ovat alkujaan olleet radioon keskittyviä julkaisuja. Kivikurun mukaan lehdet ovat jatkaneet Maamiehen kalenterin tapaisten julkaisujen kasvattavaa henkeä ja ylhäältä alas tapahtuvaa puhuttelua, vaikka aineisto on vahvasti viihteellistä. (Kivikuru 1996, 63.)¹ Ajatus valistuksen tehtävän toteuttamisesta herättää ristiriitaisia ajatuksia: mitä julkisjuorusta ammentavalla Katsolla on ollut yhteistä valistuksen tehtävän kanssa?

Pyrin tällä kirjoituksella havainnollistamaan sitä, että Katsolla on ollut huomattava merkitys suomalaisen televisiokulttuurissa tapahtuvien muutoksien jäsentäjänä ja moniäänisenä televisiokasvattajana. Siinä missä lehti nyt esittelee Lola Odusogan vamppiuden monia ulottuvuuksia tai sääankkuri Saimi Nousiaisen kauneutta, vielä 1960- ja 70-luvulla sillä oli myös televisiokriittisiä tehtäviä. Katson muuttuminen on vuosikymmenien aikana ollut hidasta ja vähittäistä, ja kesäkuun uudistus piirsi lopulta esiin ehkä vain hyvin pitkään jatkuneen kehityksen. Mitä juorun voittokulku käytännössä tarkoittaa? Mitä Katson muodonmuutoksen mukana on mahdollisesti menetetty? Pohdin kysymyksiä lähilukemalla 1960- ja 70-lukujen Katsoa ja analysoimalla erityisesti lehdessä käytyä keskustelua televisiokuuluisuuksista. Vertaan kirjoittelua uudistuneeseen lehteen Käytän uudistuneen Katson viittauskohteena yhtä numeroa, Katso 34/2003.

Median vartijan rooli ja julkkispörssi

Uudistunut Katso määrittelee itsensä A-lehtien verkkosivuilla ”avaimeksi, oveksi ja portaaliksi viihdemaailmaan”.² Vielä 1960- ja 70-luvuilla se oli moniääninen aikakauslehti, joka tarjosi lukijalleen välinespesifiä näkökulmaa televisioon. Se julkaisi myös hyvin laaja-alaisesti televisiota, viihdettä, urheilua, elokuvaa, radiota, suomalaista arkea ja juhlaa käsitteleviä artikkeleita, pikku-uutisia sekä erilaisia ilmoitus- ja kyselypalstoja. Lisäksi lehdessä julkaistiin televisiokritiikkiä., Uudistus pyyhki sen tieltään lähes tyystin. Vanhassa Katsos-

sa oli huomionarvoista ja kiinnostavaa se tapa, jolla lehti rinnasti ja törmäytti erilaisia televisiota koskevia näkemyksiä: Televisiokriitikoiden äänien rinnalle nostettiin suuren yleisön mielipiteitä, ja kulttuurieliitin määrittelemät televisio-kerronnan ihanteet saivat olla ristiriidassa suuren yleisön odotuksien ja toiveiden kanssa.

Katson tutkiskeleva ja osittain kriittinenkin näkökulma ei sulkenut pois kuuluisuuksista kirjoittamista ja kehittyvään julkisjournalismiin osallistumista. Katso jakoi kuuluisuuksista kirjoittamisen kenttää muun lehdistön – kuten iltapäivälehdistön ja naistenlehtien – kanssa, mutta aiheeseen pyrittiin löytämään television osalta kriittistä näkökulmaa. 1970-luvun alussa käytiin monopolivista keskustelua televisiossa esiintymisen vaatimuksista ja välineeseen liittyvästä julkisarvosta. Televisiolla uskottiin olevan merkittävä vastuu yksityishenkilöiden maineen tuottajana. Joidenkin todettiin aloittaneen uransa televisiossa ja sen tuottaman kuuluisuuden turvin päätyneen johtaviin asemiin politiikassa tai muualla television maailman ulkopuolella.³ Television todettiin tuottavan oman henkilöstön sisällä ”linssiluteita”, jotka saattoivat ryvettää television uskottavuutta viestintävälineenä. Television tulevaisuuden kehitystä arvioitiin vakavaan sävyyn: välineen ”tiedottajatehtävän” kehityksen kannalta ei ollut hyväksi, että televisio samastetaan julkistehtaaseen. (Katso 16/71.)

Myös television ja kansansuosion suhdetta pohdittiin, esimerkiksi vuoden 1974 keväällä, kun Telvis-kilpailun kansansuosikit oli valittu jokavuotisessa äänestyksessä. Pääkirjoituksessa todettiin, että televisio tuottaa sekä tähdenlentoja että julkisuuden kiintotähtiä:

Usein tuntuvat riittävän pelkät huomion herättäminen, erikoinen esiintyminen ja suuret katsojaluvut. Televisio tarjoaa kieltämättä tilaisuuden myös tällaisille tähdenlennoille, jotka tulevat, menevät ja unohtuvat yhtä nopeasti.. Olisi kuitenkin anteeksiantamattoman epäoikeudenmukaista laskea heidän kepeyttään julkisuuden kiintotähtien viaksi. Persoonallisuus, luonnollinen ja avoin esiintyminen sekä oman minuuden säilyminen läpi vuosien studiovalojenkin paahteessa ovat kestävänsä suosion perustana. (Katso 7/74.)

Televisiojulkikkien tuottamista koskevassa keskustelussa Katso-lehden merkitys television kehityksen vartijana tuli hyvin selvästi esiin. Kuuluisuutta koskevat skeptiset puhelijat ovat jo varhaisessa mediahistoriassa ilmentäneet epäilystä mediankoneistojen keinotekoisuutta ja niiden toiminnan omalakiisuutta kohtaan. On huomattavaa, että juuri lehdistöllä on ollut huomattava

rooli näiden epäilysten ilmaisijana (vrt. Gamson 1994). Osa skeptisyyttä ilmaisevista puhetavoista ei kuitenkaan toimi kovin hyvin varsinaisen media-kritiikin tehtävässä: esimerkiksi sen pohtiminen, onko joku turha julkis vai ei, ei varmasti avaa mitään kriittistä näkökulmaa median vallan tai kasvavan mediavälitteisyyden tarkasteluun.

1960- ja 70-luvulla Katsossa arvioitiin paitsi ohjelmia, myös yksittäisten esiintyjien, toimittajien, näyttelijöiden ja heidän esittämiensä roolihahmojen suosion tai epäsuosion syitä. Yleisön epäilyksistä, inhosta ja halveksunnasta tuli merkittävä kirjoittelua ylläpitävä voima. Marketing Radarin tekemiä tutkimuksia ohjelmien suosiosta julkaistiin joka kuukausi, ja niissä otettiin huomioon myös epäsuositujen ohjelmien selvittäminen. Äänestysten tai yleisö-palautteen pohjalta laaditut suosikkilistat nostivat lehteä lukijan tueksi ja esitivät, että hänen valinnoillaan on väliä. Tässä suhteessa inhottujen ohjelmien ja esiintyjien määrittelemine oli yhtä tärkeää kuin suosikkien kartoitus. Katson lukijakirjepalsta toimi suorana mielipiteen palauteväylänä ja kansan kritiikin esittämispaikkana, josta on luettavissa aikakauden ihanteita ja tarve neuvotella kansallisten esikuvien arvosta. Se piti yllä myös median valvonnan tehtävää: ”Kiitos Timo T.A. Mikkoselle” tai ”Hyvä Spede” -terveiset pitivät yllä kuvaa siitä, että televisio ei nosta kuuluisuuteen sattumanvaraisesti ketä tahansa, vaan julkisuuteen nousevat lopulta ne jotka ovat suomalaisten suosion ansainneet.

Kuuluisuuteen vaikuttaminen osoittautui merkittäväksi lukijaa puhuttelevaksi vieheeksi, jonka ympärille osattiin rakentaa myös mediahuomiota herättäviä kilpailuja ja tapahtumia. Katso alkoi organisoida katsojien suosikkiäänestyskisaa Telvistä jo vuonna 1962. Ensimmäisessääänestyskissä ääniä annettiin tosin vain noin tuhat, mutta vuonna 1992 kisaan osallistui jo 110 000 suomalaista. Käytäntö pyrki takaamaan ”kansalaisille oikeuden sanoa mielipiteensä omista suosikkiohjelmistaan ja esiintyjistään” (Katso 7/92).

Telvis-kisa ilmensi ja tuotti television tähtikulttia, mutta sen pohjalla on erotettavissa myös muita intentioita. Aikakauslehdille julkiset tapahtumat ovat olleet tärkeä keino rakentaa yhteisöllisyyttä lukijoiden keskuuteen. Telvis avasi lukijalle kuvitellun linkin kasvavaan televisionkatsojajoukkoon, jonka mielipiteen arvoa korostettiin. Telviksen kautta Katso linkitti itseensä myös huomattavia, suomalaisuutta koskevia arvoja ja ihanteita. Toisaalta Telvis toteutti myös kuuluisuuden ja laajemmin mediajulkisuuden vartioinnin tehtävää kansanläheisin painotuksin: lehden kautta lukevan yleisön esitettiin voivan vaikuttaa ohjelmien suosioon sekä kuuluisuuteen nousemiseen ja siellä säilymiseen.

Televisiokuuluisuuden perusteita mitattiin Katsossa monesta näkökulmasta: käymällä läpi näyttelijöiden biografioita ja toimittajien koulutustaustaa sekä tekemällä jopa katugallupeja. Television yleistymisen kaudella tällä oli huomattava merkitys: yleisöä vakuutettiin siitä, että televisiosta on kehitymässä valvottu viestintäväline, jonka ohjailussa myös kansanläheisyys otetaan huomioon. Se ei tulisi toimimaan suurten mediakoneistojen tapaan – kuten Hollywoodin tähtitehdas, johon viitattiin 1960- ja 70-lukujen tähtiartikkeleissa ja jonka ”tähtimyyttä takovaa koneistoa” ihmeteltiin vieroksuen ja toisaalta myös ihailien (Katso 45/71). Katso laati amerikkalaisista elokuvanäyttelijöistä henkilökuvia tähtikulttuurista tunnettujen stereotyyppien varaan ja esitteli ”platinavamppeja” (Jean Harlow) ja ”sotapoikien makupaloja” (Jane Russell) kuvavoittoisesti. Kaavamaisuus, stereotyyppisyys ja persoonattomuus olivat amerikkalaista massakulttuuria kuvaavia piirteitä, joiden vastavalossa suomalaisia televisiota esiteltiin vielä varsin optimistisessä, mutta kuitenkin kriittisessä hengessä.

Ruudun ja maineen taakse

Vartijan ja kriitikon rooli ei kuitenkaan estänyt Katsoa osallistumasta myös tunnettujen televisiokasvojen yksityiselämän esittelyyn. Katso katselee -palsalla raportoitii säännöllisesti paitsi ohjelmia, myös toimittajien elämäntunteita ja televisiokuuluttajien vauvauutisia. Katso kirjoitti esimerkiksi Teija Sopasen vihkiytymisestä ja raportoi lukijoilleen häistä, jotka pidettiin Tukholmassa. ”Me olemme iloisia siitä, että Telvis-tyttömmme sai sormuksen sormeen”, lehdessä todettiin. Samassa jutussa viitattiin myös muiden lehtien juorupalstoihin, joihin oli tihkunut tietoja Teijan rakkaussuhteesta. (Katso 10/71.) Televisiojulkisten yksityisyyteen pureuduttiin Katsoa voimakkaammin televisiolehtien ulkopuolella, erityisesti naistenlehdissä, joissa kuuluisuuksia koskeva puhetapa oli muuttunut 1960-luvun kuluessa entistä uteliaammaksi ja vaativammaksi (Malmberg 1991, 229-30 ja Saarenmaa 2003).⁴

Sopasta koskeva kirjoittelu viittaa paitsi hillittyyn etäisyyteen, myös professionaaliin kiinnostukseen televisiotyötä kohtaan. Vuonna 1974 kansakunnan Telvis-tyttö jätti televisiotyön, ja tätä kunnioitettiin Katsossa mittavalla kuvakavalkadilla. Jutun leipätekstissä tartuttiin myös siihen epäkohtaan, että Sopasen kykyjä ei ollut television johdossa otettu vakavasti. *Kun Teija pyysi lisää töitä, hän sai pastillin. Hänen ideoitaan ei ehditty kuunnella. Siksi hän kyllästyi*, Katso kertoi. 1970-luvulla Katsosta kehittyi myös luonnollinen foorumi sen

pohtimiselle, miten suosio vaikuttaa televisionäyttelijöiden ja toimittajien ammatti-identiteettiin ja yksityiselämään. Näiden juttujen osuus alkoi lisääntyä 70-luvun puolivälissä.

Katso tarjosi lukijalleen takahuoneet ja esityksen keinotekoisuuden paljastavaa näkymää televisioon esittelemällä esimerkiksi toimituksia, puvustamoja ja väristudioin toimintaa. Vielä 1960- ja 70-luvuilla Katson suhde televisio-kuuluisuuteen oli samanlainen: lehti asettui enemmän purkamaan kuin mystifioimaan kuuluisuutta. Kirjoittelussa onnistuttiin yhdistämään suuren yleisön julkiksiin kohdistama mielenkiinto ja television kehityksen seuraaminen. Esimerkiksi ristiriitaista ja kiivasta keskustelua herättänyttä kansansuosikkia Timo T.A. Mikkosta tarkasteltiin mahdollisena ”tekotuotteena”, mutta lopulta hän voitti laskelmoivalla esiintymisellään ja huomiohakuisuudellaan puolelleen huomattavan osan suomalaisesta televisioyleisöstä (Katso 40/71). Mikkosen keskusteluohjelman ja hänen mediapersoonansa aiheuttaman kiivaan keskustelun taustalla oli kaupallisin perustein toimivaan televisioon kohdistuvat varaukset, ja Mikkonen saikin ajan televisiokritiikissä Mainos-television tuottaman tähdenlennon maineen. Hänen ulkonäköään ja puukeutumistaan kommentoitiin ahkerasti Katsossa, ja lehti avasi lukijoilleen myös puvustamon näkökulman siihen, miten tätä ”hoikkaa poikaa” puetaan (Katso 2/74).

Uudistunut Katso moraalin ja ulkonäön markkinoilla

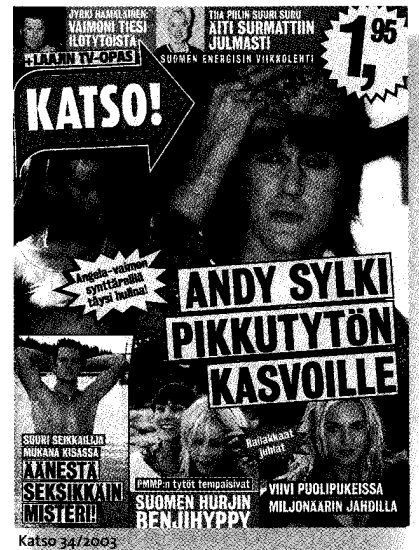
Vielä 1970-luvun alussa Katso kunnioitti Teija Sopasen tapaisten kansansuosikkien professionaalisuutta ja tuotti hyvin hillittyä kuuluisuuden auraa heidän ympärilleen. Uudistuneessa Katsossa ammattilaisuuden näkökulma on vaihtunut juorusegmentin mukanaan tuomiin painotuksiin. Tämä tekee lehdestä räikeän julkispörssin myös television osalta. Uutistenlukijat ja kuuluttajat esiintyvät muiden julkimojuorujen seassa. Esimerkiksi Nelosen uutistoittoittaja Viivi Avellan esiintyy Mr.Finlandin, Virve Rostin, Tiktrak-tyttöbändin ja Henry Saaren rinnalla julkisjuoruissa. Lehti raportoi ”kaunottaren” bailanneen muiden julkkisten kanssa Kaivopuistonrantaan kiinnitettyssä luksusvenessä.

Katso on siirtynyt lainaamaan käytäntöjä, jotka on journalismin tutkimuksessa yleensä sijoitettu tabloidijournalismin: ylentämisen ja alentamisen vuorottelevat käytännöt representoivat kuuluisuuksia television saippuaopperan tavoin (vrt. Kyrölä 2002). Televisio näyttäytyy maineen tuottamisen arena-

na, jossa kannuksensa hankkineiden henkilöiden ”julkkisarvoo” tarjotaan lehdessä haastavaa näkökulmaa ja joka asetetaan yleisön seurannan kohteeksi. Julkkisarvon haastaminen ei tapahdu mediakriittisessä hengessä, vaan vilauttelemalla uhkakuvaa henkilön moraalista lankeamisesta (vrt. Connell 1991, 244-45).

Katsossa moraalisen lankeamiseen uhkakuva muodostuu joskus vain pelkän vihjailun avulla, ja uutiseksi riittää julkisuudessa tapahtunut ”irroittelu”, ”hippaaminen” tai ”joraaminen”. Verbimaininnat on liimattu huudahduksiksi julkimoiden kuvien päälle. Kuten skandaalikirjoittelussa usein on tapana, lukijalle myydään lopulta vain pelkkää vihjausta. Esimerkiksi otsikon *Viivin kovat venebileet* lukeva voi kuvitella humalaisen Avellanin juppiveneeseen muiden julkisten sekaan, mutta lyhyt uutisteksti kertoo toista: Avellan oli pysytellyt hytissä, ja hänet oli nähty vain kerran käymässä veneen kannella. Tunnustustarinat – kuten Jyrki Hämäläisen haastattelu *En häpeä huorissa käymistäni* – puolestaan juhlivat kuvaamalla avoimesti moraalista rappiotarinaa ja yhdistelemällä siihen erilaisia julkkisjuoruja. Katson moraalista universumia rakennetaankin lankeamisen prosessin kuvaukseksi: sekä suurten että pienten julkisten lankeamisen mahdollisuudella spekuloidaan, ja Jyrki Hämäläisen kaltaisten, jo aikaa sitten langenneiden julkisten rypeneisyydellä juhliitaan. Hämäläisestä rakennetaan irstailijaa hyvin stereotyyppisesti, eli liittämällä häneen sikari ja pari vaaleaa naista.

Uudistuneen Katson lähiluku paljastaa seksikkyydelle annetun arvon, ja ulkonäön osuus on myös televisiojulkiksia koskevissa jutuissa visuaalisesti etualalla. Naisjulkisten ulkonäkö voidaan asettaa seksistisesti tietämisen ja taitamisen vastapariksi. Esimerkiksi Nelosen Play-peliohjelman juontaja, entinen missi Pirita Hannula esittää lehdessä toiveensa siitä, että työn saantiin ovat vaikuttaneet muutkin tekijät kuin ulkonäkö. Lehden paljasta pintaa kunnioittavat värikuvat asettavat vienon toiveen kuitenkin kyseenalaiseksi: ”Koulutytömmäiseksi” luonnehdittu Hannula esitetään kauniina ja hymyilevänä, ja kuvan rajaus korostaa ylävartaloa, samoin kuin Viivi Avellanin kuvan rajaus. Kuvateksti mitätöi Hannulan osuutta televisiotyössä: hänen annetaan todeta, että juontaessaan ohjelmaa hän jättää ”pelin tietopuolen kahdelle juontaja-



kaverilleen”. (Katso 24/2003) Herää kysymys, mitä Pirita Hannula sitten ohjelmassa lopulta on tehnyt. Onko hän siis hymyillyt kahden asiantuntijamiehen rinnalla? Hannulan lausunto rinnastuu riemullisesti menneisyyden vaippamainokseen, jossa haastatellaan vauvaa: siinä lapsi saa kertoa siitä, kuinka hän vain juo ja pissaa, kun ”muut saa selittää.”

Kritiikki rajoittuu uudessa Katsossa televisioelokuvien arvosteluun, ja *Viiikon valinnat* -palstalla ja ohjelmatietojen reunassa esitellään lyhyesti televisio-ohjelmia, kuten sarjoja ja dokumentteja. Arvottava ero kahden välillä on selvä: elokuvat arvostellaan tähtikäytännön mukaisesti, mutta televisio-ohjelmista riittää useimmiten kuvaileva esittely.

Uudistunut Katso nojaa näkyvästi lukijoille avattuun yhteyteen ja on tehnyt yleisökeskeisyydestä osan lehden identiteettiä. Esimerkiksi Jupe Tuomolan julkisjuorupalsta perustuu lukijoille avattuun linjaan: kilpailuissa ja äänestyksissä lukijat voivat vaikuttaa suoraan tähtien tuottamiseen. Jos kirjoittelua vertaa vuosikymmenten takaiseen, voi huomata, että muutos on jokseenkin selvä: ulkonäkö ja seksikkäisyys on nostettu keskeiseksi teemaksi. Esimerkiksi numerossa 34/2003 lukijat voivat ratkaista sen, kuka on seksikkäin Mr. Finland -finalisteista.

Lopuksi: taloudellisia tosiasioita ja menetyksiä

Katso rakensi varhaista rooliaan televisiokulttuurin moniääniseksi valvojaksi. Kuuluisuutta koskeva kirjoittelu oli jännitteistä: lehti oli tuottamassa uusia julkiksia ja kierrättämässä jo tunnettuja persoonallisuuksia, mutta lehti osallistui myös kasvavan ”tähtikultin” kritiikkiin. Näin Katso sekä tuotti mediakuuluisuutta että tarkasteli sen tuottamisen ehtoja aikalaiskriittisesti. On huomattavaa, että lehden puhetavoissa kriittisyys ei sulkenut pois kansanläheisyyttä ja populaaria.

Televisiokritiikin osuus on kutistunut uudistuneessa Katsossa muodolliseksi, eikä lehdestä ole enää löydettävissä mediaspesifiä, erityisesti televisiosta kiinnostunutta näkökulmaa. Sen antama kuva televisiotyöstä on pirstaleinen, käsikirjoittajien ja näyttelijöiden irtohuomioihin perustuva, ja lisäksi lehti korostaa seksistisin painotuksin ulkonäön ja kuuluisuuden merkitystä. Toimituksen kriittistä tai vähintään analyttistä ainesta korvaa nyt lukijoille avatun juorulinjan sato, jota täydennetään juorujen taustoituksella. Katso on nyt rakentanut identiteettinsä julkisjuorun varaan ja siirtynyt jakamaan samaa puhevaruutta muun julkiskirjoittelun kanssa. Lukijoiden mieltymyksiä ei enää

tarvitse kartoittaa monia näkökulmia yhdistävien keskustelujen avulla, eikä heihin etsitä enää yhteyttä me-puhuttelulla tai yhteishengen tuottamisella.

Katson uudistuksen taustalta löytyy taloudellisia tosiasioita: levikkikato ja tarve reagoida koko A-lehtien kaventuneeseen liikevoittoon. A-lehtien toimitusjohtaja Vesa Mars pyrki nostamaan lehden myyntiä tuomalla lehtitalonsa näkyvästi mukaan julkislehtisegmenttiin. Vaikka Katsolla oli Marsin mukaan ennen uudistusta jo 60 000 kappaleen levikki, kannattavaan viikko-lehteen tarvittiin 100 000 kappaleen myyntiä. (Helsingin Sanomat 31.8.2003). Aller Julkaisujen Seiskan menestys antoi mallia: levikki oli kahdessa vuodessa kasvanut 25 000:lla. Turun Sanomissa Aller Julkaisujen johtaja ihmetteli sitä, miten muilta lehtitaloilta kesti näinkin kauan havaita viihdelehtien markkinaetu.

Katson valitsemaa linja kritisoitiin Journalismin päivillä 2003: median julkiskilpailun paineissa journalismi tulisi erottaa tuotteistetusta viihdeteollisuudesta (Journalisti 5.9.2003). Uudistuneen Katson kirjoittelu herättää kuitenkin kysymyksen paitsi aikakauslehdistöstä, myös televisiota koskevasta muutoksesta: antaako lehti lopulta sittenkään kovin väärän kuvan televisio-kulttuurin kehityksestä? Vielä 1970-luvulla varauksia herättäneestä ”julkiskultista” on tullut mediatalouden yksi huomattavimpia muuttujia, ja televisiokin tuottaa sitä omia painotuksiaan mukaillen. Esimerkiksi Nelonen on profiloitunut itsensä nuorten kaupunkilaisten kanavaksi, ja seksikkyyden on yksi kohderyhmää puhutteleva arvo: Nelonen onkin ottanut sen käyttöön eri tavoin kuin kolme muuta valtakunnallista kanavaa. Pirita Hannulakin esiintyi todella Play-ohjelmassa juontajan tittelillä kahden miesasiantuntijan rinnalla, joten tavallaan Katso vain ammentaa samasta seksismin lähteestä kuin Nelonen.

Katson uudistuksessa on menetetty televisioon keskittyvä, moniääninen aikakauslehti, jonka kansanläheisyydellä ja aikalaiskritiikillä oli huomattavaa kulttuurista arvoa. Onko televisiosta tullut banaali objekti, josta ei löydetä mitään, minkä kehittymistä voisi seurata rakentavassa, ehkä jopa toiveikkaassa hengessä? Vai ovatko verkkosivujen keskusteluryhmät ja sanomalehtien kritiikkipalstat ja liitteet – kuten Helsingin Sanomien Nyt-viikkoliite ja iltapäivälehtien televisiosivut – täyttäneet televisiosta puhumisen kentän niin monialaisesti, että entisen Katson tapaista lehteä ei enää tarvita? Aikakauslehdiksi lukeutuvaa TV-Maailmaakin markkinoidaan pääasiassa Seuran ja Suomen Kuvalehden liitteenä. Onko televisiota koskevien näkökulmien esittely jäänyt muiden lehtien kylkiäisille ja niille harvalukuisille lehdille, jotka puhuvat televisiosta ammatillisesti tai kasvatuksen näkökulmasta? Mihin on jäänyt erilai-

sia näkökulmia niputtava tarkastelu? Kylkiäisten kommentit eivät korvaa menetystä, kuten ei myöskään ivaavan pilkkakirveen heiluttelu sanomalehtien palstoilla. Ehkä viimeistään digikanavien paljous tuottaa tilauksen uudelle, televisiota moniäänisesti ja kriittisesti tarkastelevalle julkaisulle?

FM Sari Elfving on Tampereen yliopiston tiedotusopin laitoksen tutkija.

Viitteet

- 1 Yhtyneet Kuvalehdet julkaisi vuodesta 1936 Yleisradion avustamaa Radiokuuntelijaa, ja vuonna 1965 sen korvasi Antenni. Antenni ilmestyi aina vuoteen 1973 saakka.
- 2 <http://www.a-lehdet.fi/lehdet/lehti/katso/>
- 3 "Onko televisio ponnahduslauta minne vain?" Katso 13/71. Ks. myös Katso 4/72
- 4 Julkkisjournalismin alkua on paikannettu yleisaikakauslehtien osalta jo 1950-luvun lehdistöön: esimerkiksi Avun "juurutäti" Mirja Sassi aloitti ulkomaisten kuuluisuuksien tarkkailun jo vuosikymmenen alussa ja siirtyi pian kirjoittamaan myös suomalaista julkkiksista. (Numminen 2003, 35.)

Lähteet

- Connell, Ian (1991)
Tales of tellyland: the popular press and television in the UK. Teoksessa Dahlgren, Peter and Sparks, Colin (eds.): Communication and Citizenship. Journalism and the Public Sphere in the New Media Age. Routledge. London and New York.
- Gamson, Joshua (1994)
Claims to Fame.
- Kivikuru, Ullamaija (1996)
Vieraita lehtiä: Aikakauslehti ajan ja paikan risteyksessä Helsinki: Helsinki University Press 1996.
- Kyrölä, Katariina (2002)
Playboy-viulisti ja porno-ori. Ruumiillisia rajanylityksiä julkkisesityksissä. Tiedotustutkimus 2/2002
- Numminen, Juha (2003)
Tarina a-lehtitalosta. Otava. Keuruu.
- Saarenmaa, Laura (2003)
Kuka muistaa Liana Kaarinaa? Elokuvatähteys ja seksi 1960- ja 1970-lukujen suomalaisessa populaarijournalismissa. Lähikuva 4/2003