

Murrostuva valtamedia ja yhteiskunnallisen journalismin mieli

JAANA HUJANEN

ABSTRACT
Changing media
and journalists'
conceptualisations
of societal journalism

The article explores Finnish journalists' perceptions of their professional tasks and responsibilities, and the views of democracy and the audience they subscribe to when negotiating the ideals and practices of societal journalism. The study is based on qualitative interviews with journalists. The analysis points towards heterogeneous, partially contradictory, ways of perceiving good societal journalism and the role of journalists. Despite the development work done in the newsrooms towards reader friendly news, readers are positioned by some journalists 'only' as (political) consumers and citizens who need to be served with news which disseminate relevant and critical information. However, also such conceptualizations of journalism and news practices emerged which indicate that journalists increasingly aim at organising encounters between various voices, public discussion as well as public fora for people to act.

Journalismin ja demokratian kysymys nähdään usein kaksijakoisesti: sitoutuuko journalismi edustukselliseen eli välilliseen vai kansalaisjournalismin ehdottamaan deliberatiiviseen, julkiseen harkintaan perustuvaan, demokratiakäsitykseen. Suomalaisen toimittajien yhteiskunnalliselle journalismille antamat merkitykset ja kysymys ihmisten resurssoinnista kiinnostavat minua tässä artikkelissa tästä näkökulmasta. Millaista on toimittajien mielestä olennainen yhteiskunnallinen tieto ja missä määrin journalismin on sitä (yhä) edustuksellisen demokratian logiikan ja modernin uutisjournalismin hengessä välitettävä? Miten siinä näkyvät deliberatiivisen demokratian ihanteet avoimesta keskustelusta ja tahdonmuodostuksesta, kohtaamisista sekä keskustelijoiden tasa-arvoisuudesta (esim. Glasser ja Craft 1997; Nieminen 1998; Kunelius 2000; Heikkilä 2001).

Artikkelin aineisto koostuu toimittajahaastattelusta, joista hahmottamiani journalismikäsitteitä avaten erittelen hyvää yhteiskunnallista journalismia ensinnäkin lukijoiden informoimisena tärkeitä asioista. Toiseksi pureudun yhteiskunnalliseen

journalismiin kansalaisten kokemuksina ja intressiryhmien kohtaamisena. Kolmannessa toimittajien puheesta erottamassani ideaalissa hyvä journalismi tukee ihmisiä osallistumaan yhteiskunnalliseen elämään toimijoina; journalismin ihanteet ja käytännöt pyrkivät resurssimaan ja valtauttamaan ihmisiä, kuten journalismin tutkimuksessa on keskustelullisen ja yhteisöllisen käänteen jälkeen esitetty (esim. Rosen 1991 ja 2000; Glasser ja Craft 1997; Kunelius 2000; Sirianni ja Friedland 2001; Howley 2003).

Journalismin demokratiakäsitykseen kutoutuu sen yleisökäsitys, jota on tarkasteltu runsaasti kansalaisen ja kuluttajan käsitteiden kautta (esim. Ridell 1998; Koivunen ja Lehtonen 2005). Kudon tarkasteluani tässä yhteen arvioimalla yhteiskunnallisen journalismin yleisökäsityksiä yksilön ja yhteisön näkökulmasta. Yleisökäsitys peilautuu siihen, kenet tai ketkä journalismi arvioi toimivina kansalaisena, mitä se esittää pätevänä ja merkittävänä kansalaistietona sekä kenen välille se tuottaa kohtaamisia. Diskursiivisesta näkökulmasta journalismi käyttää samalla merkittävää valtaa

identiteettien ja sosiaalisten suhteiden rakentamisessa (Fairclough 1992). Se ehdottaa ihmisille individualistista ja/tai yhteisöllistä kansalaisen ja/tai kuluttajan identiteettiä sekä rakentaa suhteita – tai jättää rakentamatta.

Toimittajien *yhteiskunnalliselle* journalismille ehdottamien tehtävien erottaminen populaarijournalismista ei ole yksioikoista, ja näen silläkin resurssivoivaa potentiaalia (vrt. Koivunen ja Lehtonen 2005, 4–5). Arjen elämää politiikan, talouden ja hallinnon käytäntöjen kanssa limittävästä kriittisestä ja taustoittavasta journalismista huomattava osa toimittajista on kuitenkin huolissaan toimituksessa käynnistyneiden uudistushankkeiden vuoksi. Niin Suomessa kuin kansainvälisesti julkiseen, kansalliseen ja paikalliseen ankkuroituneet päivälehdet etsivät nyt puhuttelevien, ihmisläheisten juttujen reseptejä (esim. Underwood 1993; Ahva 2004; J. Hujanen 2004). Tarkastelenkin seuraavaksi median muutosprosesseja, johon kysymyksiä kiinnittyi.

Yhteiskunnallinen journalismi ja median muutos

Taloudellisten tavoitteiden ja laskevien levikkien ristiriita havahdutti kustantajat Suomessa 1990-luvulla. Seitsemänpäiväiset sanomalehdet menettivät vuosikymmenen alusta seitsemän vuoden aikana 271 000 tilaajaa (E. Hujanen 2000, 6). Monien lehtien levikit ovat laskeneet edelleen, eivätkä ne ole päässeet 1990-luvun alussa saavutettuihin peittoprosentteihin. Lehtiyritysten johdon strategia rakentaa nopeasti tuore, modernin ja kiinnostavan sanomalehden brändi on talouden näkökulmasta perusteltu. Mainostajat ovat lehtien tärkein tulonlähde, ja heille tuote myydään lukijamäärän perusteella (esim. Näsi 2005). Julkaiseminen on myös liiketoimintaa ja korkeita kannattavuusodotuksia. Mediabisnes kiinnittyy suurten pörssien aktiviteetteihin, ja mediayrityksiä johdetaan ”rahan kuningaskunnassa” siinä missä muitakin yrityksiä (Näsi 2005, 289). Asia tiedostetaan toimituksissa: on elettävä kustannustehokkaasti ja maksimoitava voitto (J. Hujanen 2005, 275–276). Toimittajien pelko yhteiskunnallisen ja poliittisen journalismin murentumisesta pohjaa merkittävästi juuri uudistuksen kaupalliseen lähtökohtaan.

Median normaalissa liikkeenjohtoideologiassa tuottovaatimukset, levikitavoitteet sekä omistajien, lukijoiden ja mainostajien toiveet määrittävät

toimintaa entistä enemmän (vrt. Underwood 1993, xv; Gans 2004; 328; J. Hujanen 2005; 275–277; Näsi 2005, 290): journalismi saa arvonsen mukaan, miten se menee markkinoilla kaupaksi ja tavoittaa ostovoimaisen yleisön. Toimituksen visio hyvästä journalismista ja journalismin yhteiskunnallisista merkityksistä tulee toisarvoiseksi, kun olennaisinta ovat ne merkitykset, jotka ihmiset itse antavat median käytölleen. Myynnin ja asiakassuhteen kannalta on samantekevää, kiinnostavatko lukijaa paikalliset menovinkit, politiikan uutiset, mainokset tai televisio-ohjelmat. Tärkeää on, että kuluttajalla on jokin syy ostaa sanomalehtituote. Journalismin tekijöiden on se tärkeä tietää, jotta lukijalle voidaan tarjota hänen toivomiaan sisältöjä.

Kaupallisuuden on usein ajateltu tukahduttavan yhteiskunnallista journalismia, julkista keskustelua ja kansalaisten poliittista tietämystä ja osallistumista sekä tukevan yhteiskunnan hierarkkisia rakenteita ja valtasuhteita. Miksi poliittinen journalismi, yhteisen hyvän periaate ja julkinen palvelu olisivat massoja tavoittelevan median toimintamalli? Kansainvälisten tutkimusten valossa kaupallisuus vahvistaa tabloidisaatiota, journalismin epäpolitisoitumista, viihteellistymistä, pinnallistumista ja populaaristumista (Curran 2002, 226; Hamilton 2004; Nieminen ja Pantti 2004, 94–98). Uutiskriteereissä kiinnostavuus kirii Suomessakin tärkeän rinnalle ja ohi (Holmberg 2004; 246). Samalla avoin julkinen tila uhkaa kaventua (Ruostesaari 2003, 123). Journalismin populaaristuminen ja tabloidisoituminen ei kuitenkaan ole hävittänyt esimerkiksi Yhdysvalloissa yhteiskunnallista ja poliittista journalismia (Underwood 1993, 181; Sirianni ja Friedland 2001). Osa toimittajista puolustaa sitä, ja käytännöt muuttuvat hitaasti. Yhteiskunnallisen journalismin innovoimiseen tarjoavat resurssia lisäksi teoreettinen pohdinta ja käytännön journalistiset kehityshankkeet (Suomessa esim. Heikkilä 2001; Helle 2004; Ahva 2004), jotka ovat esittäneet kansalaisten kutsumista mediajulkisuuteen osallistumaan ja vaikuttamaan.

Miten tutkijoiden ja journalistien esittämään journalismin saneeraamisen vaatimukseen on toimituksissa vastattu ja mitä yhteiskunnallisia ja poliittisia seurauksia niillä voidaan nähdä? Tätä selvitetään tarkastelemalla suomalaisten sanomalehtitoimittajien yhteiskunnallisen journalismin käsityksiä ja kiinnittämällä huomiota faktuaalisuuden ja edustuksellisuuden ideaalien tilalle nouseviin pe-

riaatteisiin ja muotoihin. Kertoohan uudempi tutkimus ja journalismin arki, että toimitukset kehittäivät käytäntöjä, jotka lähestyivät ihmisiä toimivina ja pätevinä kansalaisina (esim. Ahva 2004). Ainakin osaksi toimituksessa vahvistunut ihmisläheisen journalismin ideaali näyttää toisin sanoen lähtevän siitä, että edustuksellisen demokratian logiikasta nouseva ja eliittiin – asiantuntijoihin, virkamiehiin ja poliitikoihin – nojaava journalismi rajaa tavalliset ihmiset yhteiskunnallisesta elämästä ulos ja on siksi nostettava uudistamisen keskiöön.

Aineisto ja analyysimenetelmät

Tutkimukseni empiirinen aineisto koostuu 32 toimittajan haastattelusta. Olen haastatellut journalisteja seitsemästä sanomalehdestä: *Aamulehdestä*, *Helsingin Sanomista*, *Kalevasta*, *Keskipohtanmaasta*, *Keskisuomalaisesta*, *Savon Sanomista* ja *Turun Sanomista*.¹ Analyysini on synteesi yhteiskunnallisen journalismin ihanteista. Se ei kuvaa yksittäisten lehtien yhteiskunnallisen journalismin muotoja ja mieltä. En ole laskenut näkemysten määrällistä esiintymistä, koska en näe sitä perusteltuna tässä. Vaikka jotkut haastateltavat näkivät tietyt käytännöt yli muiden, monet sanomalehdet julkaisevat erilaisia ideoita peilaavia juttuja, eivätkä ne sulje toisiaan pois.

Haastattelin erilaisia toimittajia. Päälliköt valottavat uutisoinnin muutosta tavoitteineen ja ideoineen, toimittajat sitä, miten tavoitteet kulkevat arjen työkäytäntöihin. Toimittajia tapasin kotimaan osastolta ja erikoistoimituksista, taloudesta,

¹ Artikkelini on osa Suomen Akatemian rahoittamaa tutkijatohtorihankettani Kohtaamisista mediassa. Haastateltavia oli seuraavasti: *Keskisuomalainen* 10, *Savon Sanomat* 10, *Keskipohtanmaa* 6, *Aamulehti* 2, *Helsingin Sanomat* 2, *Kaleva* 1 ja *Turun Sanomat* 1. Tein haastattelut 2003–2004: *Keskisuomalaisen* ja *Savon Sanomien* haastattelut tammi-maaliskuussa 2003 Jyväskylässä ja Kuopiossa, *Kalevan* samana vuonna huhtikuussa Oulussa ja *Turun Sanomien* kesäkuussa Turussa, *Aamulehden* haastattelut Tampereella kesäkuussa 2004 ja *Helsingin Sanomien* Helsingissä syyskuussa 2003 ja marraskuussa 2004. 19 toimittajaa olivat *Keskisuomalaisesta*, *Savon Sanomista* ja *Keskipohtanmaasta*. Päälliköitä (päätoimittajia, toimituspäälliköitä ja uutispäälliköitä/tuottajia) haastattelin 13: *Keskisuomalainen* 3, *Savon Sanomat* 3, *Keskipohtanmaa* 1, *Aamulehti* 2, *Helsingin Sanomat* 2, *Kaleva* 1 ja *Turun Sanomat* 1. Valitsin eniten haastateltavia kolmesta ensiksi mainitusta lehdestä, jossa hanke jatkui interventiotutkimuksena.

urheilusta, politiikasta sekä kunnallis- ja aluetoimituksista. Pääasiassa keskustelut olivat tutkijan ja yhden haastateltavan välisiä. Kahdessa ryhmähaastattelussa keskustelin kahden samaa tehtävää hoitavan kanssa. Teemahaastatteluille ominaisesti kirjallinen kysymysrunko ohjasi keskusteluita, mutta huomioin ulkopuoliset teemat (vrt. Hirsjärvi ja Hurme 1988). Keskustelut vaihtelivat hieman haastateltavan työn mukaan.²

Erittelen haastatteluita laadullisen tekstianalyysin keinoin. Otin haltuun litteroitua aineistoa analysoimalla erilaisia käsityksiä yhteiskunnallisesta journalismista, sen perusteista ja seurauksista: mistä ideoita kumpuavat ja miten työkäytännöt ovat toimittajien mielestä muuttumassa. Ymmärän haastattelupuheen diskursiivisesti: siinä on kyse merkitysten muodostumisesta kielenkäytössä ja sen kontekstissa. Tämän myötä en oleta haastattelujen heijastavan journalistisia käytäntöjä peilin kaltaisesti, vaan myös uudelleen ja toisin esittävän niitä. Ne eivät avaa ikkunaa siihen, miten toimittajat työskentelevät, vaan arjen työkäytäntöjä kuvaa kieli, joka ja jonka käyttö on sosiaalista (esim. Fairclough 1992). Näin ollen haastateltavien kuvaukset yhteiskunnallisen journalismin perusteista, työkäytännöistä ja seurauksista ovat kielenkäytössä rakentuvia esityksiä. Niihin peilautuvat toimintayhteisön käytännöt, toimittajan omat arvot ja työtavat sekä yhteiskunnalliset käytännöt. Kaikkiaan kielenkäytön ja diskursiivisten (tekstien tuottamisen käytäntöjen) merkitys näyttäytyy tässä monitasoisena ja dialektisena, kuten yleensä kriittisessä diskurssianalyysissä (CDA). Kielen ja kielenkäytön kautta rakentuvat esitykset peilaavat niitä käytäntöjä ja konteksteja, joiden kautta ne syntyvät. Samalla ne osallistuvat sosiaalisen todellisuuden määrittelyyn – vallan, tiedon, identiteettien ja ryhmien välisten suhteiden rakentumiseen.

Tutkimushaastattelussa syntyneen puheen suhdetta journalismin käytäntöihin voi avata myös Kuneliuksen (1998, 213–216) erottelulla toimitta-

² Haastattelut kestivät 1–2 tuntia ja nauhoitin ne. Lisäksi niitä litteroivat Merja Pääkkönen ja Anna-Kaisa Tiihonen Katkelmissa sulkeiden sisäiset kolme pistettä tarkoittavat, että tekstiä on poistettu. Alkuperäisessä litteroinnissa välimerkit viittasivat taukoihin. Pilkku tarkoitti lyhyttä ja piste pitkää taukoa. Olen työstänyt katkelmista luettavampia rakentamalla lisää lauseita välimerkkeineen ja erottamalla luetteloissa sanat pilkulla. *Keskipohtanmaa* ja *Keskisuomalainen* kustansivat omien toimittajiensa haastatteluita litteroinnin.

jien juhla- ja arkipuheesta. Juhlava puhe kuvailee journalistin työtä ja journalismia ihanteiden kautta. Arkinen puhe raadollisena ei kiistä ihanteita mutta tiedostaa kuilun, joka niiden ja toimituksen kiireisten päivien välillä voi vallita. Haastattelussa toimittaja saattaa puhua tutkijalle yleisten toimittajan roolia ja työtä koskevien odotusten mukaan. Tämä on mahdollista nytkin, ja se koskee mielestäni päälliköitä. Heitä sitovat toimittajia tiukemmin viralliset linjaukset, eivätkä he ehkä nimettömässä haastattelussakaan irrottaudu niistä. Kuten katkelmat myöhemmin nähdäkseni osoittavat, valtaosaksi haastateltavat puhuivat avoimesti työstään ja sen ongelmista. Haastatteluilla vaikutti olevan terapeuttinen merkitys journalismin uudistamisen hehtisessä arjessa (vrt. Puranen 2000, 3). Vaikka haastattelut metodina eivät toki rinnastu etnografiaan, en näe niiden siksikään tuottaneen ideaalipuhetta.

Etenen avaamalla ensin toimittajien puheesta abstrahoimani yhteiskunnallisen journalismin logiikan: mitkä periaatteet siihen sisältyvät sanomalehdestä ja journalismin kehittämisestä. Jatkan siten faktatietoa välittävän yhteiskunnallisen journalismin ideaalilla. Toiseksi erittelen kohtaamisia rakentavan yhteiskunnallisen journalismin ideaalia. Kolmanneksi pureudun kansalaisia yhteiskunnalliseen elämään osallistumaan rohkaisevan ja mahdollistavan journalismin ideaaliin.

Hyvä journalismi yhteiskunnallisen sanomalehden logiikassa

Haastattemieni toimittajien puheessa rakentuvassa yhteiskunnallisen sanomalehden logiikassa päivälehti on lähtökohtaisesti yhteiskunnallinen toimija. Se elää yhteiskunnallisesta merkittävyydestä. Tässä logiikassa moderni uutisjournalismi ei kaipaa muutosta siksi, että se olisi eliittikeskeisenä epäkiinnostavaa. Sen sijaan muutostarve lähtee siitä, että välittämällä tietoa eri tavoin kuin ennen, kertomalla kansalaisten kokemuksia ja/tai mahdollistamalla heitä osallistumaan yhteiskunnan ja yhteisöjen toimintaan lehti palvelee lukijoitaan yhteiskunnan jäsenenä paremmin.

Huoli levikistä on lisännyt yhteiskunnallisen journalismin muutostarvetta. Silti sitä peräävät pohjaisivat uudistamisen muuhun(kin) kuin yleisömassojen miellyttämiseen. Vaikka lukijan mieltymykset on hyvä tietää, lukijan ehdoilla yhteiskunnallisen logiikan sanomalehti ei aiheita ja näkökul-

mia arvioi. Yhtä haastateltavaa lainaten mitä tahansa ei voi tarjoilla tekemällä paremmin ja kiinnostavammin. Asettumatta lukijoiden yläpuolelle ja unohtamatta heitä, toimittajien pitää osata tarjota sellaistaakin tietoa, mitä he eivät kaipaa. Yhteiskunnallisen sanomalehden logiikassa lehden täytyy palvella lukijaa tämän elämän kannalta olennaisella tiedolla: kriittisillä ja rohkeilla jutuilla ”oikeista” yhteiskunnallisista asioista, kuten ihmisten sosiaalisesta ja taloudellisesta epätasa-arvosta sekä hyvinvointiyhteiskunnan ongelmista (esimerkiksi perhepäivä- tai sairaanhoidon tilasta).

Yhteiskunnallista journalismia peräävät näkevät sillä kysyntää, koska media viihteellistyy ja kaupallistuu. He lähtevät siitä, että rohkea yhteiskunnallinen journalismi jos jokin myy sanomalehteä: ”Mun mielestä ne tutkimukset, mitä on tehty siitä, miks ihmiset tilaa sanomalehteä, niin ne tilaa sitä eri syystä ku iltapäivälehteä. Et kun Savon Sanomat on maakuntalehti toistaseks ainakin, niin kyllä sen pitää säilyttää vakavasti otettava henki ja asema, että mielellään Savon Sanomia pitäs siteerata valtakunnallisesti kovissa, oikeissa uutisissa, niin et se on jonkun asian ajaja tai oikeiden yhteiskunnallisten asioiden herättäjä. (...) Musta on käsittämätöntä, että maakuntalehti ajattelee, että on realistista kilpailla niillä aseilla, jota R-kioskit ja lehtihyllyt on täynnä, hirveen professionaaleja tuotteita hömpästä. (...) pitäs syventää kunnan journalismia, musta se on paras mahdollinen myyntivaltti olipa kyse minkä ikäisistä lukijoista tahansa.”

Tehdessäni haastatteluja *Keskisuomalainen* ja *Savon Sanomat* ajoivat sisään Risc Monitoria journalistisen työn välineeksi. Suomalaiset uutishuoneet ovat tässä pioneereja koko maailmassa. Vaikka Risc on käytössä yli 40 maassa, toimitustyön työkaluksi se on otettu käyttöön vain täällä. Risc pyrkii kuvaamaan yhteiskunnan ilmapiiriä, sosiokulttuurisia kartoja, asenneryhmiä ja ennustamaan niiden muutoksia. Ihmiset jaotellaan siinä elintapojen, asenteiden, arvojen, toiveiden ja pelkojen perusteella eli heitä erottavat suhtautuminen omaan itseensä, elämään, maailmaan ja aikaan. Journalismissa hyödynnetään jakoa näkemys-, perinne-, ilmiö- ja mukavuusihmisiin (ks. <http://www.aamulehti.fi/mediapalvelu/tutkimus/shtml>, <http://www.mdc.fi/>).

Riscii soveltamalla toimitukset etsivät tietoa siitä, mitkä aihepiirit ja sisällöt vetävät eri yleisösegmenttejä puoleensa. Risc myös auttaa selvittämään, millaisia aukkoja lehdellä on ryhmien kiin-

nostusten ja elintapojen käsittelyssä. Päivälehdissä uudenlaista journalismia innovoidaan erityisesti ilmiö- ja mukavuusihmisille. Useat toimittaja-haasteltavani näkivät tämän valinnan vääräksi. Halu kertoa yhteiskunnallista tietoa nähdäkseni peilaa samaa. Monista toimittajista valittu Riscin soveltamistapa lisää julkkis-, elämys- ja trendi-journalismia. Journalismiksi muuttuu kevyt, viihde, ja kaupallinen: julkisten ja erikoisten ihmisten tarinat, kuluttaminen ja raha, lifestyle, trendit ja harrastukset. Siitä tulee hymyilevää tuote- ja pikaruokajournalismia, viihdehömpää ja höpöhöpöjuttuja (Hujanen 2004, 48–50).

Journalismin pinnallistumista pelkävien toimittajien mukaan kriittinen yhteiskunnallinen ja poliittinen journalismi tulevat samalla uhatuiksi. Populaarijournalismi vie aikaa ja energiaa politiikan seuraamiselta, ja kriittisyyttä rajoittavat hiljaiset palkitsemiskäytännöt. Kriittisestä yhteiskunnallisesta journalismista ei kaikkialla saakaan rohkeaa palautetta. Sen sijaan usea toimittaja katsoo, että se sopii huonosti suurien markkinoita ja ilmoitustuloja tavoittelevan tuotteen brändiin: ”Yhessä palaverissa jopa sanottiin suoraan, että kunnallispolitiikka on **huono**, että siitä ei sais sinällään kirjoittaa. No nyt on käyny nii, että siitä ei todellakaan juuri kukaan kohta enää kirjoita.”. Yksi toimittaja muotoili ei-yhteiskunnallisuuden ja kaupallisuuden yhteyden vielä suoremmin: ”Lehteä pitää myydä ja ne [pomot] ei lähe yhteiskunnalliselle linjalle. Niitten mielestä se on liiaks sitoutumista. Pitää olla epäpoliittinen ja vähän viihdeellinen. Rikokset käy viihdeestä.” Yhteiskunnallisessa logiikassa lehti ei kuitenkaan palvele onnistuneesti lukijaa, jos yhteiskunnalliset asiat ovat lähtökohtaisesti epäkiinnostavia. Se ei onnistu myöskään populaarin sisällön viedessä lehden uskottavuutta.

Hyvä yhteiskunnallinen journalismi 'tiukkoina' uutistietoina

Olen nimennyt ensimmäisen journalismikäsityksen kovan yhteiskunnallisen journalismin ideaaliksi. Siinä hyvä journalismi määrittyy paikkaansa pitävinä olennaisina tietoina sekä vaikutusvaltaisina mielipiteinä. Modernin uutisjournalismin ihanteiden mukaisesti informatiiviset ja faktuaaliset uutiset sekä taustajutut analysoivat pätevästi yhteiskuntaa, sen muutosta ja ihmisten elämää (esim. Luostarinen 2002). Ja se on monesta toimittajasta

tarpeen; asiantunteva ja uskottavaa journalismi omaa potentiaalia vaikutusvaltaan.

Mihin tietojen julkistaminen pyrkii: miksi on tutkittava politiikan ja talouden käytäntöjä, analysoitava yhteiskunnallisia muutoksia ja epäkohtia faktoina sekä selvitettävä eliittien näkemyksiä? Eikö synny journalismia, jossa kansalaiselle rakentuu informoitu mutta sivullinen osa? Tämän käsityksen alla journalismi palvelee yhteiskuntaa ja ihmisiä olennaisilla tiedoilla, esimerkiksi poliittisista päätöksistä tai asioiden valmisteluista ja suunnitelmista (vrt. Heikkilä 2001, 127, 131). Journalismin tehtävä on auttaa ihmisiä analysoimaan ja ymmärtämään yhteiskuntaa, sen tilaa ja muutoksia. Pelkkä arjen kartta ja tietopankki lehti ei näin ole. Journalismi pyrkii resurssioimaan ihmisiä tiedolla (myös) toimintaan, sillä journalistit näkivät informoimisen merkityksen laajasti. Olennainen ja varhain julkistettu tieto mahdollisesti rohkaisee ja varustaa ihmisiä tekoihin kansalaisina ja kuluttajina; se potentiaalisesti synnyttää halun ja kyvyn toimia omissa elinpiirissä ja yhteiskunnallisessa elämässä. Esimerkiksi laadukas vaaliuutisointi voi tarjota lukijalle pohjan äänestyspäätökselle. Haastateltavia lainaten tieto auttaa lukijaa – ”journalistin kanssaihmistä ja lähimmäistä” – vaativassa arjen elämässä sekä poliittisena toimijana.

Kansalaisjournalismin kokeiluun osallistunut toimittaja(kin) kaipasi lisää ”normaalia hyvää uutisjournalismia”, koska toimituksen on uutisoitava asiat, jotka ihmisten täytyy tietää: ”Mä huomasi kauhukseni, että ei ihmiset saa edes tietoa niistä asioista, joista niitten ois pakko saada sanomalehdestä tietoa. Ihan perustiedon antamisessa on välillä isoja aukkoja. Ja että ihmiset saa [tiedon] riittävän varhaisessa vaiheessa.” Peruste kovan yhteiskunnallisen journalismin ihanteelle onkin julkistaa ihmisten arkeen vaikuttavia poliittisen ja taloudellisen eliitin suunnitelmia ja päätöksiä. Journalismin tehtävä on penkoa myös byrokraatian käytäntöjä. Niin se palvelee kansalaisten etua: piiskaa ja altistaa suunnitelmat ja päätökset julkisen keskustelun ja arvioinnin kohteeksi. Toinen puoli on vallan käytön ja poliittisen järjestelmän käytäntöjen kriittinen tarkkailu kansalaisten puolesta: miten päättäjät ja virkamiehet käyttävät valtaansa. Toimituspäällikköä lainaten, kuka ihmisten etua valvoo, ellei toimitus. *Helsingin Sanomien* päällikkötoimittaja näki vallan tarkastelun entistä suuremmaksi haasteeksi: ”Halutaan löytää missä käytetään valtaa ja miten sitä käytetään, se on kui-

tenkin yksi [yhteiskunnallisen ja poliittisen journalismin] määre pyrkiä hahmottamaan uusia paikkoja, juuri löytämään sitä [valtaa] ja tapoja käyttää sitä.”

Olellaisen tiedon tuottaminen ei ole kuitenkaan toimittajista helppoa. Valta muuttaa muotoaan ja paikkojaan. Poliittinen ja taloudellinen eliitti pyrkii hallitsemaan julkisuutta päästämällä sinne itselleen myönteisiä asioita. Juuri siksi toimittajien tehtävä on oma-aloitteisesti etsiä tietoa. Faktuaalista uutisjournalismia perustelevat myös muut seikat. Asiantuntijat, virkamiehet ja poliitikot ovat päteviä lähteitä monista toimittajista, koska heidän esittämänsä faktat todennäköisesti pitävät kutinsa tarkistettaessa. Eliittiryhmiin kuuluvien mielipiteiden arvoa nostaa taas se, että heidän kuuluu tietää asioista ja muodostaa niistä näkemyksiä. Ja joka tapauksessa päätöksenteon kannalta heidän näkökantansa ovat ratkaisevia.

Kansalaiset eivät taas kaikille toimittajille paikannu merkittäviksi journalistien resursseiksi. Osasta he eivät edistä tärkeiden ja vaikeiden aiheiden käsittelyä: ”Sitä etukäteen arvelee, että ei niistä irtoa mitään”, totesi uutistoimittaja. Tavallisen ihmisen arviot ”menevät metsään”, kun ne eivät pohjaa faktoihin ja laajaan perehtyneisyyteen. Samalla ne vievät journalismilta uskottavuutta ja painoarvoa (vrt. Puranen 2000). Näin ajatteli aineistossani kuitenkin vain muutama, mikä viittaa journalismin kansalaislähtöistymiseen. Suuri osa toimittajista piti kansalaisia tärkeinä asiajournalismin lähteinä. Tällä voidaan nähdä merkitystä laajasti yhteiskunnallisesti ja poliittisesti. Kyse on paitsi uutisten potentiaalisesta moniäänistymisestä myös uutismedian osallistumisesta uusien kansalaisten poliittisen toiminnan ja osallistumisen muotojen kehittämiseen, joita on kaivattu edustuksellisen demokratian käytäntöjen rinnalle ja joita esimerkiksi kunnat ovat pyrkineet kehittämään (vrt. Rättilä 2001).

Journalistien käsitystä kansalaisten epäpätevyydestä on kuitenkin myös syytä pohtia. Asettuuhan se vastaan ideaalia, jossa journalismi ymmärtää kansalaiset pätevinä yhteiskunnallisen keskustelun ja elämän osapuolina ja intressiryhminä. Epäily ihmisten sanottavan sisällöstä ei automaattisesti seuraa siitä, että tavalliset ihmiset olisivat toimittajien mielestä tyhmiä. Sen sijaan muutamiin politiikan tutkijoihin(kin) yhtyen osasta heitä yhteiskunnalliset, poliittiset ja taloudelliset asiat ovat nykyisin niin vaikeita, että ne vaativat erityistietoja,

laajaa perehtyneisyyttä ja aikaa. Siksi ne ovat erityisen haastavia asiantuntijoillekin, saati toimittajille tai tavallisille ihmisille.

Toisin kuin kansalaisjournalismissa, politiikan häviämisestä ei nouse tarve synnyttää journalismin keinoin uskoa politiikkaan ja vaikutusmahdollisuuksiin, vaan pessimistisyys. Yhteiskunnallisen journalismin asiantuntijakeskeisyys kytkeytyy monimutkaisiin ja kansainvälisiin päätöksenteon ketjuihin sekä uusiin toimijoihin, kuten Euroopan unioniin. Niiden nähdään ottaneen kansallisvaltioiden valtaa ja suvereniteettia, vaikka ne ovat lähtökohdiltaan enemmän taloudellisia kuin poliittisia toimijoita (vrt. Kantola 2001, 68; Nieminen 1998; 278–280). Toisin kuin pari vuosikymmentä sitten, toimituksen tai ihmisten täytyisikin haastateltavien mielestä kyetä seuraamaan muutakin kuin valtuuston, eduskunnan, virkamiesten ja ministerien toimia. Hallinnon pitkät ja epäselvät ketjut sekä taloudellisten päätösten juontuminen kansainvälisiltä markkinoilta näyttäytyvät kuitenkin lähes ylivoimaisina haasteita: ”Se on tavalliselle ihmiselle liian vaikea asia hahmottaa. Se on samalla liian valtava vastus vaikuttaaki”.

Globalisoitumisesta ja yhteiskunnallisten asioiden monimutkaistumisesta nouseva käsitys kaipausta kansalaisten asiantuntijuudesta kytkeytyi näin toimittajan epäuskoon politiikkaa ja edustuksellisen demokratian käytäntöjä kohtaan. Todellisia vaikutusmahdollisuuksia ei ole, ja asiat vain tapahtuvat. Paikallistason päätöksiä rajoittavat joidenkin mielestä muualla tehty linjaukset: ”Mun mielestä ihmiset ei sitä välttämättä hirveän hyvin tiedosta, mutta ne aavistaa, että kaikki vyöry jostain tuntemattomuudesta ja ne vaan alistuu siihen, että tämä on tämmöstä.” Journalismin sama vyöry tyypistää päätösten referointiin. Se ei kaipaa ihmisten omia kokemuksia ja toiveita: ”[Toimittajina] ymmärretään, että ei näille asioille mitään voi, ne menee tällä tavalla. Kerrotaan sitten vaan piste-mäisesti, että nyt on päätetty tällä tavalla tehdä.”

Tarkastelemassani haastattelupuheessa toimittajien uskoa kansalaisiin journalismia resurssina vievät muutkin seikat. Osa kovaa yhteiskunnallista journalismia puolustavista piti johdon peräämiä tai kollegoiden tapoja käyttää kansalaisia journalismissa epäpätevinä. Haastateltavien mukaan tavallisten ihmisten haastattelut tuovat lehteen fiiliksiä, nimiä ja kuvia – löysää jutustelua. Jutut ehkä myyvät hyvin, mutta ne ovat päätöksenteon kannalta toisarvoisia: ”Komeat on kulissit. Mutta onko si-

sältö kuinka vankkaa?”, kysyi yksi haastateltava. Asiantuntijuutta peräävässä katsannossa kansalaisjournalismi määrittyykin umpimähkäisiksi yksittäisten ihmisten haastatteluiksi ja puheenvuoroiksi – heikoksi yritykseksi reagoida etääntyvään päätöksentekoon. ”Se [kansalaisjournalismi] liittyy siihen, että asiat, joista päätetään ja päätöksenteko on etääntynyt niin valtavasti. Toimittajat ja toimitukset on hakenu ratkasua esimerkiksi siitä, että umpimähkään lähetään haastattelemaan ihmisiä. Mennään torille ja jutellaan ihmisten kans. Tai se on Amerikassa jo huippuunsa viety. Sanotaan, että tuosta kerrostalosta tänä päivänä käynte tekemässä jutun ja sinne vaan kolisuttelemaan oville. Mun mielestä se on aika kyseenalasta. Totta kai jos huomattavan määrän jututtaa, voi löytyä merkityksellisiä asioita, joista ihmiset on huolissaan ja pystyy tekemään kunnan jutun.”

Katkelma havainnollistaa myös, että tässä katsannossa ”kunnan jutun” aihe, näkökulma ja mielipiteet ovat modernin uutisjournalismin edustuksellisen demokratiakäsityksen mukaisesti edustavia. Olennaista on tavoittaa monien ihmisten huolet ja näkökannat. Puhe kuitenkin sivuuttaa toimittajan vallan: tämän mahdollisuuden valita ketä lähestyä, millaisin kysymyksiin ja missä – kadulla, baarissa, toimituksen, yhteisöjen tai vaikkapa viranomaisten järjestämässä keskustelutilaisuudessa tai verkkofoorumilla.

Silti faktuaalisuutta ja edustuksellisuutta korostavan uutisjournalismin ideaalia ei ole mielestäni perusteltua nähdä tavoitteiltaan yksioikoisesti eliitikeskeisenä eikä kytkeä sitä pelkästään edustuksellisen demokratian logiikkaan. Sitä peilaavat jutut pyrkivät palvelemaan lukijaa, ja ihmisläheisyys kuuluu myös kovan faktajournalismin puolustajien puheessa. Vaikka asiaa kysytään poliitikoilta, virkamiehiltä tai yhdistysten, järjestöjen ja liikkeiden puheenjohtajilta tai muilta virallisilta edustajilta, haastattelujen valossa näkökulma voi – ja on tärkeää – olla kansalaisen. Lukijalähtöisyys toimii näin niinkin, että kysymyksenasettelu peilaa kansalaisten intressejä ja näkökulmia (vrt. Haas 2003). Journalismin ei pidä esimerkiksi päiväkotia suljettuna jätettäessä jäädä virkamiesten vauhkaksi, vaan esitettävä asia perheiden näkökulmista – kysyä virkamieheltä esimerkiksi äidin kysymykset. Osasta toimittajia tärkeitä ovat toisin sanoen ”tavalliset uutiset” ihmisten näkökulmasta ilman ”ihmeellisiä jippoja”, isoja lanseerauksia tai ennalta sovittua sarjaa.

Kansalaislähtöisyys ja journalismin tehtävä heittää yhteiskunnallista keskustelua ja vaikuttaa poliittiseen päätöksentekoon näkyä yhteiskunnallisen uutisjournalismin ideaalissa niinkin, että toimitukselta edellytetään aloitteellisuutta tärkeiden aiheiden käsittelyssä. Sen tehtävä on esimerkiksi avata Suomen Gallupin mielipidetiedustelulla keskustelua vaikkapa vanhustenhuollosta: ”Meillä on oikeus ja velvollisuuskin tuoda teemoja, ettei vain heijasteta, että muut luo agendan ja me vähän ironisesti tai miten hyvänsä suhtaudutaan siihen.” Merkittävää on, että keski-ikäisten ja pienien sanomalehtien toimittajista osa kuitenkin katsoo, että ollakseen poliittisesti ja yhteiskunnallisesti vaikutusvaltaista tärkeät jutut kaipaavat julkaisufoorumiksi arvostetun ja laajalevikkisen median, kuten *Helsingin Sanomat* tai *Yleisradion*. Esimerkiksi keskikokoisen päivälehdien toimittaja arvioi vain niissä esiin pääsevien juttujen voivan vaikuttaa poliittisen ja taloudellisen eliitin toimintaan.

Kohtaamisia ja kansalaisten kokemuksia

Yhteiskunnallisen journalismin mieli ponnistaa edellistä journalismikäsitystä kuuluvammin siitä, että toimittajat ja journalismi hyödyntävät kansalaisten kokemuksia ja tietoja. Journalistien on osattava kuunnella ihmisiä aikaisempaa paremmin. Tarkastelen tätä seuraavaksi. Analysoin ensin hyvää yhteiskunnallista journalismia moniäänisinä juttuina ja sivustoina: kansalaiset ovat tärkeä lähde, mutta eivät ainoa. Tälle ”reaaliaikaisten” kohtaamisten journalismille kansalaiset ovat arvokkaita toimijoita, koska heillä nähdään ”ihan asiaa” sanottavana. Kansalaisten kokemukset tuovat elämän ja lihan luitten ympärille sekä avaavat merkityksiä, puhuttelevat ja koskettavat eli auttavat lukijaa ymmärtämään, mitä juttu kertoo. Tässä ideaalissa toimittajan ei kuitenkaan pidä tyytyä vain kansalaislähteeseen, vaan tuoda tekstuaalisesti erilaisia intressiryhmiä ja asianosaistahoja yhteen. Tiukimmillaan kohtaamisen ideaali tarkoittaa, että samassa jutussa tai sivulla kohtaa monia eri ääniä. Tässä mielessä suomalainen uutisjournalismi tavoittelee ”valmiiden totuuksien” sijaan totuuksia myös keskustelun kautta (vrt. Renvall ja Reunanen 1999, 79).

Useiden äänien tarkoitus on valottaa eri näkökulmia, parantaa jutun ymmärrettävyyttä ja rakentaa ristiriitaisuutta. Moniäänisyys ja kilpailevat näkökannat siihen uskovien toimittajien mielestä ak-

tivoivat lukijaa ajattelemaan ja pohtimaan: ”Sitten haastattelee virkamiehen, poliitikon ja mahdollisimman laajasti, että saa eri näkökulmia samaan juttuun. Ettei sorru siihen, että tekee vaan yhden ja kahden ihmisen sanomalla. Mitä usempi sanoo, jutusta tulee heti pohdiskeleva, ristiriitanen, että onhan tämä näin, mutta toinen sanoo näin. Lukija saa siitä mahdollisuuden miettiä, että hetkinen millenkäs kannalle hän [asettuu].”

Yhteiskunnallisesti virittyneessä journalismissa tietoja, kokemuksia ja tunteita kertovan sanomalehden tavoite on paitsi auttaa ihmisiä ajattelemaan ja muodostamaan omia mielipiteitä myös aktivoida eli resurssoida heitä toimintaan kansalaisina ja kuluttajina: äiteinä, isinä, perheinä, työttöminä, asukkaina, opiskelijoina tms. Esimerkiksi tieto ja muiden asianosaisten kokemukset päivähoidon karsimisesta voivat kannustaa äitiä ottamaan yhteyttä viranomaisiin ja poliittisiin päättäjiin. Tämä osoittaa, että kohtaamisen ideaalissa hallinnon ja politiikan sfäärit eivät näyttäytyä journalistille turhina byrokratian kiemuroina, vaan tärkeinä vallan käyttämisen muotoina, joista on kerrottava ymmärrettävästi arjen näkökulmasta.

Kohtaamisia – politiikan, hallinnon ja ihmisten arjen leikkauksia – journalistit tavoittelevat jalkautumalla ”kentälle” ja paikallistamalla asioita. Niiden tuottaminen ei aina ole kuitenkaan haastattelujen valossa ongelmatonta. ”Tavallisten” ihmisten puhelinluettelot toimituksista puuttuvat, samoin toimivat verkostot asianosaisten ihmisten etsimiseen. Koska kunnissa viranomaiset eivätkä poliitikot tiedottavat päätöksistä, myös poliitikoiden tavoittaminen vaatii uusia käytäntöjä. Näin julkisen keskustelun moniäänistyminen ei ole yksin journalismin ratkaistavissa, vaan edellyttää julkishallinnon ja politiikan käytäntöjenkin muuttumista.

Toimittajien käsitykset mahdollisuuksista löytää sopivia ja päteviä kansalaislähteitä yhteiskunnallisia ja poliittisia asioita käsittelevään journalismiin vaihtelevat. Osa pitää kansalaisten kommentteja arvokkaina, olipa heillä asiasta omakohtaista kokemusta tai ei. Heistä ei ole kyseenalaista kysyä torilla tai baarissa ihmisiltä kommentteja ”suuriin-kaan” kysymyksiin. Pikemminkin se on kaivattua järkevien ihmisten tapaamista: ”On hirveän terveellistä toimittajan koko ajan kysellä ihmisiltä, koska se on yllättävää, mitä ihmiset ajattelee eri asioista. Se väittely, mikä meillä täälläki on usein käyty, että ihmiset [kollegat] on joskus ollu sitä mieltä, että minkä takia tyhmien ihmisten mielipi-

teitä pannaan lehteen. Jotku on sitä mieltä, että ne myöhemmin kuitenkin katuu sitä, että he on tyhmiä mielipiteitä esittäny lehdessä. (...) Usein ne [mielipiteet] on jopa perusteltu.”

Toiset päästäisivät julkisuuteen ne, jotka tuntevat ja tietävät asian omakohtaisesti. He vierastavat umpimähkäisiä ihmisten haastatteluja ja heistä hyvät haastattelukäytännöt tarjoavat ihmisille aikaa miettiä asiaa – ei tarvitse vastata yllättyneenä ja hätköiden. Muuten ihmiset asetetaan naurunalaisiksi: heille rakentuu pellen rooli, kun he eivät tiedä ja osaa ilmaista mielipidettään. Monesti toimittajien mukaan kuitenkin tapahtuu päinvastoin. Kansalainen tuodaan juttuun, kun jotakin tapahtuu. ”Mennään ja kysytään mummolta tai jos ollaan Risc-henkisellä päällä, joltain nuorelta ja kauniilta, mitä mieltä oot tästä. Mun mielestä se on ihan puppua, että se ois kansalaisjournalismia. Jos tavalliselta ihmiseltä menee yllättäen kysymään, että no mitäs mieltä oot Kuopion ja Vehmersalmen yhdistymisestä (...), eihän se yllättäen pysty sanomaan mitään. Tai se sanoo, että no en oo kuullukaan tai että kai se ihan kiva on tai tämmöstä. Aivan yhtä tyhjän kanssa.” Jotta journalismi rakentaisi yhteiskunnassa ja yhteisöllisessä elämässä toimivan kansalaisen ja kuluttajan identiteettiä sekä tarjoaisi ihmisille tiloja toteuttaa sitä käytännössä, se voisikin parantua haastateltavien mielestä niin, että toimittajat miettivät huolellisesti kansalaisen roolia. Mitä ihmisiltä pyydetään: juttuaiheita, kysymyksiä esimerkiksi päättäjille vai esimerkiksi kommentteja?

Kansalaislähtöinen kohtaamisten journalismi nojaa nimensä mukaan edellistä journalismin ideaalia vahvemmin kansalaisten kokemuksiin ja tarinoihin. Jotta journalismi puhuttelisi elämyksellisenä lukijaa, päättäjän tai asiantuntijan näkökulma tai kommentti ei ole tarpeen kansalaisten kokemusten rinnalla samassa jutussa: ”Minusta siihen ei voi sotkea päättäjän näkökulmaa tai sen pitää olla ihan erillinen kommentti tarinaan. (...) Jos joku tulee ja selittää, et mitä tää itse asiassa oli, silloin moni vetää oman kokemuksensa pois, ai mä käsitin tän taas väärin. Jos tarinoihin tulee päättäjän kommentti, että ei se nyt näin mene ja ei se nyt noin voi tuntua”, kuvasi yksi kansalaiskeskeiseen yhteiskunnalliseen journalismiin uskonut toimittaja. Tasapuolisuus tässä katsannossa ongelmallisesti latistaakin journalismia ja yhteiskunnallista keskustelua syömällä särmän ja subjektiivisuuden. Juttu on ”ei mitään” – sen luettuaan jää jäljelle

hämmennys. Tästä nousee halu tehdä journalismia ”kunnolla sydän edellä ihmisen puolella” – että lukija voi kokea toisen ihmisen tilanteen ongelmiseen ja ratkaisuihin ilman asiantuntijoiden ”ylipäteviä” selityksiä.

Kansalaisten kokemuksilla liikkeellelähtö ei tarkoita toimittajista kuitenkaan sitä, ettei tarinaa pidä linkittää poliittisen päätöksenteon kysymyksiin ja prosesseihin. Moni kansalaislähtöinen juttu tarinoineen on heidän mukaansa virittänyt kysymyksen päättäjille, ja näin yksityinen ja yleinen, kansalainen ja päättäjä, kohtaavat lopulta. Huomattavaa on myös, että pienemmissä maakuntalehdissä kohtaamisten rakentaminen – erityisesti niiden puute – on resurssi-, aika- ja yhteistyökysymys. Toimittaja ei usein ehdi hankkia tietoja monista lähteistä.

Vaikka kansalaisten kokemukset rakentavat tässä yhteiskunnallisen journalismin käsityksessä juttuihin kiinnostavuutta ja elämyksiä, hyvä journalismi on siinä kuitenkin enemmän kuin elämys. Siksi ideaalin voi nähdä merkittäväksi sanomalehden yhteiskunnallisen identiteetin, julkisen keskustelun ja poliittisen päätöksenteon kannalta. Tehtävä on saada kansa ja päättäjät ajattelemaan päätösten perusteita ja seurauksia. Toisin kuin kovan uutisen journalismikäsityksessä, poliittisen ja taloudellisen eliitin toimintaan uskotaan voitavan vaikuttaa ihmisten tarinoilla. Se jos jokin koskettaa ja pysäyttää kyynisen politiikon, kuten yksi toimittaja asian muotoili.

Kansalaislähtöisiä kohtaamisia painottavassa ideaalissa puhujat uskovat myös toimittajan ja kansalaisen yhteiskunnallisiin ja poliittisiin vaikutuskeinoihin ja haluun: Kansalainen on pätevä ja oikeutettu ilmaisemaan mielipiteensä, ja se nähdään tärkeiksi journalismin ja demokratian kannalta. Kansalainen voi toimia aktiivisesti elämässään ja yhteiskunnassa osaksi juuri journalismin resursoimana. Hän näyttäytyy objektin, kohteen, sijaan toimijana, subjektina. Kyky toimia määrittänyt ihmisten henkilökohtaisena sekä yhteiskunnan hyvinvoinnin voimavarana, samoin kuin toimittaja omaa vallan nostaa aiheita esiin ja antaa kansalaiselle areenan puhua.: ”Jos se [yksilö] ei oo subjekti, mikkään hallitus ei pelasta tätä maata. Kyllähän mä varmaan oon vanhanaikainen, että mulla on missio tai ihanteita, jonka puolesta mä taistelen ja nostan lipun. En väitäkään olevani kyyninen toteaja asioiden suhteen.”

Kiinnostavaa on toimittajien henkilöhistorioi-

den peilautuminen heidän käsityksiin journalismista ja demokratiasta. Yksi uutistoimittaja kertoi ”hirveen tyhmistä”, kouluja käymättömistä duunarivanhemmistaan, jotka kuitenkin ovat veronmaksajia ja kansalaisia siinä kun muutkin. Näin asiantuntijademokratia ja -journalismi näyttäytyvät vääriltä toimintatavoilta oman henkilöhistorian kautta; ei vain tutkija tai poliitikko ole pätevä kommentoimaan esimerkiksi ilotalojen laillistamista tai Irakin sotaa: ”Meillä on palavereja ollut [toimituksessa], jokukin kerran sano mulle, että kaikenlaiset diletantit esittää mielipiteitään esimerkiksi Irakin sodasta. Must se on kauheen väärin. Kyllähän meillä kaikilla on oikeus sanoo mielipiteemme Irakin sodasta. Mä inhoon elitististä ajattelua ja oonki monesti sanonu, että mehän tehhän lehteä kaikille, jotka sen maksaa. Vaikka ne ois tyhmiäki, niilläkin on oikeus olla tämän yhteiskunnan jäseniä ja sanoo tyhmiä mielipiteitänsä. Jos ne on jonkun mielestä tyhmiä, sitä varten meillä on viisaita, jotka voi kumota niitä. Must on hirveen vaarallista, jos me lähetään asiantuntijademokratian tielle, kyllä pitää kuulla ihmisten käsitys asioista.”

Yhteiskunnallisen osallistumisen ideaali – tila ilmaista mielipide ja vaikuttaa

Käsitellen viimeiseksi yhteiskunnallisen journalismin ideaalia, jossa journalismin pyrkimys on saada ihmisiä osallistumaan journalismin tiloissa – lehden foorumeilla ja lehden järjestämissä tilaisuuksissa – yhteisöllisesti, yhteiskunnallisesti ja poliittisesti. Kansalaisten kokemusten ja äänien julkisuuteen tuominen on tärkeää paitsi moniäänisen journalismin myös heidän yhteiskunnallisten vaikutusmahdollisuuksiensa vuoksi. Laajimmillaan tavoite on vahvistaa demokratiaa ja kansalaisyhteiskuntaa sekä lisätä julkisuuden avoimuutta ja ihmisten vaikutusmahdollisuuksia. Deliberatiivisen ja keskusteleavan demokratian toteutumisen kannalta on merkittävää, että toimitukset haluavat lukijan kokevan, että on muitakin vaikutuskanavia kuin äänestäminen tai politiikkaan mukaan meneminen ja siksi kehittävät uusia käytäntöjä. Tämä journalismikäsitys kertoo kaikkein suorimmin journalismin ja toimittajien puheen muutoksesta: se sisältää näkemyksiä ja merkkejä hyvästä journalismista, joka irtaantuu selkeästi modernin uutisjournalismin ideaaleista ja sitoutumisesta edustuksellisen demokratian logiikkaan (vrt. Heikkilä 2001, 138–141).

Lukijoiden kutsuminen journalismissa toimitaan kansalaisina ja kuluttajina toteutuu eri tavoin: painetun tai verkkolehden yleisönosastolla, keskustelufoorumilla, uutisissa tai toimituksen järjestämässä keskustelussa. Yhteistä on, että ihmiset saavat julkisen tilan esittää näkökulmansa ja mahdollisuuden vaikuttaa omaan elämään, elinympäristöön ja päätöksentekoon. Sanomalehden tehtävä on toimia tilana ilmaista mielipide ja tulla kuulluksi. Yhtä päätoimittajaa lainaten toimituksessa kysytään nykyisin kansalaisen näkökulmasta, kuinka hän voi toimia: ”Kuinka minä voin vaikuttaa. Tätä me on nostettu aika voimakkaasti esiin linjamuutoksena. (...) Käydään aktiivisissa ihmisiä kunnallisvaaleihin ja tuodaan kansalaisten agenda keskustelujen kautta poliitikkojen päätettäväksi.”

Resurssi kansalaisten osallistumiseen on monille lehdille yleisönosasto. *Keskipohtajanmaa* on kehittänyt siitä moniäänistä, vireää, yhteiskunnallisten äänien ja toimijoiden keskustelu- ja kohtauspaikkaa. Askeleet ovat hitaita, mutta lehdelle keskeisiä: ”hirveän tärkeä puoli ihmisläheisyyttä on, että on oikeasti avoin ja toimiva yleisönosasto”. Osa ihmisistä kirjoittaisi mieluummin muualle ja on toivonut kahta eri foorumia mielipidekirjoittajille. Yhteistä keskustelufoorumia ja moniäänistä, tasa-arvoista yhteiskunnallista keskustelua tavoiteleva toimitus haluaa kuitenkin, että ihmiset kohtaavat asemaan tai koulutukseen katsomatta. Muutamissa toimituksissa, kuten *Aamulehdessä*, toimitus aktivoi ihmisiä kansalais- ja keskustelutapahtumien kautta. Esimerkiksi vaalien (kunnallis-, eduskunta- ja eurovaalit) alla, mutta myös muulloin, se kutsuu kansalaisia keskustelemaan toimitukseen tai muualle ja vie heidän agendaansa päättäjien tietoon (ks. Ahva 2005). Toimitukset myös pyytävät kansalaisten kysymyksiä poliitikoille, kuten esimerkiksi *Helsingin Sanomat* on tehnyt.

Kansalaisten aktivointi osallistumaan journalismiin ja yhteiskunnalliseen keskusteluun on päälliköiden mielestä alussa. Journalismin tilassa ja resurssien tapahtuva uusien kansalaisten poliittisen toiminnan ja osallistumisen muotojen kehittäminen kohtaa kynnyksiä niin journalismin tekijöiden kuin vastaanottajien totumuksissa. Lukijat suhtautuvat kunnioittavasti sanomalehteen, ja luonteva vuorovaikutus kehittyi hitaasti. Ihmiset ottavat spontaanisti yhteyttä toimitukseen melko harvoin. *Helsingin Sanomat(kin)* on joutunut pyytämään kansalaisten kommentteja useita kertoja. Kun se kunnallisvaalien alla 2004 peräsi lukijoilta kysymyksiä kun-

tien johtajille, kuulutus uusittiin useita kertoja. Se tuotti poliittisen toimituksen omasta mielestä muutamia kymmeniä käyttökelpoisia kysymyksiä.

Myös halu varmistaa lehden uskottavuutta estää innovoimasta osallistavia käytäntöjä. Uskottavuus edellyttää osasta valtamedian journalisteja ”brändättyä”, näkemyksellistä tietoa omine laatuvaatimuksineen. Kansalaiset eivät saa vapaata pääsyä, jottei tapahdu ”ylilyöntejä” ja luottamus uutisiin kärsi. *Helsingin Sanomista* toimitus ei halua päällikköä lainaten ”toista internetiä”: ”Kanavia saada äänensä kuuluviin ihmisillä on jo olemassa ja mekin tarjotaan osana, mutta on muita välineitä, jotka on aika paljon tehokkaampia.” On myös huomattava, että osa toimittajista kokee tietävänsä vähän osallistavista käytännöistä. Harva haastattelemani toimittaja oli kokeillut niitä itse.

Yhteiskunnallisen journalismin monet kasvot

Hyvällä yhteiskunnallisella journalismilla on artikkelin valossa monet kasvot. Sanomalehdet palvelevat lukijoitaan erilaisissa yhteiskunnallisissa rooleissa ja eri tavoin. Ne kannustavat ihmisiä äänestämään, kuulevat heidän kokemuksiaan vaikkapa palvelujen käyttäjinä ja tuovat yhteen erilaisia ryhmiä. Koska kansalaisuuden ja kuluttajuuden muodot ja merkitykset ovat monia, yhteiskunnallisen journalismin monet muodotkin on helppo nähdä tarpeellisiksi.

Edustuksellisen demokratian logiikkaan sitoutuneen modernin uutisjournalismin ihanteiden mukaan hyvä yhteiskunnallinen journalismi määrittyy ensinnäkin (yhä) kansalaisen kannalta oikeina ja olennaisina tietoina. Uutisointi pitää kansalaiset ajan tasalla yhteiskunnan tapahtumista (vrt. Reunanen 2003, 511). Osa toimittajista näkee tietojen kertomisen entistä tärkeämmäksi, koska poliittiset ratkaisut ovat globaaleja ja taloudellisia. Koska päätöksenteon ja vaikutusten prosessit ovat hämärtyneet ja etääntyneet kansalaisista ja heidän kotipaikoistaan, tiedonhankinnan ja byrokratian ammatillaisia heidän mielestään tarvitaan. Yhteiskunnan ja politiikan kannalta tämä voi merkitä positiivisesti sitä, että ihmisillä on potentiaalisesti median kautta mahdollisuus tulla informoiduiksi esimerkiksi äänestäjinä tai kuntalaisaktiiveina (vrt. Hamilton 2004, 12–13).

Kiinnostavaa on, että osa toimittajista arvioi kansalaisen informoimisen heitä potentiaalisesti yhteiskunnallisesti ja poliittisesti aktivoivaksi. Tie-

don saaminen ei rajaa kansalaisen asemaa sivusta seuraajaksi, vaan voi virittää toimintaa. Jos ihminen ei saa tietoa, näkeekö hän tarvetta toiminnalle, toimittajat kysyvät. Tämä journalismikäsitys osaksi sivuuttaa sen, että asiantuntijuuteen pohjautuva keskustelu on usein vaihtoehdottomana ja sen poliittiset valinnat jäävät piiloon (vrt. Kantola 2002, 304–308). Ongelmaksi voi nähdä myös sen, että kuvattaessaan politiikan vaihtoehdottomana journalismi tukee hierarkkisten valtarakenteiden pysyvyyttä ja kansalaisten äänen marginaalisuutta yhteisten asioiden hoitamisessa. Toisaalta tämän journalismikäsituksen valossa dikotomiat aktiivisuuden ja passiivisuuden tai informaation kohteen ja toimijan välillä näyttävät harhaanjohtavilta ja liian jyrkiltä. Pikemminkin ihmiset ovat sekä edustuksellisen demokratian ja politiikan käytäntöjen ja päätösten alaisia kohteita että poliittisia toimijoita; toimijuus ja alamaisuus rakentuvat vuorovaihtuksessa, jossa tiedon kohteen aseman voi nähdä sekä vallanalaisuutena että valtaa tuottavana (vrt. Cruicshank 1999, 20–23).

Kuten aiemmissa tutkimuksissa (esim. Ridell 1998; Puranen 2000; Heikkilä 2001), aineistossa eli käsitys kansalaisten mielipiteiden ja tietojen virheistä ja subjektiivisuudesta: ”väärin toteutettuna” kansalaisjournalismin uskotaan rapauttavan journalismin uskottavuutta ja vaikuttavuutta. Kyse on paitsi median itsensä myös yhteiskunnan ja politiikan kannalta kauaskantoisesta ajattelutavasta, joka estää yhden keskeisen yhteiskunnallisen instituution käytäntöjen muokkautumista deliberatiivisen demokratian logiikasta. Tätä käsitystä ei ole kuitenkaan syytä nostaa ylitse muiden. Yhteiskunnallisen journalismin ideaali näyttäytyi analyysissa myös kansalaisten kokemuksina sekä eri näkökulmien ja äänien kohtaamisena. Poliittiset ja hallinnolliset päätökset eivät tässä ideaalissa määrittele, mitä asiat merkitsevät. Journalistit sen sijaan pyrkivät esittämään ne ihmisten mielipiteiden, kokemusten ja tunteiden sekä niiden kohtaamisten kautta.

Journalismin muutoksesta kohti keskusteluun ja julkiseen harkintaan pohjautuvan demokratian ideoja kertoo erityisesti osallistava journalismikäsitys. Se lähtee kansalaisten osallistamisesta ja aktiivisesta yhteiskunnalliseen elämään; hyvä journalismi tarjoaa foorumeja ilmaista mielipide, osallistua ja tulla kuulluksi. Eliittijulkisuudeksi nähdyt mediatkin, kuten *Helsingin Sanomat*, pyrkivät tiedottamaan asioista, kuuntelemaan ihmisiä ja otta-

maan heidät vakavasti. Siivu yhteiskunnallista journalismia on resurssoida julkista harkintaa ja yhteistä tahtoa (vrt. Nieminen 2000, 189–193). Osa tendensseistä voikin suunnata valtamedian journalismia näin myös elämäntapapolitiikan käytäntöjä ja logiikkaa heijastaviin muotoihin (ks. Dahlgren 2000, 312): siihen, että ihmisten yhteiskunnallinen ja poliittinen toiminta on vähemmän institutionaalista ja enemmän sidoksissa arjen elämään ja elämäntilanteeseen, itseymmärrykseen ja maailmankatsomukseen.

Analyysin valossa on olennaista, millaiseen demokratiakäsitykseen lehden ja toimituksen johto sitoutuu. Se peilautuu yhteiskunnallisen ja poliittisen journalismin käytäntöihin ja siihen, miten päivälehdistö muuttuu. Mutta myös toimittajien henkilökohtaiset demokratiakäsitykset ovat tärkeitä journalismin ja ihmisille mediassa tarjoutuvalla yhteiskunnallisen identiteetin kannalta. Vaikka toimitukset vaativat toimittajia sitoutumaan yhteiseen linjaan, käsitykset yhteiskunnallisesta journalismista ja elämästä vaihtelevat. Yhteiskunnan ja poliittisen järjestelmän toimintaa ja muutoksia sekä ihmisten pätevyyttä julkisen keskustelun osallistujiksi haastateltavat selittivät lapsuuden kasvuympäristöllä, vanhempien koulutuksella ja sosiaalisella asemalla sekä oman elämänsä historian muokkamalla käsityksillä suomalaisen yhteiskunnan ja poliittisen järjestelmän toimivuudesta.

Merkittävää on, että osa toimittajista katsoo politiikan mahdollisuuksien hävinneen globalisoinnin ja taloudellinen ylivoimaisuuden myötä, jolloin myös journalismin keinot lisätä ihmisten uskoa vaikutusmahdollisuuksiin näyttävät heikoilta. Lisäksi jotkut keskisuuren lehtien toimittajat katsoivat, ettei heillä ole valtakunnallista vaikuttavuutta. Kun oma työ mielletty puuhasteluksi vailla poliittista merkitystä, on vaara, että tekijät itse asettavat itsensä marginaaliin ja ehdottavat samaa ihmisille. Olennaista journalismin muotojen ja muutoksen kannalta on nähdäkseni toimittajien usko siihen, että arvostamalla ihmisiä ja antamalla heille pääsyn mediajulkisuuteen, journalismi evästä heitä eliittien ja median esitysten kriittiseen tarkasteluun ja tarjoaa jäsentynyttä tietoa ja kokemuksia (ks. Atton 2002, 11; Howley 2003, 371).

Yksilön ja yhteisön rajapinnalla

Tapaamieni toimittajien puhetta hallitsee yksilöluja – hyvä yhteiskunnallinen journalismi resurs-

soi enemmän yksilöä kuin yhteisöä. Yksilökeskeisyys peilannee ainakin tarinallisuuden hyvettä: ihmisiä kiinnostavat toisen ihmisen tarina, persoona ja kokemukset. Yksilöpainotteinen kansalaislähtöinen journalismi voi tukea lukijoita kansalaisina. Kuten on esitetty, demokraattinen prosessi voi käynnistyä ihmisten elämässä koetuista ongelmista. Kun he ilmaisevat julkisesti yksityisessä elämässään kokemiaan asioita, he parhaimmillaan edesauttavat niiden lainsäädännöllistä ratkaisua (Reunanen 2003, 36–38). Silti on aihetta pohtia, miksi kansalainen edustajana ja yhteisön jäsenenä ei kiinnosta journalismia samalla tavalla.

Yhteisöllinen katsantokanta voi vankistaa kansalaisten kommenttien painoarvoa toimittajien, toisten lukijoiden, poliittisten ja taloudellisten eliittien käsityksissä (vrt. Ahva 2004, 72). Onhan se perustellumpaa esittää ja vaikeampi ohittaa kuin yksittäiseltä tunteenpurkaukselta vaikuttava kommentti. Yhteisöllinen perspektiivi arjen merkityksiin voi edesauttaa, että asianomaiset ihmiset pääsevät mediajulkisuuteen paremmin ja kansalaisuus pääsee rakentumaan me-yhteisöihin kuulumisen kautta (vrt. Dayan 2001, 744–745). Samalla tulisi tarpeellisesti ongelmalliseksi ajatus yhdestä kansalaismielipiteestä ja -kokemuksesta ja siitä, kuinka journalismi voi nojata siihen. Ovathan sosiaaliset erot ovat Suomessa kasvaneet, ja väestöryhmien kokemus- ja elämysmaailmat voivat poiketa toisista merkittävästi (Heikkilä ja Karjalainen 2000).

Meyer (2004, 232–234) korostaa journalismin asiakkaan kollektiivista luonnetta. Koska lukijoiden intressejä ei voida huomioida yksilöiden tasol-

la, ”asiakas” on pikemmin yhteisö. Sanomalehden tehtävää näin mietittäessä haasteet kasvavat. Se kurkottaa yhteisöjen ja ryhmien konkreettiseen palveluun. Tehtävä on haasteellinen, koska journalistit varovat ottamasta kantaa suoraan eikä aktiivinen politiikan tekeminen ole kuulunut heidän identiteettiinsä (Ahva 2004, 69). Yhteisöllinen tarkastelukulma paikallisiin kysymyksiin kuitenkin ehkä politisoisi journalismin käsittelemät aiheet. Yhteisöt käyttäisivät julkisuutta hyväkseen toisin kuin kadulta ”reväistyt” ihmiset. Keskeinen kysymys onkin, miten journalistit suhtautuvat ihmisten avoimesti ideologiseen ja poliittiseen aktiivisuuteen, toisin kuin esimerkiksi kuntalaisaktivismi usein on (vrt. Rättilä 2001, 191–192; Harju 2005).

Kaikkiaan yhteisöllinen katsantokanta perää journalisteja ajattelemaan paitsi kansalaisen kuuntelemista ja moniäänisyyttä myös journalismin vastuuta, valtaa, sitoumuksia ja seurauksia yhteiskunnassa ja politiikassa. Olennaista on kuunnella ihmisten kokemuksia ja tunteita sekä hyödynnä ja hyödyttää yhteisöllistä toimintaa. Olennaista on kehittää kansalaislähtöisiä käytäntöjä, jotka auttavat ihmisiä luottamaan omiin kykyihinsä, rakentamaan henkilökohtaisia verkostoja sekä kyseenalaistamaan valtaeliittien näkemyksiä ja määrittelyjä. Jotta ihmiset katsoisivat asioita omia intressejään laajemmin (vrt. Sirianni ja Friedland 2001, 23), journalismin kannattaa kehittää edelleen käytäntöjä, joissa paikantuvat resursseiksi ja resurssoitaviksi niin yksilön kuin kansalaisryhmien tieto, osaaminen ja toiminta.

LÄHTEET

- Ahva, Laura. 2004. Voiko vaalit hoitaa toisin? *Tiedotustutkimus/Journalismikritiikin vuosikirja 27*:1, 59–73.
- Ahva, Laura. 2005. Public journalism in a Finnish regional newspaper: Redefining the roles of the journalist and the reader. Esitelmä pohjoismaisessa mediatutkimuksen konferenssissa 11.–14.8.2005 Ålborg, Tanska.
- Atton, Chris. 2002. *Alternative Media*. Lontoo: Sage.
- Curran, James. 2002. *Media and Power*. Routledge.
- Cruickshank, Barbara. 1999. *The will to empower. Democratic citizens and others*. Ithaca: Cornell University Press.
- Dahlgren, Peter. 2000. Media, citizenship and civic culture. Teoksessa James Curran ja Michael Gurevitch (toim.) *Mass media and society*. Lontoo: Oxford University Press, 310–328.
- Dayan, Daniel. 2001. The peculiar public of television. *Media, Culture & Society* 23:6, 743–765.
- Fairclough, Norman. 1992. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Gans, Oscar H. 2004. Audiences on Demand. Teoksessa Andrew Calabrese ja Colin Sparks (toim.) *Toward a Political Economy of Culture. Capitalism and Communication on the Twenty-First Century*. Lanham: Rowman & Littlefield, 327–341.
- Glasser, Theodore. L. ja Stephanie Craft. 1997. Kansalaisjournalismi ja demokraattiset ideaalit. *Tiedotustutkimus* 20:4, 22–36.
- Haas, Tanni. 2003. Importing Journalistic Ideals and Practices. The Case of Public Journalism in Denmark. *Press/Politics* 8:2, 90–103.

- Hamilton, James T. 2004. *All the news that's fit to sell. How the market transforms information into news*. Princeton: Princeton University Press.
- Harju, Auli 2005. In search for active citizen. Notions of citizenship in a local public debate. Esitelmä pohjoismaisessa mediatutkimuksen konferenssissa 11.–14.8.2005 Ålborg, Tanska.
- Heikkilä, Heikki. 2001. *Ohut ja vanha journalismi. Kansalaisuus suomalaisen uutisjournalismin käytännöissä 1990-luvulla*. Tampere: Tampere University Press.
- Heikkilä, Matti ja Jouko Karjalainen 2000. *Köyhyys ja hyvinvointivaltion murros*. Helsinki: Gaudeamus.
- Helle, Merja 2004. *Journalistit käytännön mankelissa. Tutkimus- ja kehittämishanke uutistoimituksessa. Lisensiaatintutkimus*. Tampereen yliopisto, tiedotusopin laitos.
- Hirsjärvi, Sirkka ja Helena Hurme. 1988. *Teemahaastattelu*. 4. p. Helsinki: Gaudeamus.
- Holmberg, Jukka. 2004. *Etusivun politiikkaa: yhteiskunnallisten toimijoiden representointi suomalaisissa sanomalehtiutisissa 1987–2003*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Howley, Kevin (2003) A poverty of voices – street papers as communicative democracy. *Journalism – Theory, Practice and Criticism* 3:4, 273–291.
- Hujanen, Erkki. 2000. *Lukijakunnan rajamailla*. Julkaimaton journalistiikan lisensiaatintyö. Jyväskylän yliopisto, viestintätieteiden laitos.
- Hujanen, Jaana. 2005. Kiinnostava, kiinnostavampi, nuorekas? Tulevaisuuden yleisö bisnesmedian etsimässä. Teoksessa Jari Ojala ja Turo Uskali (toim.) *Mediajättien aika. Uusia heikkoja signaaleja etsimässä*. Helsinki: Inforviestintä, 273–285.
- Hujanen, Jaana. 2004. Tiedonvälitystehtävän murroksilla. Journalismineuvottelujen Risc-toimituksessa. *Tiedotustutkimus* 27:4–5, 38–55.
- Kantola, Anu. 2002. *Markkinakuri ja managerivalta – poliittinen hallinta Suomen 1990-luvun talouskriisissä*. Helsinki: Pallas.
- Koivunen, Anu ja Mikko Lehtonen. 2005. ”Joskus on kiva olla vähemmän aikuinen”. Kulttuurisen määrittelyvallan siirtymät ja julkisen puhuttelun areenat. *Tiedotustutkimus* 28:2, 4–27.
- Kunelius, Risto. 1998. Modernin myyntitykit. Journalistisen professionaalisuuden pulmat ja haasteet. Teoksessa Ulla-Maija Kivikuru ja Risto Kunelius (toim.) *Viestinnän jäljillä – näkökulmia uuden ajan ilmiöön*. Helsinki: WSOY, 207–230.
- Kunelius, Risto. 2000. Journalismi nelijalkaisena otuksena. Tutkimuksen näkökulmia, ongelmia ja haasteita. *Tiedotustutkimus* 23: 3, 4–27.
- Luostarinen, Heikki. 2002. Moneksi muuttuva journalismi, Teoksessa Touko Perko, Raimo Salokangas ja Heikki Luostarinen (toim.) *Median varjossa*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, Mediainstituutti.
- Meyer, Philip. 2004. *The vanishing newspaper. Saving journalism in the information age*. Columbia: University of Missouri Press.
- Nieminen, Hannu. 1998. Viestintä ja demokratia – kohti pluralistista julkisuutta. Teoksessa Ulla-Maija Kivikuru ja Risto Kunelius (toim.) *Viestinnän jäljillä – näkökulmia uuden ajan ilmiöön*. Helsinki: WSOY, 275–299.
- Nieminen, Hannu. 2000. Julkisuuden kohtalo myöhäismodernissa: globalisaatio vai pirstoutuminen. Teoksessa Anu Koivunen, Susanna Paasonen ja Mari Pajala (toim.) *Populaarin lumo – mediat ja arki*. Turku: Turun yliopisto, 188–213.
- Nieminen, Hannu ja Mervi Pantti. 2004. *Mediamarkkinoilla. Johdatus joukkoviestintään ja sen tutkimukseen*. Helsinki: Loki-Kirjat.
- Näsi, Juha. 2005. Medialiiketoiminnan uusi maailma. Teoksessa Jari Ojala ja Turo Uskali (toim.) *Mediajättien aika. Uusia heikkoja signaaleja etsimässä*. Helsinki: Inforviestintä, 286–294.
- Puranen, Tuula. 2000. Mä vaan kirjoitan. Laadullinen tutkimus Aamulehden uutistoimittajien yleisösuhteesta. Teoksessa Risto Kunelius ja Seija Ridell (toim.) *Kaksi katsetta journalismiin*. Tampere: Tampereen yliopisto, Tiedotusopin laitoksen julkaisuja A 94, 1–81.
- Renvall, Mika ja Esa Reunanen. 1999. Yhteisö totuutta metsästä: journalismi julkisen keskustelun kehkeysenä. *Tiedotustutkimus* 22:3, 76–91.
- Reunanen, Esa. 2003. *Budjettijournalismi julkisena keskusteluna. Tekstianalyysisiä näkökulmia suomalaisen ja ruotsalaiseen budjettikirjoitteluun*. Mediatutkimuksia. Tampere: Tampere University Press.
- Ridell, Seija. 1998. *Tolkullistamisen politiikkaa. Televisio-uutisten vastaanotto kriittisestä genrenäkökulmasta*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Ruostetsaari, Ilkka. 2003. *Valta muutoksessa*. Helsinki: WSOY.
- Rosen, Jay 1991. Making Journalism More Public, *Communication* 12:4, 267–284.
- Rosen, Jay 2000. Public journalism. Questions and Answers About Public Journalism. *Journalism Studies* 1:4, 679–694.
- Sirianni, Carmen ja Lewis Friedland. 2001. *Civic Innovation in America. Community Empowerment, Public Policy, and the Movement for Civic Renewal Civic Innovation in America*. Berkley & Los Angeles, California: University of California Press.
- Rättälä, Tiina. 2001. Kansalaistuva politiikka. Huomioita kuntalaisaktiivisuudesta poliittisena toimijuuksena. *Poliittikka* 43:3, 190–207.
- Underwood, Doug. 1993. *When MBAs rule the Newsroom. How the Marketers and Managers Are Reshaping Today's Media*. New York: Columbia University Press.