

Tietoisku, tarina vai nähtävyys?

SUOMALAISEN TELEVISIOJOURNALISMIN
MOODEISTA

Usein historian kaarella tehdään liian helpolla yleistyksiä (...). Ilman muuta meillä journalismi on laadukkaampaa tänään kuin kymmenen vuotta sitten.

– Johtaja Ismo Silvo, Yleisradio, *A-talk* -ohjelmassa 4.12.2002 (TV1), jonka teemana oli television viihteellistyminen.

Tyhmentyvä televisio? Keskustelua television viihteellistymisestä on *A-talkin* lisäksi käyty useasti viime vuosina niin sanomalehtien mielipidepalstoilla, poliitikkojen ja mediakriitikoiden kolumneissa kuin akateemisissa julkaisuissa. Huoli median laadusta ja sisältöjen keventymisestä ei ole uutta eikä erityisen suomalaista, ja se myös näyttää pulpahtavan julkisuuteen sykleittäin (esim. Rhoufari 2000). Viihteellistymis- ja tyhmentymisväittämät (*dumbing down*) eivät kuitenkaan ole yksi yhtenäinen syytös huonosta tv-tarjonnasta, vaan ne pitävät sisällään arveluja monen tason muutoksista (Sparks 2000). Ensinnäkin on esitetty, että kaupallisuus ja kiristynyt kilpailu tuovat ruutuun *määrällisesti* lisää viihteellisiä ohjelmia, sillä niiden avulla eri kanavat pyrkivät houkuttelemaan mahdollisimman suuria yleisöjä. Ohjelmistot samankaltaistuvat ja rajallisten resurssien vuoksi niiden laatu heikkenee. Lisäksi on väitetty, että tarjonnan kasvu on osaltaan arkistanut televisiota välineenä, ja että samalla ruutukelpoisten teemojen ja osallistujien kriteerit ovat löyhentyneet ja keventyneet. Toisin sanoen kyse on siitä, että koko *tv-kulttuuri* muuttuu viihteellisemmäksi.

Erityisenä huolenaiheena on tyhmentymiskeskustelussa ollut *tv-journalismi*; se, joutuuko myös perinteinen informatiivinen ohjelmisto kilpailun ja viihteellistymistrendin paineessa muuntumaan. Tässä yhteydessä on puhuttu vakavasta tai "laatujournalismista" ja sen vastakohtana "populaarijournalismista" (esim. Costera Meijer 2001): edellisen pääpiirteitä ovat julkisen alueeseen keskittyminen ja rationaalisuus, jälkimmäiselle ovat tyypillisiä yksityisen alue ja arki sekä tunteet ja kokemukset. Populaarijournalismi on yhtä vanhaa kuin joukkoviestintä eri muotoineen, mutta 1990-luvulta lähtien on enenevässä määrin käytetty *tabloidisaatio*-termiä, myös televisiosta puhuttaessa (Esser 1999; Sparks 2000). Termi on muuntunut iskusanaksi "kenelle kommentaattorille hyvänsä, joka hy-

Journalismin väitetty murros on tuottanut paitsi akateemista tutkimusta, myös runsaasti julkista keskustelua. Erityisen paljon on puhuttu televisiojournalismin keventymisestä, jota pohditaan useimmiten käsiteparien viihteellinen – informatiivinen ja yksityinen – julkinen kautta. Tässä artikkelissa haastetaan dualistinen näkemys testaamalla empiirisesti Mats Ekströmin (2000) mallia televisiojournalismin kolmesta eri moodista. Aineistona on valikoima suomalaisia journalistisia ohjelmia vuodelta 2003.

väksyy tai paheksuu jotain viestimien tai yhteiskunnan kehityssuuntaa” (Esser 1999, 292). Useimmiten sillä tarkoitetaan televisiojournalismin muuttumista tabloidilehtien kaltaiseksi, jolloin esimerkiksi uutiset lyhenevät, lööpit yleistyvät, tyyli väritytty ja kärjistyy, ulkomaan- ja varsinkin politiikanuutisointi vähenee sekä human interest -jutut saavat lisää tilaa (esim. McLachlan & Golding 2000).

Viihteellistymiskeskusteluissa on toistuvasti väitetty, että journalismin rappio johtuu sen painopisteiden kahdensuuntaisesta siirtymästä, yhtäältä informaatiosta viihteeseen, toisaalta julkisen alueelta yksityiseen (Sparks 2000, 12). Tämän väitteen näkyvän varsinkin poliittisessa journalismissa, mutta myös kuluttamiseen ja elämäntapaan liittyvien ohjelmien yleistyksessä. Kuitenkin ruotsalainen journalismintutkija Mats Ekström (2000) esittää, että kaksinaapainen näkemys tiedosta ja viihteestä ei päde, vaan että tämän hetken televisiojournalismissa vaikuttaa kolme eri journalistista perusnäkökulmaa eli moodia: *informaation*, tarinankerronnan ja *attraktion* moodit.

Tässä artikkelissa operationalisoin Ekströmin kolmen moodin mallin ja pyrin siten haastamaan ja laventamaan keskustelua, jossa viihteellinen/informatiivinen ja yksityinen/julkinen -kahtiajaottelut määrittävät journalismin ominaislaatuja ja väitettyä muutosta. Artikkelini on tulosta Helsingin yliopiston viestinnän laitoksen tutorprojektistani (kevät 2004), jonka tavoitteena oli tarkastella väitettä tv-journalismin keventymisestä. Teimme sekä määrällisen aihealueituksen että kuvailevaa laadullista lähilukua teemoista ja toimijoista journalistisissa ohjelmissa viikolla 43/2003. Tarkastelimme myös yksityisen ja julkisen sekä viihteellisen ja informatiivisen rajankäyntiä ohjelmien sisällöissä ja muodossa. Pääpaino oli kuitenkin Ekströmin (2000) mallin hyödyntämisessä. Halusimme kokeilla analyysia, jossa irrottaudutaan dualismeista ja tarkastellaan journalistisia tekstejä Ekströmin (emt.) tapaan toimittajien, toimijoiden ja katsojille tarjottujen asemien muodostamien moodien kautta. (Aslama ym. 2004.) Analyysiin perustuen esitän, että julkisen ja yksityisen sijaan tulisi puhua, julkisen, yksityisen ja yksilöllisen kolmiyhteydestä. Lisäksi väitän, että viihteellinen on ongelmallinen määre kuvaamaan journalismin tai muunkaan televisiosisällön ominaislaatuja.

Suomalainen tv-journalismi 2003

Televisiojournalismin olemus ja rajat ovat tulkintakysymyksiä. Määritelmiin liitetään usein tekijyys eli toimittajan rooli, väittämä reaali maailmaan kytkeytyvästä todenmukaisuudesta sekä uutuusarvo (esim. McNair 1998, 4). Tuonkaltainen yleinen kuvaus antaa tilaa niin muodoltaan kuin sisällöltäänkin hyvin erilaisille ohjelmille. Onkin esitetty, että journalismin viihteellistymiseen kuuluu juuri uusien alalajien synty. Peter Dahlgren (1995, 53–57) on jo vuosikymmen sitten jakanut journalismin perinteisempiin ja uudempiin tyyppeihin. Vanhoiksi journalismin muodoiksi hän lukee *perinteiset uutislähteykset* ja *ajankohtaismakasiinit*, *journalistiset keskusteluohjelmat* (joilla on kuitenkin alati häilyvämpi raja viihteellisiin keskusteluihin) sekä *reportaasit* ja *dokumentit*. Uudempia journalismin muotoja ovat hänen mukaansa taas *tabloid-tyyliset uutiset* (joiden ”tyyli on iltapäivälehtien kaltainen, jutut sensaatiohakuja ja human interest -näkökulmasta kerrottuja, käsitellään persoonallisuuksia, rikoksia ja onnettomuuksia”), niin kutsutut *vox pop -talk showt* (ohjelmat, joissa tavallinen ihminen on pääosassa ja studioyleisöllä keskeinen rooli), *infotainment-makasiinit* (asiaa ja viihdettä yhdistävät ohjelmat, esim. aamutelevisio) sekä *ylikansallinen uutisvälitys*, jota leimaa reaaliaikainen kuvamateriaali (esim. CNN).

Lista ei täysin istu Suomen tilanteeseen: varsinaisia tabloid-utislähetystyksiä ei meiltä löydy, vaikkakin esimerkiksi MTV3:n edesmenneen *Lööpin takana* voisi lukea tämän alalajin yhdeksi variantiksi. Myöskään *vox pop* -keskustelut eivät ole lyöneet itseään läpi. Ylikansallinen uutisvälitys ei luonnollisestikaan päde valtakunnallisten kanavien tarkasteluun, joskin digitaalisessa järjestelmässä YLE24 on muodoltaan melko lähellä samaa ideaa. Toisaalta listaan voi lisätä journalismin alalajit, joita määrittävät niiden aihepiirit. Tällaisia ovat esimerkiksi *erikoistuneet uutiset ja ajankohtaisohjelmat* (talousuutiset, kulttuuriuutiset; myös esim. MTV3:n *Viihdeuutiset*). Suhteellisen uutta on myös "*palvelujournalismi*" (esim. Heikkilä 2001; Hellman 1999) eli television kontekstissa harraste- ja palveluohjelmat terveydestä matkailuun, jotka usein lainaavat muotonsa ajankohtaismakasiineilta, keskusteluohjelmista tai reportaaseilta. Lisäksi journalismin ja viihteen rajalla voi tulkita sijaitsevan myös joitain todellisuustelevioksi luettavia ohjelmia, jotka sisältävät dokumentaarisia elementtejä: esimerkiksi niin kutsuttu dokumentaarinen draama kuten TV2:n *Lentokenttä* tai MTV3:lla nähty, oikeita rikoksia dramatisoiva *Lain nimessä*.

Projektimme tavoitteena oli ottaa tarkasteluun kirjo erilaisia ohjelmia, jotka voi tulkita journalismiksi. Taustalla on ollut liikenne- ja viestintäministeriön vuosittain teettämä *Suomalainen tv-tarjonta* -selvitys television ohjelmistorakenteista (esim. Aslama & Wallenius 2003; 2004; 2005'), jonka lähtökohtana on Finnpanel Oy:n ja siten kanavien omaan luokitteluun perustuva määrällinen analyysi. Vuosina 2002 ja 2003 on selvityksen yhteydessä lisäksi nauhoitettu viikon 43 iltahjelmisto kaikilta neljältä analogiselta kanavalta. Ministeriön selvityksessä vuoden 2002 tv-tarjonnasta vertailtiin lisäksi TV1:n, FST:n, MTV3:n ja Nelosen pääuutislähetystyksiä (Aslama & Wallenius 2003). Journalismi-projektin aineistoviikossa (ma 20.10.– su 26.10.2003) tarkasteltiin 61 parhaan katseluajan ohjelmaa, jotka *Suomalainen tv-tarjonta* -luokittelussa sijoittuivat johonkin seuraavista kategorioista: uutiset, ajankohtaisohjelmat, asiaohjelmat ja palveluohjelmat.²

Näin määriteltynä journalistiset ohjelmat ovat nimenomaan Yleisradiolle ominaista ohjelmistoa. Vuonna 2003 TV1:n tarjonnasta puolet ja TV2:n tarjonnasta 40 prosenttia oli journalistista ohjelmaa. MTV3:n journalistista ohjelmistoa (29 % kanavan kokonaistarjonnasta) kasvatti erityisesti *Huomenta Suomi* -lähetys, kun taas Nelosella journalismin muodostivat lähinnä uutiset ja jotkut palveluohjelmat sekä *4D-dokumentit*. Ajankohtaisohjelmien kirjoa löytyi käytännössä vain TV1:lta ja TV2:lta: vuoden 2003 tv-tarjontatutkimuksen seitsemän otosviikon aikana YLE:n kanavat lähettivät ajankohtaisohjelmia nimikkeen 24 alla. Samoin ne tarjosivat myös runsaasti asiaohjelmia kuten reportaaseja ja dokumentteja: ohjelmaluokka muodosti kuudenneksen kummankin kanavan profiilista. (Aslama & Wallenius 2004.)

Aineistossa esiintyneet journalismin teemat eivät tuottaneet yllätyksiä. Uutiset (aineistossa seitsemän lähetystä) ja ajankohtaisohjelmat (18 ohjelmaa) käsittelivät yleisiä ja perinteisiä "laatujournalismin" teemoja, edelliset kovia uutisaiheita kuten puoluepolitiikkaa ja taloutta, jälkimmäiset laajempaa kirjoa. Uutisista jopa 40 prosenttia keskittyi ulkomaan tapahtumiin. Vuoden 2002 kanavien päälähetysten vertailu ja katsaus aiempiin uutistutkimuksiin (Aslama & Wallenius 2003; vrt. myös Salste 2000) havainnollistivat, että tv-uutisilla ei edelleenkään profiloiduta tai kilpailla, vaan loppukevennyksiä tai yksittäisiä human interest -juttuja lukuun ottamatta julkisen palvelun ja kaupallisten kanavien teemat ovat kovin samankaltaisia. Tämän aineiston ajankohtaisohjelmat taas jakautuivat tasaisesti eri aihealueille ja niissä nousivat esiin erilaiset sosiaaliset kysymykset useammin kuin muissa ohjelmissa.

Asiaohjelmat (aineistossa 14 ohjelmaa) ja palveluohjelmat (22 ohjelmaa) suuntautuvat selvästi yksityisen puolelle: asiaohjelmat henkilökeskeisyydellä, palveluohjelmat kuluttaja–yksilö–arki-lähestymistavalla. Jälkimmäisten voisi osaltaan tulkita ilmentävän ”tabloidityylistä” siirtymää yleisestä yksityiseen ja informaatiosta viihteeseen – jos harrastaminen, kuluttaminen ja yksilön hyvinvointi luetaan temaattisesti viihteellisiksi aiheiksi. Kehitys todentuu pidemmän aikavälin tarkastelulla. Erilaisten harraste- ja palveluohjelmien osuus suomalaisesta tv-tarjonnasta kasvoi selvästi erityisesti viime vuosikymmenen alussa. Samoihin aikoihin paneelien ja haastattelujen rinnalle nousi useita uudentyypisiä puheeseen perustuvia ohjelmia, jossa asian rinnalle nostettiin myös selvästi viihteellisiä elementtejä. (Esim. Hellman 1999; vrt. myös Aslama 1999.)

Aineiston perusteella voi myös esittää, että yksityisen alue on läsnä suomalaisessa journalismissa, vaikkakin eri journalismin lajeissa eri tavoin. Vaikka *aihe* ei lähestyisi katsojaa kuluttajana tai esittelisi yksilön henkilökuva, journalismin *toimijat* yhdistävät usein yleisen yksityiseen. Ei liene yllättävää, että uutiset kuitenkin pidättäytyivät toimijavalinnoissaan eniten auktoriteettien ylätasolla. Tästä kertoo esimerkiksi se, että kun aineistossa toimijoiden sukupuoli jakautui hyvin tasaisesti kaikissa muissa journalismin lajityypeissä, uutisten äänessä olijoista ja muista päätoimijoista vain 30 prosenttia oli naisia. Tällainen sukupuolijakauma on ollut tyyppillistä tv-uutisille usean vuosikymmenen ajan, jopa maailmanlaajuisesti (esim. Kivikuru toim. 1999), ja sitä on selitetty politiikan ja talouden päättäjien miesenemmistöisyydellä.

Toisaalta tv-uutisissa nähdään valtaeliitin ja asiantuntijoiden lisäksi yhä enemmän myös yksittäisen ihmisen ruohonjuurinäkökulmaa (vrt. esim. Seppälä 2003). Tällöin uutinen esitetään usein tapauksen muodossa: uutista havainnollistetaan yksittäisen henkilön tarinalla ja tuodaan sitten yleisemmälle tasolle esimerkiksi tilastoilla tai asiantuntijalausunnoilla. Vuoden 2002 uutiskartoitus osoitti, että YLE:n uutisissa osapuilleen joka kymmenes juttu sisälsi tällaisen tapausjutun (Aslama & Wallenius 2003) ja vuoden 2003 aineiston 70 uutisjutusta viisi oli selvästi tapausmuotoisia. Esimerkiksi internetin roskapostiongelmia käytiin läpi yhden yrityksen ja yhden palveluntarjoajan kautta kun kuluttajaviraston edustaja kommentoi; työtömyysjuttua puolestaan havainnollisti pätäkötöitä tekevän kirvesmiehen tarina.

Yleisemminkin ”tavallinen ihminen” on suomalaisessa journalismissa hyvin edustettuna. Ajankohtaisohjelmat havainnollistivat otosviikolla aiheitaan yksityisen ihmisen tarinalla osapuilleen joka toisessa jutussa. MTV3:n *45 minuuttia* erottautui YLE:n ajankohtaisohjelmista siinä, että miltei kaikki sen jutut hyödynsivät yksityisen aluetta tavalla tai toisella. Lisäksi tapausmuoto näyttää olevan palveluohjelmien perusformaatti. Esimerkiksi Ben Fuhrmanin ohjelma, monenkeskinen keskustelu, rakentuu muutaman yksittäisen tarinan ja muutaman asiantuntijan varaan.

Perinteinen henkilökuva – yksittäisen henkilön tarina – on toki yksi journalismin alalaji ja senkin edustajia löytyi aineistosta. Kiinnostavaa journalisminen keventymisteessin kannalta on kuitenkin, että parhaan katseluajan asiakeskusteluihin näyttää harvemmin kelpaavan tavallisen ihmisen tapaus: niiden toimijat ovat joko ammatin/instituution edustajia ja/tai muutoin ”persoonallisuuksia”, jotka ovat muusta mediasta tuttuja ja siten omaavat julkisuusarvoa. Julkisuuden henkilön nostaminen toimijaksi saattaa usein olla keventymisen – yksityisen ja viihteellistävän lähestymistavan – tulosta; näin ainakin perinteisen argumentoinnin mukaan. Samoin yksityisen ihmisen tarina voi olla perinteinen tabloidityyppinen kuriositeettijuttu (esim. Gabler 1998), mutta sen voi myös tulkita heijastavan journalismin ”demokratisoitumista”: ylhäältä alaspäin valistava informaatio yhdistetään esimerkkitarina tai jopa korvataan sillä. Antti Seppälän (2003) tutkimuksen mukaan viime vuosikym-

menien selvä muutos uutisissa onkin individualisoituminen: erityisesti 1990-luvulla yksilöistä tuli uutiskelpoisia. Aineistoviikon perusteella voi laajemminkin spekuloida siirtymää, josta brittitutkijat Sonia Livingstone ja Peter Lunt (1994) raportoivat talk show -ohjelmien osalta: viralliset lähteet näyttäisivät saavan entistä vähemmän painoarvoa – varsinkin, jos katsotaan journalismin koko tyyppikirjoa. Tämän voi tulkita kärjistyvän myös journalistisia ja dokumentaarisia sekä viihteellisiä elementtejä sekoittavissa tosi-tv:n lajeissa: siellä päätoimijoina ovat joko tavalliset ihmiset epätavallisissa tilanteissa tai ”persoonat” arjen keskellä.

Kaksinapaisuudesta kolmijakoisuuteen: journalismi ja moodit

Kaikkia kolmea väittämää television tyhmentymisestä – ohjelmistojen keventymisestä, tv-kulttuurin trivialisoitumisesta ja journalismin tabloidisaatiosta – yhdistää vakavan ja kevyen, informaation ja viihteen, sekä julkisen ja yksityisen kahtiajako. Journalismin sisältöjen tarkasteluissa nämä vastakkainasettelut eivät kuitenkaan välttämättä ole hedelmällisiä. Esimerkiksi vuoden 2002 uutisanalyysi (Aslama & Wallenius 2003) osoitti, että suurta osaa jutuista oli mahdoton tulkita joko täysin tietoon keskittyväksi tai viihteelliseksi; joko julkisen alueella pitäytyväksi tai yksityisen alueelle asemoituvaksi. Mats Ekström (2000) on käsitteellistänyt televisiojournalismin ominaispiirteitä dualismien sijaan kolmen perusmoodin – informaation, tarinankerronnan ja attraktion – avulla. Moodilla hän tarkoittaa journalismin lähestymistapaa ja sen ilmenemistä monella tasolla: mitä juttu tai ohjelma tavoittelee, mihin yleisöjen tarpeisiin tietty moodi vastaa, ja millaisiin rooleihin se asemoi toimittajan, ohjelmaan osallistuvat sekä katsojat. Ekströmin (emt.) kuvaukset moodeista ovat tiivistettynä seuraavat:

Taulukko 1. Journalismin moodit. Lähde: Ekström (2000)

	Informaatio	Tarinankerronta	Attraktio
Viestinnän tavoite	vedota katsojiin tarjoamalla tietoa, joka on relevanttia, uskottavaa ja kiinnostavaa	saada katsojat mukaan kertomalla tarpeeksi kiinnostava, jännittävä ja dramaattinen tarina	houkutellessa katsojia speaktaakkeilla, shokeeraavilla tai erikoislaatuilla teemoilla ja toimijoilla
Yleisön tarve	tiedonjano, ajan tasalla pysyminen	kuuntelemisen nautinto ja samastuminen, empatia, jännitys	katsomisen, jopa tirkistelyn nautinto
Journalismin ja journalistin rooli	tiedonvälittäjä (perinteinen journalistinen rooli, joka voi pitää sisällään myös esim. opetuselementin, ”vahtikoira-roolin jne.)	tarinankertoja	järjestäjä, näytteilleasettaja
Yleisön rooli (eli miten juttu tms. sen rakentaa)	tiedonhakija (kansalainen)	kuuntelija	katsoja, yleisö
”Kolmansien osapuolien” (haastateltavat jne.) rooli	tiedonlähde	henkilöhahmo	esiintyjä

Ekström (emt.) korostaa, että perusmoodit ovat ideaaliryhmittelyjä, ja yksittäisestä jutusta saattaakin löytyä piirteitä niistä kaikista. Kiteytetty luokittelu kuitenkin laventaa tv-journalismin muutoksen tarkastelua pelkästään informaatio-viihde-akselilta toimittajan, katsojan ja osallistujan erilaisiin rooleihin. Moodianalyysin idea on esimerkiksi tulkita toimijoiden rooleja tietyssä ohjelmassa. Niinpä julkisuuden henkilö ei välttämättä saa esiintyjän roolia vaan saattaa olla tarinan päähahmo: aineiston *Suomi puhuu* -ohjelmassa näyttelijä Kristiina Halkola kertoi, kuinka loi itselleen uuden uran. Julkkis voi olla myös informantti, kuten *Hymypoika*-elokuvan nuoret tähdet, jotka analysoivat Ben Fuhrmanin kanssa yhteiskunnan ylisexualisoitumista. Samoin "tavallinen ihminen" saattaa olla attraktiojutun toimija, kuten edesmenneen *Hyppönen Enbuske Experience* -talk shown erikoisia taitojaan esittelevät ihmiset. Moodimallin hyödyntäminen laadullisessa journalistien ohjelmien lähiluvussa toimiikin nimenomaan journalistin, toimijoiden ja yleisöjen asemoinnin kuvaamisena, sillä viestinnän perimmäisiä tavoitteita tai yleisöjen tarpeita on usien vaikea tulkita suoraan sisällöistä. Seuraavassa havainnollistetaan moodeja kuvaamalla tarkemmin näitä rooleja jutuissa, jotka "nousivat esiin aineistosta" eli osoittautuivat erityisen kuvaaviksi tai toisaalta yllättäviksi.

Nähtävyydjuttu

Uutisten huomattava keentyminen vaikuttaa uhkakuvalta, jolle ei vuoden 2002 uutisvertailun (Aslama & Wallenius 2003) tai tämän aineiston uutisten perusteella löydy juurikaan perusteluita. Vaikkakin case-jutuissa kerrottiin yksilön tarinaa ja edettiin siitä yleisemmälle tasolle, oli päämoodi lähestulkoon kaikissa otosviikon uutisissa informaatio. Joukosta erottui lauantain 25.10.2003 ensimmäinen juttu eli Irak-jupakan uusi käänne: Jouni Backman oli julkistanut Anneli Jätteenmäelle antamansa lapun. Vaikka lapun sisältö jo tiedettiin, sen julkistaminen oli yllätys ja niinpä sen itsensä näyttäminen nosti aiheen ykkösuutiseksi. Tämä saattaa viitata toisenlaiseen uutisarvoon ja antaa vihjeitä toisenlaisesta moodista, attraktiosta tai suomalaisittain nähtävyydjournalismista.

Ekström (2000, 477–487) antaa nähtävyydjournalismille tarkkoja koordinaatteja. Attraktiojournalismin päätavoite on ensinnäkin nostaa jotain näytille, ei kertoa faktoja tai tarinaa. Se pyrkii siis hämmästyttämään, kiehtomaan tai hätkähdyttämään pikemminkin kuin tiedottamaan tai tuottamaan myötäelämisen tunnetta. Sen vuoksi saatetaan painottaa jutun erilaisuutta, ainutkertaisuutta, yksinoikeudella saatua tietoa. Attraktiojuttu ei vaadi vastaanottajiltaan harkintaa, osallistumista, tai mitään muutakaan aktiivista toimintaa vaan keskiössä ovat hetkelliset, spontaanit reaktiot. Attraktio liittyykin kaikkeen normaalista poikkeavaan: niin yllättävään tapahtumaan kuin tabujen rikkomiseen. Lisäksi nähtävyydjournalismi esittää useimmiten ajallisesti rajattuja tapahtumia. Se ei raportoi ja reflektoi, vaan saattaa jopa itse tuottaa mediatapahtumia. Attraktion saattavatkin kuulua esimerkiksi skandaalit ja niiden paljastukset sekä "itsetuotetut" konfliktit (muun muassa talk show -ohjelmissa). Attraktioon liittyy myös usein sen oma estetiikka, vaikkapa shokeeraava kuvamateriaali.

Nämä piirteet eivät välttämättä yhdisty yhdessä jutussa. Huomionarvoista on kuitenkin, että vaikka Backmanin lappu -uutinen oli pääosin asiallinen niin lähestymistavaltaan kuin kuvitukseltaankin ja kertasi katsojalle tarinana jupakan taustat, siitä voi tulkita löytyvän kaikkia yllä kuvattuja piirteitä. Juttu alkoi sillä, että toimittaja nouti saapuneen faksin: "*Tässä se nyt on. Kolme viikkoa politiikassa kummitellut Backmanin lappu.*" Lapun saaminen vaikutti yksioikeudelta, kun toimittaja kertoi sen saapuneen samana päivänä YLE:n radiouutisiin. Kuvamateriaali ei ollut

shokeeraavaa, mutta yhdessä toimittajan sanavalintojen kanssa kuitenkin attraktiivisuutta avittavaa: faksi lavastettiin juuri saapuneeksi; ”pommin” kerrottiin ”räjähtäneen” kun selvisi, että Jätteenmäki oli pyytänyt Irak-tietoja; Jätteenmäen ”dramaattista puolustautumista” ja eronpyyntöä näytettiin jälleen kerran.

Kiinnostavaa on, että journalismin keventymiskeskustelun rinnalla kulkevat väitteet politiikan popularisoinnista. Usein todetaan vielä popularisoinnin ja politiikan medioitumisen olevan kytköksissä toisiinsa. Kuten esimerkiksi Liesbet van Zoonen (1998) on todennut, poliittinen valtaeliitti on aina ollut populaarikulttuurin aiheena. Toisaalta: koska medialla on yhä suurempi rooli näkyväksi tekemisessä, saattavat ylläkuvatut tendenssit käydä käsi kädessä. Poliitikot paljastavat auliimmin yksityiselämänsä ja esiintyvät visailuohjelmissa, koska saavat julkisuutta; julkisuus taas mielellään hyödyntää julkisen ja yksityisen, virallisen ja populaarin yhdistymisestä syntyvää ristiriitaa, jolla voi houkutella yleisöjä. Tässä kyseisessä uutisessa täyttyi myös Ekströmin (2000) huomio nähtävyyjournalismista mediatapahtuman tuottajana. Jätteenmäki-jupakan seuraaminen on toki politiikkaa valvovan journalismin vahtikoiraperinteen mukaista, mutta tilanteen erikoisuuden ja skandaaliluonteen voi olettaa edistäneen attraktiomoodia tapauksen uutisoinnissa laajemminkin. Backmanin lapun *julkistamisen* voi sinällään sanoa olevan attraktiotapahtuma, jota ei olisi ilman mediaa – joskaan se ei ole tietyn journalistin tai ohjelman rakentama tilanne, vaan konkreettisesti median ja poliittisten toimijoiden yhteistyötä.

Kaksi ajankohtaista tarinaa

Maanantaina 20.10.2003 nähtiin parhaaseen katseluaikaan TV1:ssä kaksi ohjelmaa vanhustenhuollosta: *MOT:n* omaishoitoon keskittyvä lähetys ja *A-studion* yleisempi, monesta osasta koostuva juttu vanhuudesta (”Vanhuus tulee yhä useammin yksin”). Periaatteessa *MOT:n* ja *A-studion* toimijat ja näkökulmat olivat samanlaiset: teemaa havainnollistettiin yksittäisten vanhusten kokemuksilla ja lavennettiin asiantuntijahaastatteluilta. Selvä ero ohjelmien välillä löytyi siitä, miten ne yhdistelivät eri moodeja. Ekström (2000, 437) esittää journalismin olevan osaltaan aina tarinankerrontaa, mutta tarinoinnin tunnistaa päämoodiksi, kun jutulle rakentuu selkeä juoni. Keskeistä on myös asioiden esittämisjärjestys, haastateltavien/osalistujien roolit, tietty ”opetus” ja jutun ”ratkaisu”. Ekströmin mukaan tarinankerronta on *MOT:n* edustamalle niin kutsutulle tutkivalle journalismille tyypillinen moodi, ja aineiston ohjelma tukeekin tätä havaintoa. *MOT* toki toi mukaan faktat, mutta rakensi kertomuksen päähenkilöiden eli omaishoitopariskunnan varaan. Tarinaa tuotettiin aineiston ohjelmassa hyvinkin selvästi esimerkiksi välirepliikein: ”samaa aikaan kaupungin toisella laidalla...” Itse kertomus seurasi vanhuspotilaan kotiuttamista sairaalasta kotihoitoon. Vanhuksen toivetta päästä vakinaiseen sairaalahoitoon korostettiin sekä kasvatettiin siten odotusta lopputulemasta. Tarina päättyi onnettomasti kun hoidettava loukkaantui kotihoidossa, mutta hänet tästä huolimatta kotiutettiin vielä uudelleen.

MOT-ohjelman voi tulkita sisältävän myös attraktiomoodia. Kuten Ekström (2000, 486) huomauttaa, kriittisen tarkastelun ja tarinankerronnan ohella myös attraktio on tutkivalle journalismille ominaista: pyrkiihän se omalla tavallaan ainutkertaiseen mediatapahtumaan paljastamalla epäkohtia. Tutkiva journalismi puhuttelee katsojaa monitahoisesti: yleisöjen ei kuulu ainoastaan saada tietää faktoja tai myötäelää tarinaa, vaan myös havahtua tai jopa järkyttyä vääryydestä. *MOT:ssa* luotiin tietoisesti ristiriita tavallisen kansan ja todellisuudesta vieraantuneen virkamieseliitin välille. Privaatin esille nostamisesta oli ääriesimerkkinä

kohtaus, jossa kuvattiin uupunutta ja kyynelehtivää vanhusomaishoitajaa tämän omassa kylpyhuoneessa.

A-studion lähestymistapa teemaan oli hyvin erilainen, nähtävyyksjournalismia välttelevä, vaikka varsinainen aihe, vanhusten yksinäisyys ja itsemurhat, oli jopa dramaattisempi kuin *MOT*:n omaishoito. *A-studion* yksityisen ja yleisen yhdistävä juttu sai luultavastikin katsojan myötäelämään, mutta vanhusten kokemukset eivät hallinneet juttua vaan esittelivät teeman ohjelman alussa. Niitä seuraava vahva yhteiskunnallinen viitekehys eri tutkijoiheen etäännytti yksityisestä yleiseen. *MOT* taas asetti henkilöhahmonsa valmiisiin rooleihin, joita olivat kunnolliset kansalaiset ja pahat virkamiehet.

Attraktion hyödyntäminen onkin haaste journalismille. Alleviivattu vastakkainasettelu, yksityisen alueen ja kokemusten nostaminen keskeisiksi ja tunteellisuuden korostaminen tavalla, joka ei ole tyypillistä perinteiselle "laatujournalismille" saattavat tehdä tärkeästä asiasta ja samastuttavasta tarinasta tirkistelyspektaakkelin. Ainakin suomalaiset katsojat (vrt. Snell ym. 2003) tuntuvat vieroksuva kovin kärjistävää ja tunteisiin vetoavaa otetta asiakkeisissä ohjelmissa ja nimeävät sen "karpomaisuudeksi".

Kuningaskuluttajasta Karpoon: tavallisen ihmisen asialla

"Laatujournalismia" on syytetty siitä, että se pysyttelee yhteiskunnan ylätasolla ja jättää "tavallisen katsojan" etäälle; osin juuri tästä syystä populaarijournalismin yksityistävän ja yksilöivän otteen on väitetty vetoavan yleisöihin (vrt. esim. Fiske 1992). Toisaalta, viihteellistymiskeskusteluun kuuluu pohdinta siitä, miten media yhä enenevässä määrin puhuttelee yleisöjä kuluttajina, ei kansalaisina – ja tämä lienee lähtökohta useimmissa kuluttamista käsittelevissä ohjelmissa. Kyseessä on siis kiinnostava ristiriita siinä, mitä akateemisissa ja laajemminkin julkisissa keskusteluissa odotetaan journalismilta: toisaalta ote ei saisi olla liian yleistävä, toisaalta (tästä syystä) katsojia lähestytään yksilöinä, jolloin yhteinen jää taustalle. Aineiston moodianalyysin perusteella asia ei ole aivan näin yksiviivainen. Erilaisten kuluttajuutta käsittelevien ohjelmien tarkastelu rinnakkain havainnollistaa useita tapoja esittää tavallinen ihminen journalismin toimijana ja vastaanottajana.

A-Plus (TV1), ajankohtainen talousohjelma, liikkui arjen alueella ja olikin kokonaisuudessaan kovin samankaltainen kuin *Kuningaskuluttaja* (myös TV1). Molempien moodi oli selvästi informaatio. Tavallisten ihmisten tapaukset toimivat kuvituksena, sillä toimittajien päätehtävänä oli hankkia asiantuntijatietolähteiltä informaatiota sitä tarvitseville katsojille.

Suomi puhuu (TV2) oli puolestaan omintakeinen yhdistelmä informaatiota, tarinaa ja attraktiivimoodia. Ohjelman idea ammentaa niin kutsutusta kansalaisjournalismista (esim. Heikkilä 2001): televisiolähetykset perustuvat *Suomi puhuu* -nettisivuston keskusteluihin. Tavallinen ihminen on siis lähtökohtaisestikin pääosassa aiheiden tuottajana, mutta saa tv-ohjelmassa kovin erityyppisiä rooleja. Studiokeskustelussa työtön käsityöläinen, "seniorikonsultti", työllisyyspalvelujen päällikkö ja toimittaja käsittelevät työttömyyttä ilmiönä, mutta keskipisteenä oli kuitenkin studioon tuodun työttömän tarina sekä asiantuntijoiden hänelle kohdistamat neuvot ja myös toimittaja otti empaattisen kannustajan roolin. Keskustelun lomassa esitetyt insertit kertoivat muun muassa siitä, miten media ihannoit nuoruutta. Tarinankerronta siis leimasi tätä ohjelman osiota. Ohjelman toinen puolisko, teemana suomalaisten trendikkyys, toi mukaan attraktiojournalismia. Katsojakirjeiden välissä nähtiin tietoisuutta pukuvuokraamoista, mutta myös kaksi

valikoitua suomalaista oli päässyt erillisten inserttien aiheiksi. Ekströmiä (2000) mukailleen tässä on attraktion piirteitä siinä, että journalismi nostaa nämä toimijat esille ja esiintymään: he eivät kerro esimerkkitarinoita vaan valottavat yksittäisten ihmisten näkökulmia. Kotiäidin mielipiteet muodin toimivuudesta arjessa ovat varmasti osaltaan samastuttavia ja yleistettäviä, mutta toisen insertin näkökulma olisi voinut olla suoraan amerikkalaisesta talk showsta: siinä esiintyi nainen, jonka mukaan häntä halveksitaan liian tylykkään pukeutumisen takia.

Suomi puhuu saattaa hyödyntää eri moodeja, mutta *Karpolla on asiaa* (MTV3) on puhdasverinen attraktiolla rakennettu tavallisen ihmisen ohjelma. Ekströmin mukaan tutkivan journalismin ote sisältää jo sinällään attraktioelementin, mutta Karpon ohjelmassa genrelle myös tyypillinen tarinankerronta jäi käytännössä sivuun kun ohjelman osallistujat pikemminkin lavastettiin kameran eteen esittämään ongelmansa. Teemat asunnottomuudesta autojen maahantuontiin olivat tämän aineiston *Karrossa* näennäisesti yhteiskunnallisia ja tavallista kuluttajaa mahdollisesti koskevia, mutta tapaukset esitettiin yksittäisinä. Tätä tulkintaa korosti se, että ohjelman toimijoita oli yllättävän vaikea luokitella. Esimerkiksi Haapaveden kaupunginvaltuutettu lienee kaupungin asuntoasioiden asiantuntija, mutta hän esitti ohjelmassa selvästi oman, yksilön näkökulmansa. Kuten toimittaja lopuksi totesi, yksi näkökulma riittää: ”koska asialle ei löydy vastuunkantajaa, jää jutun käsittely yksipuoliseksi”. Attraktiolla tyypillinen kärjistynyt vastakkainasettelu, tässä tavallisen ihmisen ja erilaisten päättäjien välillä, olikin ohjelman tavamerkki: tavallinen ihminen osallistujana on ristiriidan toinen osapuoli, vastaanottajana taas hämmästelevä yleisö ennemminkin kuin myötäelävä kuuntelija.

Palveluohjelmat osoittavat, että ”tavallisen ihmisen” tuominen jutun toimijaksi voi tapahtua monella tavoin. Näiden ohjelmien, kuten myös koko aineiston mooditarkastelu valottaa sitä, ettei viihteellistymiskeskustelujen kahtiajako julkisen ja yksityisen välillä toimi suoraviivaisesti. Pikemminkin kyse on *julkisen, yksityisen* ja vielä *yksilön* kolmitahoisuudesta. Kuten jo aiempi toimijatarkastelu havainnollisti, toimijoilla on erityyppistä ”auktoriteettivaltaa”. Useimmiten asiantuntijat/viralliset tahot edustavat julkisen sfääriä, tavalliset ihmiset yksityisen (mutta kollektiivista ja samastuttavaa) aluetta ja persoonallisuudet lopulta erityisen, ainutlaatuisen yksilön näkökulmaa. Toisaalta, tavallinen ihminen voi olla toimija kaikissa moodeissa. Uutishaastattelussa hän voi kertoa tiedon, hänen tarinansa voi raamittaa yleisemmän jutun ja lyhyissä havainnollistavissa inserteissä hänen rooliinsa voi yhdistyä informaation tuottaminen ja samastuttava tarinan osanen. Ja kuten *Karpolla on asiaa* sekä monet todellisuustelevisio-ohjelmat todentavat, tavallinen ihminen voi olla myös erityislaatuinen yksilö normaalista poikkeavien tapahtumien keskipisteessä.

Yllä kuvatut neljä ohjelmaa havainnollistavat lisäksi yleisöjen rooleja. Yksinkertaistettua kahtiajakoa kansalaiseen tai kuluttajaan on kritisoitu; on myös esitetty monitahoisempia malleja kuvaamaan median tapaa lähestyä yleisöjä (esim. Syvertsen 2004). Voidaankin ajatella, että kansalaisuuden käsite tulisi median viihteellistymispohdintoissa ymmärtää laveammin. Esimerkiksi Heikkilä (2001, 45) esittää palvelujournalismin lähestyvän katsojia joko kuluttajina (esim. *Kuningaskuluttaja*), kuluttaja-asiakkaina (mm. terveysohjelmat) ja/tai kuluttaja-kansalaisina (esim. *Ekoisti*). Alleviivaava esimerkki onkin *Kuningaskuluttajan* ja *A-Plussan* kaltainen journalismi: voi ajatella, että valveutuneen kansalaisen tulee olla tietoinen kuluttamiseen liittyvistä teemoista, jotka ovat yksityisen alueella mutta yhteisiä. Toisaalta *Kuningaskuluttajan* ja *Karpon* tarkastelu rinnakkain havainnollistaa, miten suhteellisen samankaltaiset aiheet ja toimijat muuntuvat moodin mukana – ja miten eri tavoin ne puhuttelevat yleisöjä tiedonhankkijoina tai (sivusta)katsojina.

Keskusteluohjelmien moodit

Keskusteluohjelmat eivät ole uusi tv-journalismin laji, mutta ne saivat uusia muotoja ja nousivat katsojien suosioon maailmanlaajuisesti 1980-luvun lopulla. Syyksi on usein esitetty niiden tapa yhdistää informaatio ja viihde sekä yksityinen ja yleinen. Asiantuntijadebattien sijaan keskustelujen keskiöön nostettiin nyt tavalliset ihmiset. Uutta oli myös se, miten nämä uudentyyppiset keskustelut ottivat katsojat mukaan ohjelmaan. Katsojia edustivat aktiivinen studioyleisö ja/tai yleisöpuhelut – ja nykyään tekstiviestit sekä on line -kommentointi. Myös keskustelujen intiimi tyyli tuotti osaltaan mukanaolon tunnetta. Toimittaja puolestaan ei enää pitäytynyt tiedonhankkijana ja -välittäjänä vaan hänestä tuli myös kommentoiva osallistuja, persoona, usein oman ohjelmansa suurin tähti. Suomessa 1990-luvun alku oli keskustelubuumin aikaa. Vaikka Pohjois-Amerikasta tutut studiokeskustelukarnevaalit eivät ottaneet tulta, suosiota saavuttivat niin kutsutut terapiakeskustelut, joissa toimittaja ja kiinnostava yksilö käsittelivät teemaa vieraan henkilökohtaisten tunteiden ja mielipiteiden kautta (esim. *Haastattelijana Mirja Pyykkö, Punainen lanka*). Silloin alkoivat myös yleistyä asiaa ja viihdettä avoimesti yhdistävät talk showt (*Hyvät, pahat ja rumat; Minä, Jari Sarasvuo*). (Vrt. esim. Livingstone & Lunt 1994, myös Aslama 1999.)

Koska tv-keskustelut näyttäisivät osaltaan edustavan journalismin siirtymistä yleisestä yksityiseen ja asiasta viihteelliseen, tarkastellaan seuraavassa journalistisia moodeja eri kanavien parhaan katseluaajan ohjelmissa: TV1:n *Yokotaissa*, TV2:n *Persona non gratassa (PNG)*, MTV3:n *Vaarallisessa risteyksessä* ja Nelosen *Hypönen Enbuske Experiencessä (HEE)*. Kovin keskustelubuumi lienee ohi, sillä vain viimeksi mainittu on enää elossa, sekin juontajauudistuksen läpikäyneenä toisen sukupolven versiona.

Näissä keskusteluohjelmissa ei juuri keskusteltu vapaasti, vaan ne rakentuivat joko virallisemmän haastattelutyylin (*Persona non grata*) tai kevyemmän jutustelun (*HEE*) varaan. Informaatiomoodia ja monenkeskistä ajatustenvaihtoa löytyi eniten *Vaarallisesta risteyksestä*. Mielenkiintoinen ristiriita syntyi hyvin valistushenkisestä aiheesta ("Mihin katosi yleissivistys?") ja ohjelman muusta toteutuksesta. Teema oli poimittu kriitikko Pekka Tarkan tuoreesta lehtikolumnista, mutta hänen lisäkseen siitä oli keskustelemassa kirjava joukko ihmisiä. Mukana oli muutama perinteinen asiantuntija professorista opinto-ohjaajaan ja opiskelijoiden edustajaan. Valokeilassa olivat kuitenkin muualta mediasta tutut kommentaattorit: yleissivistynyt Jörn Donner sekä tohtori/poliitikko/tietovisaasiantä Lasse Lehtinen ja mediajulkisuutta runsaasti saanut MEP Piia-Noora Kauppi. Ohjelman keskiössä olivat kuitenkin aktiivisesti osallistuvat ja provosoivat toimittajat Kirsi Piha ja Pauli Aalto-Setälä. Vieraaksi saapui myös suoraan MTV3:n omasta *Plan*-gaalasta poptähti Petra, jolta tiedusteltiin ensin keikan onnistumista. Varsinaisen keskustelun keskeyttivätkin tiuhaan erilaiset osiot kuten studio- ja inserttikommentaattoreiden puheenvuorot ja toimittajien kahdenkeskinen mielipidedebatti viikon tapahtumista. Asia-aihe oli jalostettu viihteellisiksi erilaisilla muotoon liittyvillä attraktiologisukkeilla: talk show-tyylisellä sisäänjuonnolla, faktoja saatiin lyhyinä graafisina "lööppeinä", osallistujien sivistystä testattiin Trivial Pursuit -kysymyksillä ja ohjelman tähtitoimittajista oli tehty animaatio.

Vaarallisen risteyks oli eräässä mielessä *Persona non grata* vastakohta. Edellinen toi ruutuun kirjavan osallistujakaartin, jälkimmäisessä studiossa istuivat vastakkain ainoastaan toimittaja sekä keskustelun aihe/toimija. Edellinen pitäytyi viihteellisestä otteestaan huolimatta pääosin yleisellä tasolla, jälkimmäinen keskittyi nimensä mukaisesti yksityiseen ja henkilöön. *Risteyksessä* toimittajat olivat aktiivisia kannanottajia elleivät jopa keskeisimpiä osallistujia (vrt. journalistien uudet roolit,

esim. Koljonen & Kunelius 2005). *PNG*:ssä tuottaja-juontaja Timo Seppänen pysytteli puolestaan perinteisen etäisessä roolissa eikä myötäelänyt vieraansa tarinaa – toisin kuin esimerkiksi kahdenkeskisissä ”terapiakeskusteluissa” tapahtuu – vaan esitti tiukkoja kysymyksiä hyvinkin konventionaalista näkökulmasta. Pornotähti-taiteilija Liekki sai aineiston ohjelmassa vastata siihen, mihin hänen kaltaisensa ”kaunis tyttö tarvitsee pornoa” ja josko Liekin suku kokee tämän liikaavan suvun maineen. Vaikka *PNG* lanseerattiin ”ajankohtaisjournalismin viikoittaiseksi haastatteluohjelmaksi” ja vaikka sen muoto viittaa informaatiomoodiin, voi ohjelman tulkita lähtökohtaisesti attraktiojournalismiksi. Se kun määritteli nettisivuillaan aiheikseen normaalista poikkeavat – ”kansakunnan silmätikut” ja ”toisinajattelijat”. Jos *Vaarallinen risteys* koristeli asiaa attraktioksi, *PNG* puki puhdasta nähtävyydenjournalismia informatiivisuuden kaapuun. Kuitenkin kumpaakin ohjelmaa yhdisti kärjistävä lähestymistapa ja persoonakeskeisyys.

Kärjistystä ja persoonia löytyi myös TV1:n *Yokotaista*. Aineiston lähetyksen aiheet ja niiden käsittelytavat muistuttivat tabloidilehtien journalismia ja ainakin kaksi teemaa olikin napattu suoraan lööpeistä. Ohjelmassa selvitettiin pääministerin juhlaillallisten kustannuksia, joita iltapäivälehdet olivat arvostelleet. Myös plastiikkakirurgiaa tarkasteltiin kohu-uutisen eli erään klinikan laiminlyöntien valossa. Näissä osioissa haastateltavina olivat asiantuntijat, jolloin ”virallisen” tahon voitavallaan tulkita tuoneen painoarvoa ja yleistä tasoa keveysaiheisiin – vaikkakin näkökulmat ovat kovin ennalta arvattavia (”viedäänkö veronmaksajien rahoja turhaan vai voisiko illallisilla tarjota maksalaatikkoo?”). Kiinnostava oli myös osio lööppikuningas Matti Nykäsestä: siinä häntä käsiteltiin ”ilmiönä”, asiantuntijoina *7 päivää* -lehden toimittaja ja entinen valmentaja Matti Pulli. Mukana studiossa oli myös Nykänen itse, mutta ajoittain hänet jätettiin täysin sivustakuuntelijaksi kommentaattoreiden keskinäisen Matti-analyysin ulkopuolelle. Tärkeimmäksi viestiksi nousi, että *7 päivää* lehden toimittajan uusi Matti-kirja tulee tarjoamaan uusia paljastuksia. Näyttelijä Ville Virtasen elämänmuutos ja Don Huonot -rockyhtyeen viimeinen keikka olivat puolestaan puhdasta persoonakeskeistä julkisjournalismia.

Yokotai ja Nelosen *Hyppönen-Enbuske Experience* olivatkin julkisjournalismissaan yllättävän samankaltaisia. Ohjelmia erotti lähinnä se, että jälkimmäinen profiloitui selvästi juontajavetoiseksi viihdeohjelmaksi enneminkin kuin journalismiksi. Voisi myös tulkita, että osa *HEE*:n viihteellisyydestä syntyi journalismin imitoimisesta ja ironisoimisesta, esimerkiksi stand-up -koomikko Krisse Salmisen ”live-raportoinnista” ja Paula Norosen ”tutkivan journalismin” osiosta. Toisaalta muita keskusteluja leimaava vastakohtaistava lähestymistapa ei noussut ohjelmassa esiin, koska *HEE* keskittyi kuuluisuuksien henkilökohtaisiin kuulumisiin.

Journalismin viihteellistymiskeskustelun kannalta aineiston keskustelupainotteiset ohjelmat havainnollistavat sitä, millaisia muotoja attraktiomoodi voi tv-journalismissa ottaa ja miten se voi sekoittua muiden moodien kanssa. Tosi-tv:n edelläkävijäksi mainitut keskusteluohjelmat näyttävätkin uskaltavan yhdistää viihteellisiä ja informatiivisia elementtejä muita journalistia ohjelmia herkemmin.

Viihde vs. attraktio

Infotainment, asiaviihde, todellisuustelevio ja vaikkapa dokumenttisaippuat ovat termejä, jotka kertovat, että televisiossa yhdistyvät nyt perinteisesti vastakkaiset tai hyvin erilaiset elementit. Tämä ei sinällään ole uusi ja ihmeellinen ilmiö, sillä televisio on aina pitänyt sisällään erilaisten ohjelmatyyppeiden kirjon sekä yhdisteltyä ja muunnellut niitä (Hartley 2000) – nyt kasvavan kanavakilpailun ja globaalien tv-markkinoiden myötä tuotekehittelyn on sanottu kiihtyneen, ja tämä vaikuttaa

varmasti osaltaan myös journalistisiin ohjelmiin. Vuosikymmen sitten journalismintutkijat pohtivat, että nimenomaan tarinankerronta yhdistää journalismin populaarikulttuuriin. Täten laatu- ja tabloidijournalismin välillä ei olisi kahtiajakoa vaan jatkuo: journalismi on aina yhdistelmä tietoa sekä tarinaa ja siten yksittäinen juttu voi sijoittua asteikon vakavampaan tai kerronnallisempaan eli viihteellisempään päähän. (Vrt. Dahlgren & Sparks 1992.) Kaksinapainen skaala jättää kuitenkin syrjään Ekströmin (2000) kolmannen journalistisen lähestymistavan, attraktion.

Edellä esitetyn analyysin perusteella näyttäisi kuitenkin siltä, että jos halutaan käydä keskustelua journalismin piirteistä, tavoitteista ja muutoksista, olisi mielekää luopua informaatio-viihde-vastakkainasettelusta ja ehkäpä koko viihteellisen-käsitteestä. Moodianalyysin kautta voitaisiin tarkemmin pohtia journalismin tapaa esittää tietoa sekä journalismin keskeisten elementtien – journalistin eli tiedon kerääjän ja esittäjän, toimijoiden eli tiedon tuottajien sekä tiedon vastaanottajien – rooleja asioiden esittämisessä. Kuten analyysissä käytetty kolmen moodin eli lähestymistavan malli osoittaa, kyse ei olisi journalismin määritelmän kaventamisesta. Aineiston ohjelmat todentavat käytännössä, että suomalaisen tv-journalismin moodina ei ainoastaan ole siirtää informaatiota kansalaisille. Vaikka sen perimmäisenä tavoitteena olisikin tiedonvälitys, se voi samalla myös kertoa elämyksellisiä tarinoita sekä hyödyntää attraktiomoodin kiinnostusta herättävää lähestymistapaa. Tässä artikkelissa esitetyn analyysin perusteella Ekströmin (emt.) kolmen moodin malli ei ole vain teoriaa vaan helposti sovellettavissa oikeisiin ohjelmiin, erilaisina variaatioina. Attraktiomoodia moodia löytyy kaikista journalismin muodoista ja osaltaan juuri sen yleistyminen saattaa olla viihteellistymiskeskustelujen takana.

Aineiston perusteella journalismin ”ominaislaadun” voi väittää kiteytyvän ensisijaisesti *toimijavalintoihin* ja *näkökulmalliseen monipuolisuuteen*. Nämä kaksi joko yhdistelmänä tai erikseen tuntuvat tuovan journalistiseen ohjelmaan tai juttuun attraktioelementin. Toimijuuteen liittyy muutos siitä, millaista tietoa nyky-yhteiskunnassa arvostetaan. Keskusteluohjelmia tutkineet Livingstone ja Lunt (1994, 99) toteavat, että tavallisen ihmisen tarjoama tieto miellettiin ennen muun muassa subjektiiviseksi, tunteelliseksi ja perusteettomaksi, ja sen vastinparina asiantuntijatietoa pidettiin objektiivisena, rationaalisena ja perusteltuna. He kärjistävät, että nykyään yksilölähtöinen tieto koetaan autenttisena, syvällisenä, käytännöllisenä ja todellisena, kun taas asiantuntijatieto on katsojista usein vieraantunutta, sirpaleista ja pinnallista. Mediavälitteisessä yhteiskunnassa journalismilla on keskeinen rooli tällaisten kokemusten tuottamisessa ja uusintamisessa. Kuitenkin myös yksilön tiedon voi tuoda esiin eri tavoin. Informaatiomoodi käyttää lähteitä, tarinoilla on päähenkilöt, mutta attraktioelementin journalismiin tuo toimija, joka on ”uutinen” sinänsä: joko selvästi normaalista ja normeista poikkeava ennalta tuntematon yksilö tai nimenomaan julkisuusarvonsa takia kiinnostava toimija. (Vrt. myös Bird 2000.)

Toimijoiden rinnalla toinen keskeinen journalismin laatuun liittyvä seikka on näkökulmallinen monipuolisuus. Voidaan sanoa, että koko television tyhmentymisväittämän takana on huoli ohjelmien monipuolisuuden kaventumisesta, puhutaan sitten kanavien ohjelmistoprofiileista tai tosi-tv:n arvomaailmasta. Kyse on siis katsojien mahdollisuudesta saada nähdä monitahoisia ja -arvoisia ohjelmia, jotka eivät (ainoastaan) puhuttele katsojia kuluttajina ja viihtyjinä, vaan myös kansalaisina ja osallistujina. Journalismin osuus tyhmentymis- ja monipuolisuuspohdintoissa on keskeinen, sillä monipuolisuuden käsite on perinteisesti yhdistetty sanavapauteen, journalististen sisältöjen moniarvoisuuteen ja -tahoisuuteen ja lopulta journalismin missioon kuvata sekä myös luoda demokraattista. Tabloidisaatiohuoli liittyy sel-

västi perinteiseen yhteiskuntatieteelliseen näkemykseen, joka painottaa yleisen ja virallisen tiedon merkitystä demokratialle ja jättää kovin usein syrjään kulttuurintutkimuksen näkökulmat (Dahlgren 2005). Silti nimenomaan jälkimmäisen piirissä on huomioitu, että populaarijournalismi on laajentanut äänien ja näkökulmien kirjoa varsinkin televisiossa. (Esim. Dahlgren & Sparks 1992; Langer 1998; Sparks & Tulloch 2000.)

Moodianalyysi ohittaa jälleen vastakkainasettelut ja valottaa myös tätä kysymystä. Sisällöllinen monipuolisuus ei sinällään ole tietystä moodista kiinni. Informaatiomoodia painottava juttu voi olla hyvinkin kapea-alainen tietoisuus; samoin juttu tarinamoodissa saatetaan esittää täysin yhden henkilön näkökulmasta. Attraktion ominaispiirre ei ole yksilöllisyys vaan kaksinaisuus, voimakas vastakkainasettelu ja ristiriitojen korostaminen – jossa saatetaan vielä painottaa toista näkökantaa. Monialaista näkökulmaa juttuun tuovat yleensä monentyyppiset toimijat, mutta myös moodien yhdistely voi olla merkki monipuolisuudesta, joka ilmenee sekä toimijoille että katsojille tarjottuina erilaisina rooleina samassa ohjelmassa.

Toimijavalintojen ja näkökulmien lisäksi journalistisen ohjelman keskeinen elementti lienee se, miten se katsojiaan lähestyy. Yleisöjen tutkimus (Suomessa mm. Snell ym. 2003) on osoittanut, että katsojien kannalta kaksinaisuus ei välttämättä ole hedelmällisin tapa ymmärtää journalismin vastaanottoa: hyvinkin erilaisten teemojen, toimijoiden, näkökulmien ja lähestymistapojen äärellä viihdytään ja yksityinen ja yksittäinen kokemus tai jopa ”persoonallisuuden” esille nostama teema voi olla katsojalle yhtä informatiivista kuin yleinen ylätasoinen faktatieto.

Vastaanottajakeskeisyys ja yleisöjen puhuttelu on ainakin teoriassa ollut journalismille lähtökohtaisestikin tärkeämpi ja keskeisempi elementti kuin monelle muulle joukkoviestinnän lajityypille (fiktio, viihde): on sitten haluttu poliittisesti aktivoitua, neutraalisti tiedottaa tai kansalaisen edustajana vahtia valtaapitäviä, taustalla on ollut journalismin yhteiskunnallinen vaikuttavuus. Kuten Peter Dahlgren (1995, 36) toteaa, tv-journalismi on lunastanut merkittävyytensä, koska sen avulla tietoa voi levittää laajalti. Internetkään ei palvele samalla tavoin. John Ellis (2000) ehdottaa, television voima uusien mediateknologioiden aikakaudella on edelleenkin puhutella katsojia *todistajina*. Tällä hän tarkoittaa television yhdistävää luonnetta: erilaiset katsojat voivat samanaikaisesti todistaa tapahtumia ilman että heidän tarvitsee aktiivisesti etsiä tietoa tai omanlaisiaan viiteryhmiä. Vaikka Ellisin todistaminen on kovin abstrakti käsite, avaa se ajattelua samaan suuntaan kuin moodianalyysi. Kansalaisuus–kuluttajuus-erottelu on viitannut toisaalta yhteiseen ja yleiseen, toisaalta yksityiseen ja yksilölliseen, mutta todistajuus voi pitää sisällään kummatkin elementit. Todistaja voi samoin saada tärkeää tietoa niin faktasta kuin fiktiosta ja viihteestäkin. Todistaja-kielikuva ei toki ole ongelmaton: jos kansalaisella on ”kansalaisvelvollisuus”, mikä on todistajan kimmoke toimia ja osallistua?

Ellisiä (emt.) tulkiten: tavoiteltavaa mediasisällöissä, esimerkiksi journalismissa, on yhteyden ja yhteisyyden tunteen tuottaminen. Todistajaa ei tarvitse valistaa kuten perinteisesti kansalaista, vaan hän on (välillisesti) mukana ja läsnä ja saa median avulla yhdessä muiden kanssa käydä läpi keskeisiä yhteisiä asioita. Katsojien roolit voisikin jakaa yhtäältä julkista aluetta rakentavaan, *yhteiseen*, toisaalta yksilöivään ja *erilliseen* todistajuuteen. Toisaalta Zygmunt Bauman (2002) on ristinyt nykypäivän tilanteen ”narikkayhteisöllisyydeksi”: ihmiset ovat teatterilysejoja, jotka seuraavat spektaakkeleita hiljaa katsomossa. He kohtaavat ainoastaan narikassa jättäessään ja noutaessaan päällysvaatteensa. Kohtaaminen on hetkellistä eikä sillä ole yhteisöllisiä seurauksia. Kolmen moodin tai lähestymistavan mallia voi soveltaa myös ylläkuvaan. Informaatio ja tarinankerronta yhdistävät – ja siten tuottavat julkisen aluetta – joko tiedolla ja/tai samastumisen kokemuksella. Nähtävyyjour-

nalismien tuottama yhteinen todistajuus saattaa puhtaimmillaan jäädä sirkushuvien narikkayhteisöllisyydeksi.

Kuinka sitten saada katsojat keskustelemaan narikassa ja muuallakin; kuinka tarjota sellaista journalismia, joka antaa ainakin laadukkaat puitteet todistamiselle ja mahdollisuudet yhteisiin oivalluksiin, ymmärtämiseen, jopa toimintaan yhteiseksi hyväksi? Uutisia ja talk show -ohjelmia tutkinut hollantilainen Irene Costera Meijer (2001, 201) ehdottaa journalismin "julkisen laadun" mittareiksi neljää seikkaa:

1. Tuottaako juttu / ohjelma sosiaalista koheesiota ja yhteistä kokemusta; puhutteleeko se mahdollisimman suurta joukkoa katsojia?
2. Tuottaako juttu / ohjelma kansalaisuutta samalla kunnioittaen erilaisia yksilöitä ja heidän elämäntapojaan?
3. Aktivoiko juttu / ohjelma osaltaan katsojia tarjoamalla sosiaalisille kysymyksille erilaisia ratkaisuvaihtoehtoja taustoineen ja seurauksineen?
4. Rakentaako juttu / ohjelma dialogia ja konsensusta debatin sijaan?

YLE:n ohjelmatestausten ryhmäkeskusteluissa (Snell ym. 2003) esiinnoituneet katsojien toiveet faktohjelmilta ovat paljon konkreettisempia. Yleisöt haluavat *kiinnostavia, ajankohtaisia aiheita tai tuoreita näkökulmia, pintaa syvemmälle luotaavia perusteluja, asiantuntevaa otetta*, teeman käsittelyn *tasapuolisuutta* sekä myös *johtopäätöksiä*. Jutun tai ohjelman tulisi pyrkiä *herättämään keskustelua*, toimittajan tulisi olla *"ammattitaitoinen" ja asiallinen* sekä osata pitää sopiva (vaan ei liian pitkä) *välimatka jutun aiheeseen tai haastateltavaan. "Karpomaisuus"* on keskustelujen perusteella se termi, jolla katsojat kuvaavat liian mustavalkoista ja kärjistävää otetta aiheisiin. Vaikka katsojien toiveet saattavat olla ristiriitaisia ja yksilöistä riippuvaisia (joku kiusaantuu jutusta, jossa mennään henkilön yksityisen alueelle; toista juuri se kiinnostaa), on Costera Meierin (2001) ja suomalaisten katsojien listoissa selviä yhtenevyyksiä. Ei haluta vain faktoja, vaan taustoja, eri näkökulmia, ratkaisumalleja ja päätelmiä.

Listoja vasten peilaten suomalainen tv-journalismi 2003 saa melko hyvät arvosanat. Suurin osa projektin puitteissa analysoiduista 61 jutusta ja ohjelmasta oli laajalle kohderyhmälle suunnattuja, asiantuntijoita riitti ja "tavallinen ihminenkin" oli usein edustettuna. Toisaalta listojen yhteinen ydin – erilaiset ratkaisumallit ja dialogi sekä tasapuolisuus debatin sijaan – ei monissa aineiston ohjelmissa toteutunut kovinkaan näkyvästi. Pitkälle viedyn nähtävyydsjournalismin ongelma saattaa olla juuri tässä: monitahoisuus ja neuvotteleva dialogi ovat osin jopa vastakkaisia sen piirteille. Attraktioille perustuvassa journalismissa erilaisuutta ei haluta tehdä muille ymmärrettäväksi ja tutuksi, vaan pikemminkin pyritään korostamaan outoutta. Myötäelämisen – ymmärtämisen edellytyksen – sijaan lavastetaan speaktaakeleita.

Toisaalta: mikä tahansa journalistinen moodi voi tuottaa laatua. Tabloidijournalismilla ja attraktiomoodilla on pitkät perinteet ja siten myös oma yleisönsä ja merkityksensä. Populaarikulttuurin tutkijat ovat korostaneet fiktion ja viihteen mahdollisuutta tarjota ihmisille tärkeää, arjessa hyödynnettävää ja samastuttavaa informaatiota. On myös puhuttu "arjen resistanssista" (esim. Fiske 1992): iltapäivälehtimäinen populaarijournalismi haastaa virallisen, usein ylhäältä alaspäin suunnatun tiedonvälityksen – ja tuottaa siksi tavallisille ihmisille nautintoa.

Varsinkin aineiston keskusteluohjelmat herättävät kuitenkin kysymyksen siitä, toimiiko resistanssi ja tiedonsaanti parhaiten HEE:n kaltaisen avoimesti viihteellisen ohjelman parissa. Toisin sanoen: onko katsojan kannalta houkuttelevaa ja

mukaansatempaavaa, jos temaattisesti tai muodollisesti vakavan journalismin perinteitä noudattava ohjelma liittää mukaan rakenteellisia show-elementtejä ja attraktiomoodia? Näin ei tunnu olevan ainakaan laadullisten katsojatutkimusten valossa (Jääsaari 2004; Snell ym. 2003): katsojien on helpompi hyväksyä asiaa sisältävä viihdeohjelma kuin viihdeellistetty asia ja yleisöt toivovatkin selkeää jakoa viihteen ja informaation välille. Toki viihde voi olla älykäästä ja informoivaa – ja hyvä ajankohtaiskeskustelu viihdyttävää seurattavaa. Suomalaiset katsojat mieltävätkin viihdeelle kaksi alatyyppeä: joko ”älykkääksi” tai ”aivot narikkaan” -tyyppiseksi. Journalististen ohjelmien osalta kysymys lieneekin juuri liiasta ”koristelusta” tai ”karpomaisesta” kärjistämisestä, jotka saatetaan tulkita katsojia aliarvioivaksi otteeksi.

Attraktio saattaa jossain tapauksessa olla keskeinen tyyli- ja tehokeino muutoin kovinkin asiapitoisissa journalismissa, kuten tutkivassa journalismissa ja esimerkiksi poliittisissa dokumenteissa (*Fahrenheit 9/11*). Attraktio herättää ja havahduttaa. Se saa yleisöt pohtimaan vaikkapa median etiikkaa ja arvoja, kuten tosi-tv-ohjelmien yhteydessä (esim. Hill 2005). Keskeisin tekijä journalismin katsojien kannalta lienee spektaakkelin yhdistäminen laajempaan kontekstiin – ja yleisöjen oman ajattelun ja arvioiden kunnioittaminen, moodissa kuin moodissa.

Suurimman työn artikkelissa esitellyn aineiston käsittelyssä ja ensi kierroksen analyysissä tekivät vuonna 2004 tutkimusprojektin tutorit eli Jenni Karjalainen, Mari Rasimus, Aino Ruikka ja Valtteri Varpela – heille siis kuuluvat myös suurimmat kiitokset. Kiitän lisäksi Helsingin Sanomien 100-vuotissäätiötä mahdollisuudesta työstää artikkeleita Amsterdamin yliopiston viestinnän laitoksella marraskuussa 2005 sekä Mervi Panttia oivaltavista kommentteista.

Viitteet

- 1 ks. www.mintc.fi
- 2 Aineistoon sisällytettiin seuraavat ohjelmat: otosviikon 43/2003 20.30 TV1 *Tv-uutiset ja sää*; 20.10. TV1 *A-studio*; 21.10. TV2 *Ajankohtainen kakkonen*; 22.10. TV1 *A-talk*; 22.10. MTV3 *45 minuuttia*; 23.10. TV1 *A-studio Atlas*; 23.10. TV1 *A-plus*; 24.10. TV1 *A-studio*; 20.10 TV1 *MOT*; 24.10. TV2 *Persona Non Grata*; 25.10. MTV3 *Vaarallinen risteys*; 26.10. TV1 *Yokotai*; 26.10. TV2 *Zulu*; 23.10. Nelonen *Hyppönen – Enbuske Experience*; 20.10. TV1 *Ben Fuhrman*; 21.10. TV2 *Akuutti*; 21.10. Nelonen *Rikosraportti*; 22.10. TV1 *Muuttajat*; 22.10. TV2 *Suomi puhuu*; 23.10. TV1 *Kuningaskuluttaja*; 25.10. MTV3 *Karpolla on asiaa*.

Kirjallisuus

- Aslama, Minna (1999)
Private Talk in Public. A Case of Finland. Teoksessa Sreberny-Mohammadi Annabelle & Liesbet van Zoonen. (eds.). *Gender, Politics and Communication*. New York: Hampton Press.
- Aslama, Minna & Jaana Wallenius (2003)
Suomalainen tv-tarjonta 2002. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö.
- Aslama, Minna & Jaana Wallenius (2004)
Suomalainen tv-tarjonta 2003. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö.
- Aslama, Minna & Jenni Karjalainen & Mari Rasimus & Aino Ruikka & Valtteri Varpela (2004)
Jääkö asia viihteen jalkoihin. Tarkastelussa television journalistiset ohjelmatyypit. Yleisötutkimuksen julkaisuja 7. Helsinki: Yleisradio.
- Aslama, Minna & Jaana Wallenius (2005)
Suomalainen tv-tarjonta 2004. Helsinki: Liikenne- ja viestintäministeriö.

- Bauman, Zygmunt (2002)
Notkea moderni. Tampere: Vastapaino.
- Bird, S. Elizabeth (2000)
Audience Demands in a Murderous Market: Tabloidization in U.S. Television News. Teoksessa Sparks, Colin & John Tulloch (eds.) *Tabloid Tales. Global debates over media standards*. Lanham, Boulder, New York & Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, Inc, 211–228.
- Costera Meijer, Irene (2001)
The Public Quality of Popular Journalism: developing a normative framework. *Journalism Studies*, Volume 2, No. 2, 189–205.
- Dahlgren, Peter (1995)
Television and the Public Sphere. *Citizenship, Democracy and the Media*. London, Thousand Oaks & New Delhi: Sage.
- Dahlgren, Peter (2005)
Television, public spheres, and civic cultures. Teoksessa Wasko, Janet (ed.), *A Companion to Television*. London: Blackwell.
- Dahlgren, Peter & Colin Sparks (eds.) (1992)
Journalism and Popular Culture. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage.
- Ekström, Mats (2000)
Information, storytelling and attractions: TV journalism in three modes of communication. *Media, Culture & Society*, Vol. 22, 465–492.
- Ellis, John (2000)
Seeing Things. *Television in the Age of Uncertainty*. London: I.B. Tauris.
- Esser, Frank (1999).
Tabloidization of News: A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism. *European Journal of Communication*, Vol. 14, No. 3, 291–324.
- Fiske, John (1992).
Popularity and Politics of Information. Teoksessa Dahlgren, Peter & Sparks, Colin (1992) (eds.). *Journalism and Popular Culture*. London, Thousand Oaks and New Delhi: Sage.
- Gabler, Neal (1998).
Life: The Movie. How Entertainment Conquered Reality. New York: Vintage Books.
- Hartley, John (2000)
The Infotainment Debate. Teoksessa Creeber, Glen (ed.). *The Television Genre Book*. London: British Film Institute. 118–120.
- Heikkilä, Heikki (2001)
Kansalaisuus suomalaisen uutisjournalismin käytännössä 1990-luvulla. Ohut ja vankka journalismi. *Mediatutkimuksia Tampere: Tampere University Press*.
- Hellman, Heikki (1999)
From Companions to Competitors: The Changing Broadcasting Markets and Television Programming in Finland. *Acta Universitatis Tamperensis* 652. Tampere: University of Tampere.
- Hill, Annette (2005)
Reality TV: Television Audiences and Factual Entertainment. London: Routledge.
- Jääsaari, Johanna (2004)
YLE yleisöjen ehdoilla. *Yleisradio: Helsinki*.
- Kivikuru, Ullamaija (toim.) (1999)
Images of women in the Media. EU DG V.
- Koljonen, Kari & Risto Kunelius (2005)
On vain yhteinen suru. Onnettomuusjournalismin muutossuuntia Kuurilasta Konginkankaalle 1957–2004. Teoksessa Rahkonen, Juho (toim.). *Journalismikritiikin vuosikirja 2005. Tiedotustutkimus 1:2005*, 34–59.
- Langer, John (1998)
Tabloid Television: Popular Journalism and the Other News. London & New York: Routledge.
- Livingstone, Sonia & Peter Lunt (1994)
Talk on Television. Audience Participation and the Public Debate. London & New York: Routledge.
- McLachlan, Shelley & Peter Golding (2000)
Tabloidization in the British Press: A Quantitative Investigation into Changes in British Newspapers, 1952–1997. Teoksessa Sparks, Colin & John Tulloch (eds.) *Tabloid Tales. Global debates over media standards*. Lanham, Boulder, New York & Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, Inc, 75–89.
- McNair, Brian (1998)
The sociology of journalism. London & New York: Arnold and Oxford University Press.
- Rhoufari, Mathieu M. (2000)
Talking about the Tabloids: Journalists' views. Teoksessa Sparks, Colin & John Tulloch (eds.) *Tabloid Tales. Global debates over media standards*. Lanham, Boulder, New York & Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, Inc, 163–176.
- Salste, Elisa (2000)
Tv-uutisten profiloituminen kilpailutilanteessa. TV1:n, MTV3:n ja Nelosen pääuutislähetysten tarkastelua. *Pro gradu -työ*. Tampere: Tampereen yliopiston tiedotusopin laitos.
- Seppälä, Antti (2003)
Todellisuutta kuvaamassa – todellisuutta tuottamassa. Työ ja koti television ja vähän radionkin uutisissa. *Jyväskylä studies in humanities 2*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Snell, Susanna, Anna Lahelma & Pilvi Toppinen (2003)
Parempia ohjelmia. TV-ohjelmatestien satoa 2001–2003. Helsinki: Yleisradio..

- Sparks, Colin (2000)
Introduction. The Panic Over Tabloid News. 1–40. Teoksessa Sparks, Colin & John Tulloch. *Tabloid Tales. Global debates over media standards*. Lanham, Boulder, New York & Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Sparks, Colin & John Tulloch (eds.) (2000)
Tabloid Tales. Global debates over media standards. Lanham, Boulder, New York & Oxford: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Syvertsen, Trine (2004)
Citizens, audiences, customers and players. *European Journal of Cultural Studies* Vol 7(3), 363–380.
- Van Zoonen, Liesbet (1998)
A day at the zoo: political communication, pigs and popular culture. *Media, Culture & Society*. Sage: London, 183–200.