

TÄTÄKÖ ON VERKKO-OTSIKOINTI? – KATSO TULOKSET!

Verkkouutisotsikoiden muutos 2006–2012

Jussi Karhunen

Journalistiikan kandidaatintutkielma

Kevät 2012

Viestintätieteiden laitos

Jyväskylän yliopisto

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 OTSIKOITA VERKOSTA JA ARKISTOSTA	4
2.1 Mikä on verkkouutisotsikko?	4
2.2 Viiden suurimman verkkomedian otsikot	5
2.3 Kansallinen verkkoarkisto vanhojen otsikoiden lähteenä	6
2.4 Ovatko kaikki verkko-otsikot uutisotsikoita?	8
2.5 Otsikoiden keruutapa	10
3 SISÄLLÖN ERITTELY MUUTOKSEN KUVAAJANA	13
3.1 Lähtökohtana kvantitatiivisuus	13
3.2 Otsikkoluokat kumpuavat aineistosta	15
4 MITÄ OTSIKOT SISÄLTÄVÄT?	19
4.1 Onko otsikon sittenkään pyrkimys olla yksiselitteinen?	19
4.2 Lehtilainoja ja vastuunkiertoa	25
4.3 Oho, kuinka mystistä – katso kohukuvat!	29
4.4 Lisää pituutta, kaikki verkkoon	31
5 ERITTELYSTÄ ANALYYSIIN – JOHTOPÄÄTÖKSET	34
5.1 ”Susi!” huusi poika, ”Kohu!” huutaa media	34
5.2 Mediat eriytyvät asia- ja viihdelinjoille	37
5.3 Jatkotutkimusideoita	38
LÄHTEET	39
LIITE 1	41
LIITE 2	44

1 JOHDANTO

Suomalaismedioiden internetaikaan herääminen on ollut jatkuvaa opettelua ja tekemisen tapojen muutosta. Aluksi erityisiä kerronnan konsteja kopioitiin pitkälti sanomalehtikerronnasta, mutta vähitellen verkkojournalismi on liukunut kohti omaa itsenäistä alalajiaan.

Verkossa käytävä uutiskilpailu on muotoutunut monien mediatalojen nettideskeissä klikkikilvaksi, jossa lukija koetetaan houkutella kaikin keinoin omille sivuille lukemaan juttu. Auki klikattujen uutisten määriä käytetään pontimena myytäessä mainospaikkoja mediassa ilmoittaville mainostajille. Tässä klikkijahdissa lähestulkoon ainoaksi koukuksi on muodostunut jutun otsikko – monesti lukija ei näe jutusta muuta kuin otsikon ja tekee sen perusteella päätöksen, avatako ja lukeako juttu, vai ei.

Klikkikisaamista on edesauttanut muutamia vuosia sitten läpi lyönyt uutisgeneraattori Ampparit.com, joka listaa merkittävimpien mediatalojen verkkouutisvirran sivuilleen reaaliajassa pelkkien otsikoiden muodossa. Osa medioista, kuten esimerkiksi Kauppalehti, on jo alkanut vedota mainostilansa myynnissä myös lukijoiden sivuilla viettämään aikaan, eikä pelkästään sivustolla olevien otsikoiden klikkausmääriin. Suurin osa mainoksilla elävistä medioista kuitenkin tuijottaa edelleen vain juttujen klikkausmääriä.

Olen itse työskennellyt MTV3:n verkkouutistoimituksessa kolmena kesänä vuodesta 2009 alkaen. Kesien välissä työskentelyni on ollut satunnaisempaa opintojen ohella työskentelyä. Oman huomioni mukaan otsikot verkon puolella ovat muuttuneet viihteisemmiksi ja lukijoita enemmän kosiskeleviksi. En ole havaintoineni yksin, sillä verkkouutisotsikoiden keventymistä on moitittu useammalta taholta. Esimerkiksi journalismin tutkija Johanna Vehkoo (2011) suomii ankarin sanakääntein verkkouutisten tekemistä ja tekotavan muutosta vuosituhannen puolivälissä. Vehkoon mielestä mediayhtiöissä pääteltiin vuosituhannen puolivälin tienoilla lukijoiden olevan verkon puolella tyhmempiä, mikä näkyy suoraan sisällössä ja otsikoinnissa (vrt. Pietilä 2007, 240). Samaan vuosituhannen vaihteeseen ajoittuu myös toimitusten herääminen verkkosisältöjen merkittävyteen, kun verkon ilmoitusmyynti rupesi kasvamaan vuositasolla kaksinumeroisin prosenttiluvuin (Pietilä 2007, 214–215). Vehkoon mukaan

otsikoiden muuttuminen hölmömmiksi ja verkkouutissisällön yleinen viihteellistyminen ovat kulkeneet käsi kädessä. Lehtien kannattaisi julkaista verkkosivuillaan lähinnä tissikuvia sekä eläinvideoita, sillä ne ovat taattuja klikkimagneetteja (Vehkoo 2011, 42–44).

Yhtä kärjekkäällä linjalla on Hymy-lehden entinen päätoimittaja Sami Lotila, jonka mukaan verkkouutisotsikko on sitä kutkuttavampi ja paremmin vetävämpi¹, mitä alatyylisempi ja hölmömpi se on.² Kolumnikirjoituksensa yhteydessä Lotila niputtaa hieman satiirin tavoin yhteen internetsisältöjen tyyli vaatimuksia ja tulee siinä sivussa määritelleeksi myös verkkouutisotsikoiden tyylikirjaa: lyhyttä, kärkevää, hauskaa, nokkelaa ja ilkeääkin, jos sille halutaan saada klikkejä, lukijoita.

Mitä verkko-otsikoille oikeasti on tapahtunut reilussa puolessa vuosikymmenessä? Niille syljetään ja niitä parjataan, mutta miltä totuus näyttää numeroiden valossa? Ovatko otsikot muuttuneet radikaalisti johonkin suuntaan, ja jos ovat, niin kuinka raju muutos on ollut? Tämän tutkimuksen tarkoituksena on löytää vastaus näihin kysymyksiin.

Ennako-oletukseni on, että otsikot ovat muuttuneet viihteellisempään suuntaan, ja että tietynlainen lukijan juksaaminen on lisääntynyt. Erityisesti epäilen, että otsikoissa on ryhdytty suosimaan erityisen paljon pronomineja, joiden avulla uutisen varsinainen sisältö tai kohde saadaan häivytettyä otsikosta. Niin uutisesta voidaan kertoa tekemättä yksiselitteisen selväksi, mistä on kyse (esim. *Mikäs se siinä? Näinkin sen vallanvaihdon olisi voinut nähdä* [MTV3 2012] tai *Tämän vuoksi lipun voi vetää salkoon tänään* [Keskisuomalainen 2012]).

Tutkimus täyttää selkeän aukon verkkojournalismin tutkimuksen kentässä, sillä aikaisempaa tutkimusta verkkouutisotsikoinnista tai sen kehityksestä Suomessa ei ole olemassa. Otsikointia on korkea aika tarkastella kliinisellä tutkijan otteella ottaen huomioon verkon kasvaneen painoarvon uutisvälityksessä ja otsikoinnin roolin lukijan

¹ Kerää paljon lukijoita julkaisumedian etusivulla ja Ampparit.com –portaalin kautta.

² *Viihdetoimittaja on journalismin eliittiä, kirjoittaa Sami Lotila*. Helsingin Sanomat, Nyt-liite 2.3.2012, Pop-essee, 20.

lukupäätösten perusteena. Verkossa otsikoinnilla on jutun lukemiseen jopa suurempi merkitys kuin otsikoilla painetussa sanomalehdessä.

Tutkimuksen tarkoituksena ei ole puuttua verkkosisältöjen yleiseen viihteellistymiskehitykseen, vaikka keräämästäni aineistosta voisi helposti vetää viihteellistymisestä määrällisiä johtopäätöksiä. Viihteellistymistä kuitenkin sivutaan. Niin ikään tutkimuksessa ei arvioida otsikoiden todenperäisyyttä tai niiden vastaavuutta jutun sisällön kanssa. Otsikoita on tutkittu irrallaan kuvituksesta ja mahdollisista esiriveistä, joita joidenkin verkkouutispalveluiden etusivuilla otsikoihin liittyy.

2 OTSIKOITA VERKOSTA JA ARKISTOSTA

Tässä luvussa esittelen tutkimuksessa käytetyn aineiston. Ensimmäiseksi määritellään tutkimuksen keskeisin käsite, verkkouutisotsikko. Toiseksi käsittelen yleisiä aineiston rajausperusteita ja kolmanneksi kerron lyhyesti Kansallisesta verkkoarkistosta, josta on poimittu tutkimukseen kuuden vuoden takaisia verkkouutisotsikoita. Neljännessä alaluvussa mennään journalismin ytimeen ja pohditaan otsikoiden uutismaisuutta. Lopuksi kerron yksityiskohtaisemmin, miten aineistoni keräsin.

2.1 Mikä on verkkouutisotsikko?

Verkkouutisotsikkoa määriteltäessä on lähdettävä liikkeelle pelkän otsikon määritelmästä. Kuutin Mediasanaston (2012) mukaan otsikko on ”kirjoituksen (jutun, ilmoituksen) nimen tai aiheen ilmaiseva lause, sana tai sanaryhmä, sen eräänlainen tunniste tai tiivistys jutun sisällöstä, ’päällekirjoitus’ (rubriikki)”. Huovila (2001, 108; 2002, 198) on luetellut otsikolle kolme tehtävää: Ensiksi otsikko on jutun mainos, jonka perusteella lukija päättää, ryhtyykö juttua lukemaan vai ei. Toiseksi otsikko kertoo jutun tärkeimmän asian eli jutun ytimen. Kolmanneksi otsikko on mahdollisimman rehellinen. Huovila on Okkosen (1974, 240) kanssa samaa mieltä otsikon ensimmäisestä ja kolmannesta tehtävästä. Vaikuttaa kuitenkin siltä, että otsikon rehellisyys on pikemmin ideaali kuin ehdoton totuus, varsinkin iltapäivälehtien kohdalla (von Bagh & Koski 2000, 106–107; Tyynysniemi 2009).

Verkkouutisotsikon kohdalla ensimmäinen vaatimus täyttyy, eli otsikon on saatava lukija kiinnostumaan niin paljon, että juttu tulee klikattua ja luettua. Myös verkko-otsikot kertovat yleensä jutun olennaisesta asiasta tai ainakin vihjaavat siihen (ks. luku 4.1). Rehellisyyttä otsikoilta vaaditaan edelleen, ainakin Journalistin ohjeiden mukaan (Journalistiliitto 2011, kohta 15). Tässä tutkimuksessa verkkouutisotsikkona pidetään Kuutin Mediasanastoa (2012) mukailleen verkossa toimivan uutispalvelun sivuilla olevaa lausetta, sanaa tai sanaryhmää, joka toimii tunnisteena tai tiivisteenä sille jutulle, joka otsikkoa klikkaamalla lukijalle avautuu.

2.2 Viiden suurimman verkkomedian otsikot

Tutkimuksen aineistoksi valikoitui kaikkiaan 300 otsikkoa. Otsikkovertailuun on valittu Suomen viisi tällä hetkellä suurinta verkkouutismediaa (Suomen web-sivustojen viikkokävijät 2012): Iltalehti, Ilta-Sanomat, MTV3, Helsingin Sanomat ja Yle. Nämä ovat samalla myös Suomen vierailuimmat kotimaiset nettisivustot. Viime vuosina viiden suurimman keskinäinen suuruusjärjestys on ollut kutakuinkin yllä kuvatun kaltainen. Kärkipaikkaa ovat pitäneet iltapäivälehdet reilusti yli kahdella, joskus jopa lähes kolmella miljoonalla viikkokävijällään, MTV3 on vakiinnuttanut paikkansa kolmantena tehden silloin tällöin lyhyitä vierailuja kakkos- tai jopa kärkipaikalle. Yleensä MTV3:n viikkolukijamäärä pyörii kahden miljoonan molemmin puolin. Helsingin Sanomat ja Yle ovat yleensä jakaneet nelos- ja viitossijat keskenään reilun puolentoista miljoonan henkilön kävijäsaaliillaan.

Kultakin medialta on poimittu aineistoon 30 otsikkoa vuodelta 2006 ja 30 otsikkoa vuodelta 2012. Kolmenkymmenen otsikon otokset mediaa ja vertailuvuotta kohden antavat mielestäni riittävän hyvän kuvan verkkouutisotsikoiden kehityksen yleislinjasta. Aineiston kokonaismäärä ei kuitenkaan vielä kasva liian suureksi. Vuoden 2012 otsikot on poimittu viikolla 9 tiistaista perjantaihin ulottuvalla ajanjaksolla (28.2.–2.3.). Poiminta-ajat ovat olleet virastoaikoina, eli noin klo 9–17. En tehnyt poimintaa täysin satunnaisesti, vaan siirsin MTV3:n ja Ilta-Sanomien kohdalle alun perin suunnittelemaani poiminta-ajankohtaa merkittävien uutistapahtumien vuoksi.

Nykyisille verkkouutissivustoille on tyypillistä, että yksi isohko uutistapahtuma valtaa koko sivuston lukuisilla jatko- ja kylkijutuillaan. Yhden aiheen uutistulva ei välttämättä kestä ajallisesti kovinkaan pitkään: kun Nokia julkisti aineistonpoimintaviikolla uuden odotetun puhelinmallinsa suuritehoisine kameroineen, seurasi MTV3 julkistusta ja sen lieveilmiöitä yli kymmenen uutisjutun verran puolenpäivän aikaan. Kaikki jutut asiantuntijalausuntoineen, yrityksen johdon haastatteluideen, arvioineen ja pörssireaktioineen julkaistiin parin tunnin aikana. Samaan aikaan puhelinjulkistuksen painoarvo MTV3:n uutis- ja yleisetusivuilla oli merkittävä. Iltapäivällä muut aiheet olivat kuitenkin nousseet ykkösuutisiksi puhelimenjulkistuksen ohi.

Aineistonpoimintaviikolle osui myös Sauli Niinistön astuminen tasavallan presidentin

virkaan, jonka reaaliaikainen seuranta niin ikään täytti muutamaksi tunniksi kaikki viisi merkittävintä verkkomediaa.

Kyseinen reaaliaikaisen uutistapahtuman seuranta internetin verkkouutispalveluissa on itsessään mielenkiintoinen ja tutkimisen arvoinen ilmiö, mutta se ei kuitenkaan ole tämän tutkimuksen tarkoitus. Tämän vuoksi hylkäsin Niinistön virkaanastujaisten ja Nokian puhelimenjulkistuksen aikaan suunnitellut otsikko-otannat, sillä ne olisivat aiheuttaneet vääristymää määrälliseen aineistoon, jonka tarkoituksena on antaa keskimääräinen kuva tavallisesta uutispäivästä.

Niinistön virkaanastuminen on havaittavissa aineistosta Ilta-Sanomien kohdalla, sillä Ilta-Sanomien aineisto kerättiin vain muutamaa tuntia ennen kuin virkaanastujaiset alkoivat. Tuolloin Ilta-Sanomien verkon etusivulla oli neljä uutisotsikkoa virkaanastujaisista. Muuhun aineistoon verrattuna määrä ei kuitenkaan ole ylisuuri eikä siten aiheuta vääristymää tuloksissa. Rungas erillisten juttujen tehtäily yhdestä verrattain pienestäkin uutisaiheesta vaikuttaa aineiston perusteella olevan osa nykyistä arkipäivän verkkouutisointikulttuuria.

2.3 Kansallinen verkkoarkisto vanhojen otsikoiden lähteenä

Vuoden 2006 aineisto on kerätty Kansalliskirjaston ylläpitämästä Kansallisesta verkkoarkistosta (myöhemmin KaVa). Verkkoarkiston ensimmäiset tallennukset suomalaisesta verkkosivuavaruudesta alkavat vuodesta 2006. Tämän vuoksi KaVan ensimmäiset tallennukset olivat myös luonnollinen vertailukohta nykytilanteeseen: sitä ennen suomalaisia verkkosivustoja ei tietävästi ole tallennettu mihinkään kansalliseen arkistoon. Tekijänoikeuslainsäädännön vuoksi KaVan sisältöä pääsee selaamaan vain maamme vapaakappalekirjastojen työasemilla (Keskitalo & Jansson 2012). Kotikoneilta voi tarkistaa, minkä verran tietystä verkkosivustosta on olemassa tallennuksia.

Varsinaisia tallennettuja sisältöjä ei kuitenkaan kotikoneilta näe.

Kansainvälisistä internetin tallennussivustoista yhdysvaltalainen Internet Archive on tallentanut verkkosisältöjä jo vuodesta 1996 lähtien. Yhdysvaltain tekijänoikeuslainsäädäntö ei rajoita internetin sisältöjen tallentamista ja

uudelleenkatselemaan, joten arkistoa voi käyttää jokainen, jolla on internetyhteys: testausvaiheessa olevaan Wayback Machine -nimiseen hakuohjelmaan (web.archive.org) syötetään halutun verkkosivuston url-osoite, minkä jälkeen hakuohjelma näyttää kalenterimuodossa päivät, jolloin kyseistä verkkosivua on tallennettu. Internet Archivistista löytyy vanhempaa suomalaista sisältöä kuin Kansallisesta verkkoarkistosta ja joissain tapauksissa jopa kattavammin. Sekä Wayback Machinessa että KaVassa sivujen kuvat eivät kuitenkaan välttämättä näy oikein. Wayback Machine -hakukoneen toiminta on muutoinkin hieman epävarmaa, sillä se menee usein jumiin.

Vuonna 2006 vertailuviisikkomme verkkosivuja ei ollut tallennettu Kansalliseen verkkoarkistoon kovinkaan monta kertaa. Vuoden 2006 otanta on siksi vuoden 2012 otosta satunnaisempi, tosin siinä on painotettu päiväsaikaan tehtyjä tallennuksia, vaikka yöaikaan tehtyjä tallennuksiaikin olisi ollut tarjolla. Ilta-Sanomien aineisto vuodelta 2006 on sunnuntailta, muiden aineisto arkipäiviltä. Kutsun Kansallisen verkkoarkiston sivutallennuksia paremman puutteessa *älykkäiksi ruutukaappauksiksi*. Tällä tarkoitan sitä, että esimerkiksi Iltalehdeltä on tallennettu portaalin etusivu iltalehti.fi ruutukaappauksena. Älykkääksi ruutukaappauksen tekee se, että osa sivun linkeistä toimii, valitettavasti osa sen sijaan ei. Kaikkia uutisjuttuja ei välttämättä pääse lukemaan, osa taas on täysin luettavissa. Varsinaista logiikkaa linkkien toimivuudessa ei ole.

Epätasaisuus verkkosivujen tallennusasteessa johtuu KaVan sivutallennuksen teknisistä ominaisuuksista. KaVa pyrkii tallentamaan jokaisen .fi- ja .ax-päätteisen³ verkkosivun sisällön ainakin kerran vuodessa. Utissivustot muodostavat nykyisin poikkeuksen, sillä niitä pyritään tallentamaan lähes päivittäin. Verkkosisältö tallennetaan KaVaun automaattisten haravointien avulla. Tallennusaste on suoraan verrannollinen sivun kokoon: mikäli verkkosivustolla on suuri määrä alisivuja ja sivut vievät muutoinkin paljon levytilaa, ei pääsivun lisäksi välttämättä pystytä tallentamaan kovinkaan suurta osuutta sivuston muusta sisällöstä. Utissivustot ovat oivallinen esimerkki verkkosivuista, joita tallennettaessa vain pieni osuus alisivuista etusivun lisäksi tallentuu KaVaun. Tallennus tehdään lisäksi pitkän ajan kuluessa, mistä aiheutuu

³ .ax-päätteiset domainit viittaavat ahvenanmaalaisiin verkkosivuihin.

arkiston selaajan näkökulmasta pientä epätarkkuutta tallennusajankohdissa. Esimerkiksi sivuston etusivu voi olla tallennettu 10.3.2006, mutta viihdeosioon mentäessä tallennus voikin olla seuraavalta päivältä. Tämä aiheuttaa luonnollisesti ongelmia myös linkkien toimivuudessa. Kansallinen verkkoarkisto soveltuukin paremmin harvoin päivittyvien verkkosivujen tarkasteluun, kuin jatkuvasti päivittyvien uutissivustojen tutkimiseen. (Keskitalo & Jansson 2012.)

2.4 Ovatko kaikki verkko-otsikot uutisotsikoita?

Aineistoa kerätessä oli tehtävä selkeä rajausta sen suhteen, millaisia otsikoita vertailtaisiin. Tulokset olisivat erilaisia, jos otsikot otettaisiin medioiden uutisetusivulta (esim. mtv3.fi/uutiset), kuin jos ne otettaisiin koko sivuston etusivulta (mtv3.fi). Etusivu kerää yhteen kaikki osa-alueet: vakavat ja viihdeuutiset, urheilun, ohjelmatiedot, erilaiset teemasivustot terveydestä ja kodinpidosta autoiluun, sekä verkkovideoarkistot. Kaikkien osastojen sisältö ei ole lähimainkaan uutismaista, mutta silti se tarjoillaan etusivuilla usein uutisten joukossa ja uutisenomaisessa muodossa. Eri osioilla on usein kokonaan erilliset toimitukset, esimerkiksi MTV3:lla sähköuutistoimitus tuottaa sisällön ainoastaan mtv3.fi/uutiset-sivulle. Viihteen, urheilun, Studio55:n ja naisille suunnatun teemasivusto Helmen sisällöt tuotetaan muualla. Eri toimituksilla ei yleensä ole valtaa toistensa uutisointiin tai otsikointiin. Tästä johtuen ajattelin ensin selkeyden vuoksi rajata otsikkovertailun pelkästään medioiden uutisiosioon ja niin ollen kovemman luokan uutisiin.

Käytännössä aikomus kohtasi ongelmia. Vuoden 2006 aineisto KaVassa ei välttämättä käsittänyt kaikilta vertailumedioilta tallennettua uutisetusivusta, vaan ainoastaan yleisetusivusta. Näin oli laita esimerkiksi Iltalehdellä. Ilta-Sanomilla uutisetusivua oli näennäisesti tallennettu useampia kertoja, mutta käytännössä ruutukaappauslinkkien takaa paljastuivat aina sunnuntain 10.9.2006 sivut. Kaikkien vertailumedioiden yleisetusivuja sen sijaan oli tallennettu useampia kertoja.

Toisen ongelman aineiston valinnalle asetti verkkouutisoinnin vahva viihteellisyys. Erityisesti iltapäivälehtien kohdalla rajanveto uutisen ja puhtaan viihteen välillä on häilyvää, eikä se ole aina mielekästäkään. Edes osastovalinta (uutiset/viihde) ei aina ole

selkeä tae uutisen painoarvosta. (Kivioja 2007, 82–83.) Ajauduin lopulta pohtimaan verkkouutisen määritelmää. Onko Iltalehden verkossa oleva juttu otsikolla *Hän on yli 41-vuotias – uskoisitko?*[IL 2012] uutinen? Entäpä Ilta-Sanomien *Jaakko Rytsölä myy perheensä isoa Bemaria?* [IS 2012] Kiviojan (2007, 82) määritelmän mukaan viihdeuutinen sisältää viihdettä ja jonkin verran uutista. Jälkimmäisen otsikon kohdalla kyse lienee siis eittämättä uutisesta – viihdeuutisesta. Omassa genressään se on täysin uutismitan täyttävä, sillä pienikin muutos julkkiksen elämässä on viihdejournalismille uutisen arvoinen asia. Rytsölä-otsikon oletus on, että Rytsölän seurassa lukija viihtyy. Ensimmäisestä otsikosta Kiviojakaan ei olisi enää yhtä varma. Iltapäivälehtiä käsitelleessä tutkimuksessaan hän jopa kyseenalaistaa, ovatko ensimmäisen otsikon kaltaiset uutiset journalismia ollenkaan (Kivioja 2007, 199).

Journalistisesta näkökulmasta tutkimusta tehdessä on helppo sortua eritoten iltapäivälehtien kohdalla elitistiseen tuomitsevaan moralismiin. Tätä välttääkseni ryhdyin ajattelemaan verkkouutismääritelmää tavallisen lukijan näkökulmasta. On selvää, että aineistoni viisi suurinta suomalaista verkkomediaa ovat samalla myös Suomen vierailuimmat suomalaiset verkkosivustot juuri niiden tarjoaman uutisisällön vuoksi. Sivuille käydään, jotta saataisiin selville, mitä maailmassa tapahtuu tai on tapahtunut. Mille sivulle ihmiset siis menevät uutisnälkensä tyydyttääkseen?

Kävijälukuja mittaava TNS Metrix tarjoaa tietoa myös alasivujen suosituimmuudesta. Kävijälukujen tarkastelu ei tosin tuo suoraa vastausta ongelmaan, sillä viikkokävijöillä mitattuna Iltalehden ja MTV3:n etusivu on suosituimpi kuin uutiset-osio, Ilta-Sanomilla ja Helsingin Sanomilla taas uutiset-sivu päihittää kävijöissä etusivun. Viihde oli kaikilla kolmanneksi suosituin alasivu Helsingin Sanomia lukuun ottamatta. Siellä viihteen edellä oli Oma kaupunki -osio. Molemmilla iltapäivälehdillä urheilu oli neljäntenä, MTV3:lla urheilu oli viides ja edellä neljännellä sijalla oli Katsomo. Helsingin Sanomilla urheilu oli vasta kahdeksannella sijalla kävijätilastossa. Edellä olivat muun muassa talous ja kulttuuri. Yleltä vastaavia tietoja ei ole saatavissa; ainoa alasivu, jonka kävijäluvut mainitaan erikseen, on YleX. (Suomen web-sivustojen viikkokävijät 2012.)

Erot etusivun ja uutissivun kävijäluvuissa olivat kaikilla neljällä verkkomediolla noin 100 000–200 000 kävijän luokkaa. Voidaan siis yleistäen sanoa, että etusivun ja uutisosion kokoama uutistarjonta nähdään keskenään tasaveroisena, varsinkin kun

viidestä vertailumediasta neljän etusivut ovat aiheiltaan voimakkaan uutisvetoisia. Päättelin näin ollen, että keskimääräinen verkkouutisten selaaja muodostaa käsityksensä verkkouutisotsikoinnin tasosta ja tyylistä mielessään niin etusivujen kuin uutisosioidenkin esillepanot. Lisäksi kulttuuri-, urheilu-, ja viihdeuutiset ovat monesti omilla sivuillaan, vaikka nekin tuottavat eritoten verkossa selkeää uutisaineistoa, joka kootaan kovien uutisten kanssa kattaukseksi etusivulle. Tämän vuoksi valitsin otsikkoaineistoni verkkomedioiden etusivuilta. Poikkeuksen tosin tekee jälleen Yle, jolta vertailuun on valittu yle.fi/uutiset-sivusto. Ylen etusivu ei ole läheskään yhtä uutisvetoinen kuin neljän vertailumedian. Ylen etusivullakin uutiset ovat toki kärjessä, mutta sen lisäksi sillä lietsotaan yhteiskunnallista keskustelua ja markkinoidaan Ylen tarjoamia televisio- ja radiosisältöjä. Erilaiset sisällöt on kuitenkin helppo erottaa toisistaan. Myös MTV3:n etusivulla on paljon televisiokanavan muihin palveluihin liittyvää sisältöä. Genrerajoista riippumaton uutissisältö on kuitenkin MTV3:lla näyttävämmän esillä kuin Ylellä.

2.5 Otsikoiden keruutapa

Otsikot on kerätty etusivuilta järjestyksessä siten, että ylimmäisenä ja isoimmalla koolla ollut otsikko on ensin, sitten alapuolella oleva. Mikäli otsikoita on ollut rinnakkain, on edetty lukusuunnassa vasemmalta oikealle. Näin on jatkettu uutisgenrerajoista (esim. Helsingin Sanomilta mukana on autot-osion uutisia, Ilta-Sanomilta Hyvät naiset –osion juttuja) piittaamatta, kunnes 30 otsikkoa on tullut täyteen. Sivupalstojen kolumneja tai blogeja ei ole otettu huomioon, elleivät ne ole olleet selkeästi muiden uutisten muodostaman uutisvirran osana. Erilaiset luetuimmat-listaukset on myös jätetty huomiotta, sillä tutkimuksen tarkoitus ei ole tutkia erilaisten otsikoiden suosituimmuutta lukijoiden keskuudessa. Joissakin tapauksissa etusivulle erikseen nostetut uutiset ovat loppuneet kesken, mutta alempana on kuitenkin ollut tarjolla tuoreimpia uutisotsikoita kronologisessa ilmestymisjärjestyksessä. Tällöin on otettu huomioon myös nämä otsikot.

Vuonna 2012 kolmenkymmenen otsikon aineisto saatiin kokoon yhdellä keruukerralla saman päivän materiaaleista. Iltapäivälehdillä valinnanvaraa olisi ollut vielä reilusti: esimerkiksi Iltalehden etusivulla on alkuiltapäivästä jo pitkälti toistasataa otsikkoa. Sen

sijaan vuonna 2006 tavaraa oli tarjolla huomattavasti niukemmalti. Yhdelläkään verkkomedialla ei ollut etusivullaan kolmeakymmentä uutisotsikkoa. Vuoden 2006 aineisto saatiin Yleltä, Ilta-Sanomilta ja Iltalehdeltä kahden päivän otsikoista, MTV3:lta ja Helsingin Sanomilta etusivun otsikkoja piti kerätä kolmelta päivältä.

Iltapäivälehtien kohdalla otsikoita kerättäessä jouduttiin jälleen rajaustehtävän eteen. Juttuja mainostettiin usein isoilla verkkolöopeillä, jossa oli yhdistetty itse otsikko, kuva, kuvan päälle levitettyjä lisäotsikoita ja huudahduksia (ks. kuva 1 alla). Tällaisissa tapauksissa mukaan on otettu harkinnanvaraisesti myös lööppikuvan päälle levitetty teksti tai huudahdus, milloin se on katsottu olennaisesti otsikkokokonaisuuteen kuuluvaksi. Mikäli kuvan päällä on useita ”lisäotsikoita”, jotka eivät kuitenkaan johda mihinkään erilliseen juttuun, ei niitä ole otettu aineistoon mukaan. Myöskään ingressitekstejä ei ole huomioitu. Lööppikuvan päälle levitettyt tekstit ja huudahdukset on aineistossa erotettu otsikosta ajatusviivalla, tosin ajatusviivaa on käytetty myös monissa otsikoissa yhtenä elementtinä muutenkin. Aineistosta ei voi tulkita, koska ajatusviiva on ollut otsikossa jo alun perin, ja koska se on lisätty osoittamaan eroa lööppitekstin ja varsinaisen otsikon välillä. Koen kuitenkin, että suorittamani aineiston tarkastelun kannalta tällä ei ole olennaista merkitystä.

The image shows a screenshot of a news website. The main headline is "Kriitikot Nälkäpeli-tähestä: Liian lihava!". Below it is a sub-headline "Ulkonäköä moititaan rankasti." with a photo of a woman. To the right of the photo is a poll: "Ovatko elokuvien ja television kauneusihanteet epärealistisia?" with a progress bar showing 96% "Kyllä" (Yes) and 4% "Ei" (No). The poll has 1679 votes. To the left of the main headline is a sidebar with various news items. To the right is another section with a video player and a "10 VIN" badge.

Kuva 1. Iltapäivälehtien lööppimäinen verkko-otsikointityyli aiheutti hankaluuksia otsikoiden keruussa. Kuvan kaltaisessa tapauksessa otsikko on kirjattu aineistoon

muodossa ”Kriitikot Näkäpeli-tähdestä: Liian lihava! – Ulkonäköä moititaan rankasti.” Iltalehti 29.3.2012.

3 SISÄLLÖN ERITTELY MUUTOKSEN KUVAAJANA

3.1 Lähtökohtana kvantitatiivisuus

Tutkimukseni perimmäinen ajatus on kuvata verkko-otsikoinnissa vuosien saatossa tapahtunutta muutosta ja jonkin verran myös kuvailla muutoksen laatua sikäli kuin se tutkimukseni laajuuden huomioon ottaen on mahdollista. Tämän vuoksi olen valinnut tutkimukseni lähtökohdaksi kvantitatiivisen lähestymistavan ja käytän pääasiallisena metodinani sisällön erittelyä, sillä se on oivallinen tapa kuvata mediatrendejä ja -sisältöjä sekä niissä tapahtuvia muutoksia (esim. Williams, Rice & Rogers 1988, 37; Wimmer & Dominick 2011, 157–158). Lisäksi metodi on omiaan juuri aloitteleville joukkoviestinnän tutkijoille (Wimmer & Dominick 2011, 156). Sisällön erittelyn perusajatus on tuottaa laskettavissa olevaa tietoa siitä, mitä mediateksti sisältää (Gunter 2002, 220). Numeraalisten tulosten valossa on helppo tehdä vertailuja kahden eri ajankohdan välillä ja osoittaa muutos yksiselitteisesti.

Metodina sisällön erittely on hyvin joustava, ja tutkija voi muokata sitä helposti omiin tarpeisiinsa sopivaksi. Siitä on olemassa useita hieman toisistaan poikkeavia muotoja (ks. Tuomi & Sarajärvi 2009, 91–123; Gunter 2002; Wimmer & Dominick 2011, 156–157). Keskeinen periaate sisällön erittelyssä on määritellä mediatekstistä jokin luokitusyksikkö – tässä tapauksessa otsikko – ja jakaa yksiköt erilaisiin sisältöluokkiin. Tämän jälkeen luokkia yhdistellään ja lasketaan, kuinka monta yksikköä kussakin luokassa on. Tulokset sopivat oivallisesti vertailtavaksi.

Lähes jokaisesta sisällön erittelyn määritelmästä löytyy kolme peruspilaria, jotka ovat kyseisen tutkimustekniikan tunnusmerkkejä: systemaattisuus, objektiivisuus ja laskettavuus (esim. Gunter 2002). Systemaattisuudella tarkoitetaan sitä, että mediasisällöstä otettu otos kerätään järjestelmällisesti ennalta päätetyn periaatteen mukaisesti. Niin ikään otanta jaetaan kurinalaisesti eri sisältöluokkiin tutkijan rakentaman luokitusrunon mukaisesti. Objektiivisuuteen – eli tutkijan omien ennakoasenteiden ja ominaispiirteiden mahdollisimman vähäiseen vaikutukseen tutkimustulokseen – pyritään juuri tarkasti määritellyn luokitusrunon avulla. Luokitusrungosta on laadittava niin selkeä, että myös muut voisivat tarvittaessa

toteuttaa saman tutkimuksen myöhemmin erilaisella aineistolla. Lisäksi kaikissa sisällön erittelyissä lasketaan, kuinka monta kertaa tietty ilmiö tai ennalta määritelty kokonaisuus toistuu valitussa aineistossa.

Suomenkielisessä tutkimuskirjallisuudessa sisällön erittelyä saatetaan toisinaan kutsua myös sisällönanalyysiksi. On kuitenkin syytä tehdä ero sisällön erittelyn ja sisällönanalyysin välillä: Sisällön erittely kuvaa tekstien sisältöä kvantitatiivisesti, siis laskien ilmentymiä ja raportoiden niistä. Sisällönanalyysi taas pyrkii kuvaamaan dokumenttien sisältöä sanallisesti, eli karkeasti sanoen kertoa myös mihin asiayhteyteen sisällön erittelyn keinoin saadut numeraaliset tulokset liittyvät. Sisällönanalyysi siis ottaa askeleen sisällön erittelyä pidemmälle aineistoon. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 105–107.)

Sisällön erittelyn ongelmat liittyvät juuri pinnallisuuteen. Tutkimustekniikkana sitä on kritisoitu siitä, että sen avulla saadut numeraaliset tulokset esitetään sellaisinaan valmiina tutkimustuloksina. Tutkittavaa ilmiötä on voitu kuvata hyvinkin tarkasti ja sen aineisto on hyvin järjestetty, mutta mielekkäitä johtopäätöksiä ei ole tehty tai kyetty tekemään. Työ on ikään kuin jätetty kesken. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 103.)

Sisällön erittelyn avulla ei myöskään voi aina ottaa huomioon teksteihin piiloutuvia piilomerkityksiä tai kontekstia, vaan ne aiheuttavat tutkijalle päänvaivaa aineistoa luokiteltaessa. Jos vaikkapa tutkitaan puolueiden representaatiota mediassa, ja lasketaan havaintoaineistosta kaikki positiiviset ja negatiiviset virkkeet, on ironisessa mielessä jotakin puoluetta kehuvan tekstin virkkeiden luokittelu harhaanjohtavaa. Sisällön erittely nojaa siihen, että tekstissä olevan viitteen ja tekstin ulkopuolella olevan varsinaisen viittauksen kohteen välinen suhde on selvä eikä monimerkityksinen. (Gunter 2002, 220; McQuail 2000, 326–327.)

Uudet löydökset rajautuvat tiukasti tutkijan luomaan luokitusjärjestelmään, eivätkä yksittäiset mielenkiintoiset ilmiöt siten välttämättä nouse esille. Lisäksi sisällön erittelyn vaarana on, että samaa aineistoa tutkimalla tulokset voivat olla hyvinkin erilaiset, jos tutkijat käyttävät luokitusrungoissaan erilaisia määritelmiä ja luokkajakoja. (Wimmer & Dominick 2011, 159.) Esimerkiksi eroottisuutta elokuvissa tutkittaessa osa tutkijoista voi pitää poskisuudelmaa eroottisena tekona, osa taas ei. Vaikkapa

ranskalaista elokuvaa tutkittaessa tällainen määritelmäero tuottaisi hyvinkin erilaisia tuloksia.

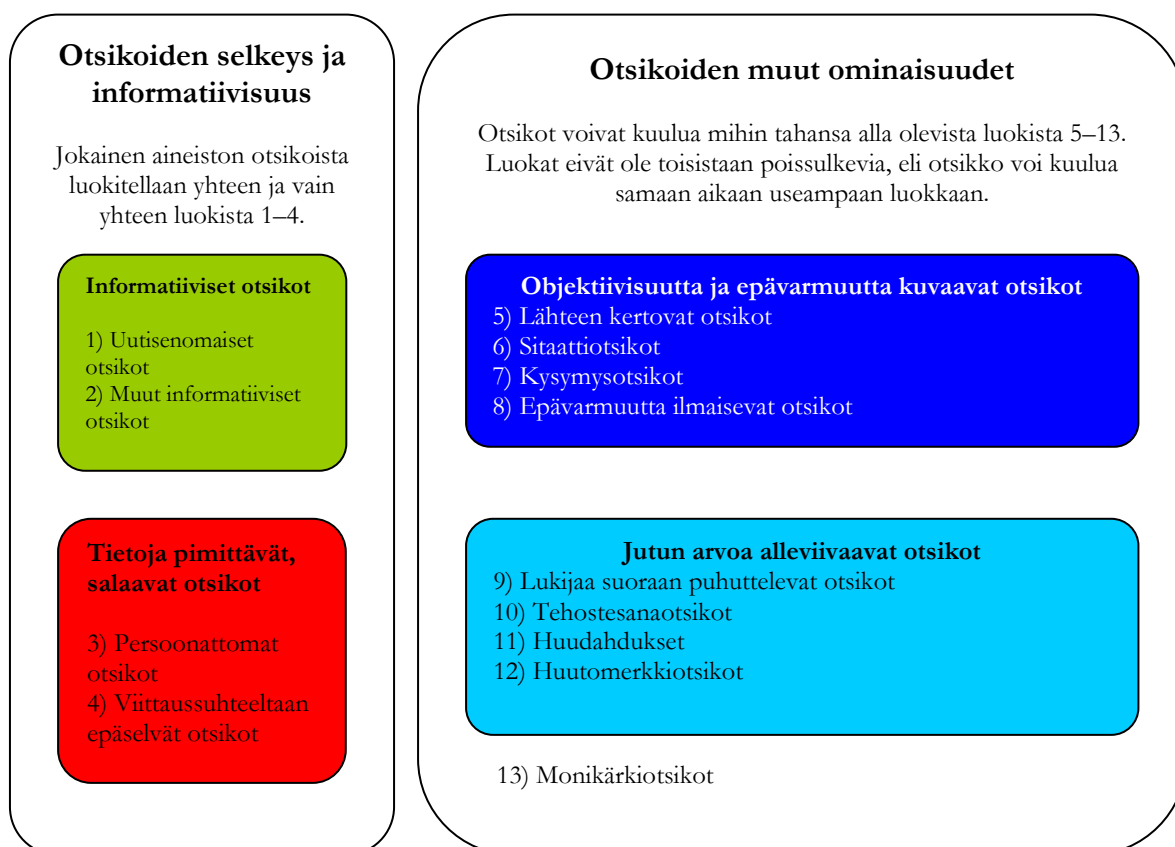
Tämän tutkimuksen toteuttamistapa on yksi sovellus sisällön erittelystä, joskin melko perinteinen sellainen. En ole pitäytynyt pelkästään kvantitatiivisissa menetelmissä, vaan olen analysoinut luokittelemalla ja laskemalla saamiani tuloksia myös laadullisin keinoin (ks. luvut 4 ja 5). Tekemällä numeraalisista tuloksista johtopäätöksiä olen avannut numeroiden taakse kätkeytyviä ilmiöitä. Koen näin saaneeni aineistostani enemmän irti.

3.2 Otsikkoluokat kumpuavat aineistosta

Koska verkkouutisotsikoita ei ole tutkittu ainakaan Suomessa ennen tätä, loin otsikoiden luokitusrunгон itse valmiin rungon hyödyntämisen sijasta. Rungon luomisen hyvänä puolena on pakon kautta tuleva aineistolähtöisyys. Itse tehty luokitusrunko on joustavampi kuin jonkun muun tekemä runko, ja se soveltuu taatusti juuri tälle aineistolle. Mahdollisuus uusien löydösten hukkaamiseen on pienempi, kun luokat muotoutuvat aineistosta nousevien ilmiöiden kautta. Huonona puolena voidaan kenties pitää rungon huonoa soveltuvuutta jollekin muulle kuin juuri tälle valitsemalleni aineistolle.

Loin luokitusrunkoni laadullisen sisällönanalyysin keinoin ottaen vaikutteita Milesin ja Hubermanin (1994, 245–254) tutkimustekniikasta, jossa luokitusrunko luodaan klusteroimalla. Kerättyäni uutisotsikot listaksi ryhdyin lukemaan otsikoita kirjaten ylös minkä tyyppisiä otsikoita aineistosta löytyi. Hain yhteneviä rakenteita, toistuvia ilmauksia ja erilaisia tyyplejä. Samalla tein jo alustavaa vertailua vuosien 2006 ja 2012 otsikoiden välillä. Luin aineiston useita kertoja läpi täydentäen muistiinpanojani eri otsikkolajeista ja ilmiöistä. Tätä työvaihetta Miles ja Huberman kutsuvat klusteroinniksi. Seuraavassa vaiheessa ryhdyin hahmottelemaan eri otsikkotyyppisiä ja -ilmiöitä niitä kuvaaviksi luokiksi. Karsin yksittäiset vinoumat pois ja yhdistelin niitä muihin luokkiin luoden kullekin luokalle tarkat kriteerit, joiden perusteella otsikko luetaan kuuluvaksi tiettyihin luokkiin. Jatkoin luokittelua edelleen yhdistelemällä tiettyjä luokkia samojen yläkäsitteiden alle.

Aineistosta hahmottui selkeimpänä muutos otsikoiden *informatiivisuudessa*. Päätin luoda informatiivisuudesta yläkäsitteen, jonka alle ryhmittelin erilaisia informatiivisuutta kuvaavia otsikkoluokkia. Tämä yläkäsite jakautui edelleen *informatiivisiin otsikoihin ja tietoja pimittäviin, salaaviin otsikoihin*. Lisäksi aineistosta löytyi muutamia muitakin ilmiöitä, jotka hahmottelin kahdeksi eri yläkäsitteeksi: *objektiivisuutta ja epävarmuutta kuvaaviksi otsikoiksi sekä jutun arvoa alleviivaaviksi otsikoiksi*. Kaikkien kolmen yläkäsitteen alle kuuluu 2–4 otsikkoluokkaa, yhteensä luokitusrungossani on 13 luokkaa. Tarkat luokituskriteerit ovat tutkimuksen liitteenä (liite 1). Kuva 2 havainnollistaa aineistosta kummunneita otsikkoluokkia ja luokkien yläkäsitteitä.



Kuva 2. Otsikoita luokiteltaessa pohditaan ensin, mihin luokista 1–4 otsikko kuuluu. Sen jälkeen tarkastellaan, kuuluuko otsikko kenties myös johonkin tai useampaan luokista 5–13.

Wimmerin ja Dominickin (2011, 166) mukaan sisällön erittelyssä on erityisen tärkeää, että luokat ovat toisensa poissulkevia siten, ettei yksi luokitusyksikkö eli otsikko voi

kuulua useampaan luokkaan. Luokitusrungosta ja kategorioiden kuvauksista tulisi luoda niin selkeät, että aineisto voidaan luokitella rungon mukaisesti. Mikäli runkoon sopimattomia luokitusyksiköitä on yli kymmenen prosenttia aineistosta, on luokituskriteerejä muutettava. Käytännössä luokittelussa törmätään lähes aina ongelmiin, kun luokitusyksikkö näyttää käyvän useampaan luokkaan. Tällöin luokitusyksikkö luokitellaan sen mukaan, mitä luokitusrunгон luokkaa se ensi sijassa edustaa. Wimmerin ja Dominickin melko ehdoton vaatimus luokitusrunгон poissulkevuudesta on relevantti silloin, kun luokitusrungolla on tarkoitus mitata vain yhtä aineiston ominaisuutta.

Tämän tutkimuksen tapauksessa täysin poissulkevan luokitusrunгон luominen ei olisi mielekäästä, sillä aineistoa tarkastellessani huomasin otsikoissa useita eri mitattavia ominaisuuksia, jotka eivät välttämättä ole toisistaan riippuvaisia tai toisiaan poissulkevia. On täysin mahdollista, että otsikko on esimerkiksi selkeä, informatiivinen ja uutisenomainen (luokka 1), ja että siinä on käytetty sitaatteja (luokka 6) tai huutomerkkejä (luokka 12). On selvää, ettei esimerkiksi otsikon informatiivisuutta ja mahdollista huutomerkkiä kannata laittaa luokitusta tehtäessä vastakkain samanarvoisina vaihtoehtoina. Päädyin ratkaisuun, jossa toisistaan poissulkevia luokkia ovat ainoastaan otsikoiden informatiivisuutta arvottavat luokat (1–4), jotka on jaettu edelleen kahtaalle informatiivisiin otsikoihin (1–2) ja tietoja pimittäviin, salaaviin otsikoihin (3–4). Jokainen aineiston otsikko kuuluu yhteen ja vain yhteen näistä neljästä luokasta. Loput luokat eivät ole toisistaan poissulkevia, vaan otsikko voidaan lukea kuuluvaksi luokkiin 5–13, mikäli ne täyttävät kunkin luokan luokituskriteerit. Teoriassa olisi siis mahdollista, että yksi otsikko kuuluisi kymmeneen luokkaan. Käytännössä suurin osa otsikoista kuuluu yhdestä kolmeen luokkaan.

Esimerkiksi otsikkoa *Katso kuvat! – Oikeus julkaisi kaksi mystistä Auer-kuvaa* [IS 2012] luokiteltaessa pohditaan aluksi, onko kyseessä informatiivinen vai salaava otsikko. Otsikossa kerrotaan olennainen uutinen suoraan: oikeus on julkaissut kaksi kuvaa Anneli Auerin oikeudenkäyntiin liittyen. Lukija olettaa myös näkevänsä julkaistut kuvat. Otsikon luettuaan lukija on melko hyvin perillä siitä, mitä itse jutulta voi odottaa. Hän voi tehdä päätöksen jutun auki klikkaamisesta tai klikkaamattomuudesta varsin todennäköisin perustein. Siispä kyseessä on *informatiivinen uutisenomainen otsikko*, joten se luokitellaan kategoriaan 1.

Informatiivisuuden tarkastelun jälkeen tutkitaan, täyttääkö otsikko jonkin tai joidenkin luokkien 5–13 määritelmät. Tässä tapauksessa otsikko puhuttelee lukijaa suoraan (*Katso kuvat!*) ja alleviivaa jutun arvoa tehostesanaalla *mystinen*. Lisäksi otsikko sisältää huutomerkkin. Näin ollen otsikko luokitellaan luokan 1 lisäksi luokkiin 9 (lukijaa suoraan puhuttelevat otsikot), 10 (tehostesanaotsikot) ja 12 (huutomerkit).

Vaikka pyrin luomaan otsikkoluokista ja luokitteluohjeista (liite 1) mahdollisimman yksiselitteiset, on luokittelun perusteena lopulta oma, tapauskohtainen arviointini. Eri luokittelijat saattaisivat hyvinkin luokitella yksittäisiä otsikoita samoilla luokitusohjeilla eri luokkiin kuin minä, toimittajan töitä MTV3:n uutistoimituksessa tehnyt, 24-vuotias yliopistossa journalistiikkaa pääaineenaan lukeva mieshenkilö. Tutkimuksen laajuuden huomioon ottaen en ole esimerkiksi käyttänyt useampia luokittelijoita tai testannut luokitusrunkoa ulkopuolisilla arvioijilla. Tämä on otettava huomioon tutkimuksen tuloksia tulkittaessa.

4 MITÄ OTSIKOT SISÄLTÄVÄT?

Käyn tässä luvussa tarkemmin läpi luokitteluni tuloksia ja analysoin erilaisia otsikkotyyppisiä ja niiden määrissä tapahtuneita muutoksia. Jokaisesta otsikkoluokkien yläkäsitteestä ja niissä tapahtuneista muutoksista medioittain esitän myös havainnollistavan kaavion. Aloitan tutkimukseni keskeisimmästä dikotomiasta, *informatiivisista ja epäinformatiivisista* otsikoista. Tämän jälkeen tarkastelen *objektiivisuutta ja epävarmuutta käsitteleviä otsikoita*, joista siirryn edelleen *sisältöjään alleviivaaviin otsikoihin*. Lopuksi käsittelem lyhyesti verkkosivujen taitossa tapahtunutta muutosta – tai pikemminkin vain yhtä sen osa-aluetta, monikärkiotsikoiden tuloa verkkosivuille. Samassa kommentoin lyhyesti myös otsikoiden pituudessa tapahtunutta muutosta.

4.1 Onko otsikon sittenkään pyrkimys olla yksiselitteinen?

Tutkimukseni keskeisimmäksi anniksi nousi otsikoiden informatiivisuuden arviointi ja vertailu. Jokainen otsikko arvioitiin ensiksi informatiivisuutensa perusteella joko selkeän *informatiiviseksi otsikoksi* tai *tietoa pimittäväksi, salaavaksi otsikoksi*. Informatiiviset otsikot jaoin vielä *uutisenomaisiin otsikoihin* ja *muihin informatiivisiin otsikoihin*. Uutisenomaiset otsikot (luokka 1) olivat niin sanottuja kärkilauseotsikoita, jotka kertoivat selkeästi, mistä jutussa on kyse ja useimmiten myös ilmaisivat jutun oletettavasti tärkeimmän asian. Aineiston otsikoista oletetusti valtaosa oli juuri tällaisia otsikoita. Esimerkiksi otsikko *Pekka Virta on Kalpan uusi valmentaja* [MTV3 2006] on varsin yksiselitteinen otsikko, ja kertoo lukijalle vanhan otsikkoihanteen (Okkonen 1974, 240; Huovila 2001, 108; 2002, 198; Kuutti 2012) mukaisesti, mistä on kyse. Lukijalle muodostuu melko tarkka odotus siitä, mitä juttu todennäköisesti sisältää. Siihen nojaten lukijan on helppo arvioida, kannattaako hänen lukea juttu vai ei.

Muut informatiiviset otsikot (luokka 2) erosivat ykköskategoriasta lähinnä uutisenomaisuutensa osalta. Esimerkiksi otsikot *Rokkitähtien villeimmät sikailut* [MTV3 2012] ja *Tarja Halosen aikuinen tyyli - katso kuvat vuosien varrelta!* [MTV3 2012] luokiteltiin tämän otsakkeen alle. Otsikoiden perusteella lukijalle muodostuu

jälleen melko tarkka odotusarvo siitä, mitä jutulta odottaa: tarinoita rokkitähtien porsastelusta takahuoneissa ja kiertueilla, kuvia presidentti Halosen puvuista linnan juhlissa ja valtiavierailuilla.

Yhdistävänä tekijänä molemmilla informatiivisilla otsikkoluokilla oli se, että ne *eivät jättäneet asioita arvailun varaan*. Tämä tekijä oli myös ehkä keskeisin erottava tekijä salaavin otsikoihin nähden.

Toinen päähaara, *tietoja pimittävät ja salaavat otsikot* ei ollut aivan näin yksiselitteinen. Lopulta päädyin erilaisten yhdistelyjen jälkeen jakamaan tämän pääluokan kahteen otsikkoluokkaan: *persoonattomiin otsikoihin* ja *viittaussuhteeltaan epäselviin otsikoihin*. Luokittelussa oli pitkään mukana myös *enemmän kysymyksiä kuin vastauksia herättävät otsikot*, jotka päädyin lopulta yhdistämään viittaussuhteeltaan epäselviin otsikoihin. Eronteko informatiivisiin otsikoihin ei ollut aina helppoa ja yksiselitteistä. Tämän vuoksi käyn luokitteluperusteita hieman tarkemmin läpi esimerkkien avulla.

Persoonattomaksi jäävissä otsikoissa (luokka 3) jokin otsikon keskeinen tekijä, esimerkiksi subjekti tai objekti, jää tahallisesti hämärän peittoon. Lukijan kannalta arvoitukseksi jäävä tekijä on kuitenkin olennainen, sillä usein juuri tieto vaikkapa otsikon kohteen tai sanojan tarkasta henkilöllisyydestä tai olemuksesta tekee uutisesta uutisarvoisen asian. Esimerkiksi otsikossa *Kiekkolegenda toipuu aivoverenvuodosta - "Ilman poikaani olisin kuollut"* [IL 2006] lukijalta salataan kiekkolegendan tarkka henkilöllisyys, joka on ehdottomasti olennainen tekijä jutussa. Lukijan odotuksia ikään kuin kasvatetaan, kun lukijalle luvataan kiekkolegenda. Kenestä on kyse? Jari Kurrista? Matti Hagmanista? Igor Larionovista? Samasta ilmiöstä on kyse otsikossa *Suosikkipeli notkahti - 600 saa potkut* [IS 2012]. Sinänsä otsikko on varsin informatiivinen, peliyhtiön myynti takkuua ja työntekijöitä irtisanotaan. Kuitenkin otsikossa on lähdetty hakemaan kiinnostavuutta nimenomaan salaamisen kautta. Mikä on 600 työntekijän kohtalon sinetöinyt suosikkipeli? Angry Birds? World of Warcraft? Olenko minä kenties pelin pelaaja? Lukijaa ohjataan ilmeiseen kysymysketjuun, johon vastauksen saadakseen on pakko klikata juttu auki.

Eräs persoonattomaksi jäävien kategoriaan luokittelemistani otsikoista oli *Kiprusoff pysäytti NHL-komeetan* [MTV3 2012]. Jouduin todellisen pohdinnan eteen, sillä otsikon

voisi lukea myös informatiivisiin otsikoihin. Jääkiekon ammattilaisliiga NHL:ssä pelaava suomalaismaalivahti Miikka Kiprusoff on suomalaisia jääkiekon seuraajia kiinnostava hahmo, joka on otsikon perusteella ilmeisesti onnistunut yön pelissään oivallisesti ja torjunut kovan luokan hyökkääjään maalintekoyritykset. Otsikossa kuitenkin salataan, kenestä komeetasta on kyse. Luokitusperustetta pohdittaessa on arvioitava, miten olennaiseksi lukija arvioi tiedon NHL-komeetan henkilöllisyydestä, ja tehtävä sen perusteella päätös joko otsikon sijoittamisesta informatiivisten tai tietoa pimittävien kategoriaan. Itse tulkitsin otsikon lopulta enemmän tietoa salaavaksi.

Osa persoonattomaksi jäävien kategoriaan luokittelimistani otsikoista oli sellaisia, että etusivun juttukokonaisuuden nähdessään lukijalle ei jää epäselväksi, kuka on esimerkiksi *Kohunyrkkeilijä joka sai elinikäisen kilpailukiellon* [HS 2012]. Kohunyrkkeilijän henkilöys on saatettu tehdä selväksi kuvin, tai vaikkapa monikärkiotsikkotekniikalla (ks. luku 4.4).

Oma erikoisuutensa olivat otsikot, joiden kohdalla en ollut täysin varma, onko kyse tahallisesta henkilöyden salaamisesta vai ainoastaan tirkistelynhalusta. Pelkän tirkistelynhaluisen jutun kohteen henkilöllisyydellä ei ole suurtakaan väliä, niin kauan kuin kuvat ovat kohdallaan ja paljasta pintaa löytyy. Otsikon *Näyttelijätär unohti pikkupöksyt kotiin - Kaikki näkyi!* [IL 2012] kohdalla on mietittävä, onko kiinnostavampana pidettävä tietyn näyttelijättären edesottamusta, vai sitä, mikä näkyi. Samaan sarjaan kuuluu myös *Hän on yli 41-vuotias - uskoisitko?* [IL 2012] jossa kuvituksella lienee merkittävä rooli. Kyseessä voi olla joko julkisuuden henkilö, josta on levinnyt tuoreita kuvia julkisuuteen, tai sitten kyseessä on tavallinen nelikymppinen ihminen, joka kuvissa näyttää joko poikkeuksellisen nuorelta tai vanhalta. Luokittelin molemmat otsikot kategoriaan 2, eli persoonattomaksi jääviin otsikoihin. Sitä vastoin otsikon *Tähtien upeat alusasut* [IS 2006] luokittelin luokkaan 2, muut informatiiviset otsikot, sillä mielestäni päähuomio on nimenomaan alusasuisissa olevissa nuorissa ja kauniissa ihmisissä, ei niinkään heidän henkilöllisyydessään.

Viittaussuhteeltaan epäselvät otsikot (luokka 4) on määrittelyltään hieman luokkaa 3 laajempi. Tähän luokkaan kuuluvat otsikot puhuvat jostakin tai viittaavat johonkin lukijalle lopulta epäselväksi jäävästä asiasta, esineestä tai ilmiöstä (esim. *"Täytyy olla hullu" - Suomalaisten outo kisa hämmästyttää ulkomailla* [IS 2012] tai *Salkkarit-Mia:*

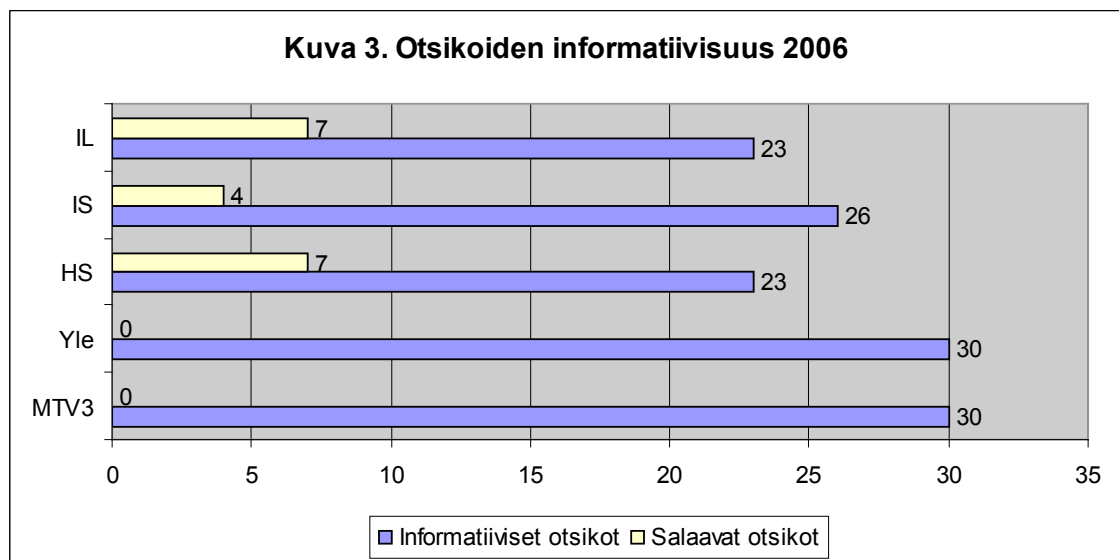
Tämä on hauskinta [MTV3 2012]). Toisaalta katsoin otsikon *Bäckström talutettiin kentältä* [MTV3 2012] informatiiviseksi, vaikka siinä ei käykään selville, mikä oli pois talutuksen syy. Tähän otsikkoluokkaan luetaan kuuluvaksi myös sellaiset otsikot, jotka muutoin ovat hyvinkin selviä ja informatiivisia, mutta jotka kaipaavat lisätietoa asiayhteydestään. Tällainen otsikko on esimerkiksi *Tasapelikin vie Kiinaan* [IS 2006], josta ei käy selville urheilulaji, joukkue, eikä se, mitkä kisat Kiinassa pidetään. Asiaan vihkiytyneille urheilun seuraajille otsikko voi olla hyvinkin informatiivinen, mikäli käynnissä on jokin seurattu karsintaturnaus ja Kiinan kisat ovat uutisointihetkellä tunnetut. Laajemmalle seuraajajoukolle otsikko kuitenkin jää melko epäselväksi.

Kolmas *viittaussuhteeltaan epäselvien* luokkaan kuuluvien otsikoiden tunnuspiirre on se, että ne vain ovat kerta kaikkiaan melko käsittämättömiä. Esimerkiksi otsikko *Kaahari syytti vuohien puutetta* [HS 2006] herättää taatusti enemmän kysymyksiä kuin se tarjoaa vastauksia uutisen peruskysymyksiin *kuka, mitä, missä, milloin ja miksi*. Tunnusomaista on, että otsikon luettuaan lukija on ymmällään, kuten vaikkapa otsikon *Kuka on tämän syksyn Tarja Turunen?* [IL 2006] kohdalla. Mitä tarkoittaa olla syksyn Tarja Turunen?

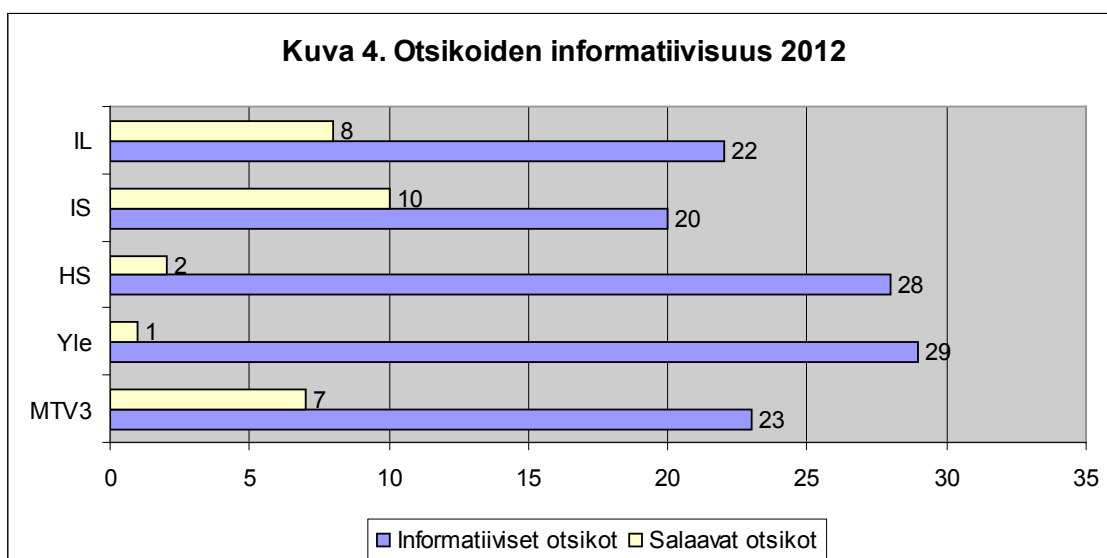
Oma erityispiirteensä olivat *Näin presidentin valta hupenee* [IS 2012] –tyyppiset otsikot, jotka periaatteessa ovat informatiivisia. Otsikon perusteella lukija olettaa jutun listaavan, mitä kaikkia valtaoikeuksia presidentti menettää. Tämä lienee myös jutun päätarkoitus. Kuitenkin *näin*-sanalla viitataan johonkin otsikossa näkymättömään, salattuun asiaan, joka paljastuu lukijalle vasta otsikon klikkauksen myötä. *Näin* alleviivaa juttua ja yrittää siten omalta osaltaan lisätä sen kiinnostavuutta, lukijaa ikään kuin usutetaan lukemaan juttu korostamalla sisältöä. Kiinnostavuuden lisäys tehdään kuitenkin tietojen pimityksen avulla, joten päätin luokitella *näin*-tyyppiset otsikot viittaussuhteeltaan epäselviin otsikoihin. Niitä ei kuitenkaan ole luokiteltu *jutun arvoa alleviivaaviksi otsikoiksi* (ks. luku 4.3).

Yllä olevat luokitteluesimerkit kertovat siitä, että luokitteluperusteet eivät suinkaan ole aukottomat. Luokittelijoiden erilaisten päättelyketjujen ja henkilökohtaisten arvoitusten vaikutus saataisiin minimiin ainoastaan käyttämällä useampia luokittelijoita, jotka kävisivät läpi saman aineiston samoilla luokitteluperusteilla.

Kuvasta 3 näkyy, miten otsikot olivat pääpiirteittäin varsin informatiivisia vuonna 2006. 150 otsikosta vain 18 oli tietoja pimittäviä, salaavia otsikoita, eli 12 % koko aineistosta. Ylen ja MTV3:n otsikot olivat täydellisen informatiivisia, ja yllättäen Iltä-Sanomat käytti vähemmän tietoja salaavia otsikoita kuin Helsingin Sanomat. Helsingin Sanomien vuoden 2006 suhteellisen korkeaa salaavien otsikoiden osuutta selittää verkkosivuilla tuohon aikaan ollut osio nimeltään *Maailman ihmisiä*. Sen sisältö oli pääpiirteittäin kevyellä otteella kirjoitettuja vetäviä nettijuttuja maailmalla sattuneista oudoista sattumuksista ja käsittämättömistä tapauksista. Ne myös otsikoitiin yleensä varsin käsittämättömästi. Vuoteen 2012 mennessä osiosta on luovuttu.



Vuoteen 2012 mennessä kaikilla muilla vertailumedioilla, paitsi Helsingin Sanomilla, tietoja pimittävä otsikointitapa oli lisääntynyt (ks. kuva 4). Ylen ja Iltalehden kohdalla ei voi puhua kovin merkittävästä lisäyksestä, sillä molemmilla havaintomäärä kohosi yhdellä. Sen sijaan MTV3 on muuttanut otsikointiaan huomattavasti tietoja salaavampaan muotoon, ja on samassa suuruusluokassa iltapäivälehtien kanssa.



Odotin löytäväni aineistosta enemmän pronomineja hyödyntäviä otsikoita, kuten *Miksi tämä asuntoilmoitus leviää netissä?* [IS 2012] tai *Tässä ovat Putinin haastajat - Kommunisti, populistti, nationalistti ja miljardööri* [IL 2012]. Esimerkkiotsikoissa pronomien avulla pystytään puhumaan jutun kohteesta melko suoraan yksilöimättä tarkoin, mistä oikeastaan puhutaan. Eräs ystäväni lohkaisi eräässä uutisotsikointia koskevassa verkkokeskustelussa otsikoiden pronominisoinnista osuvasti:

Tämä ei tappanutkaan dinosauruksia (IS)

Ei niin, koska *Tämä* on muistaakseni Virpi ja Jari Sarasvuon lapsi.

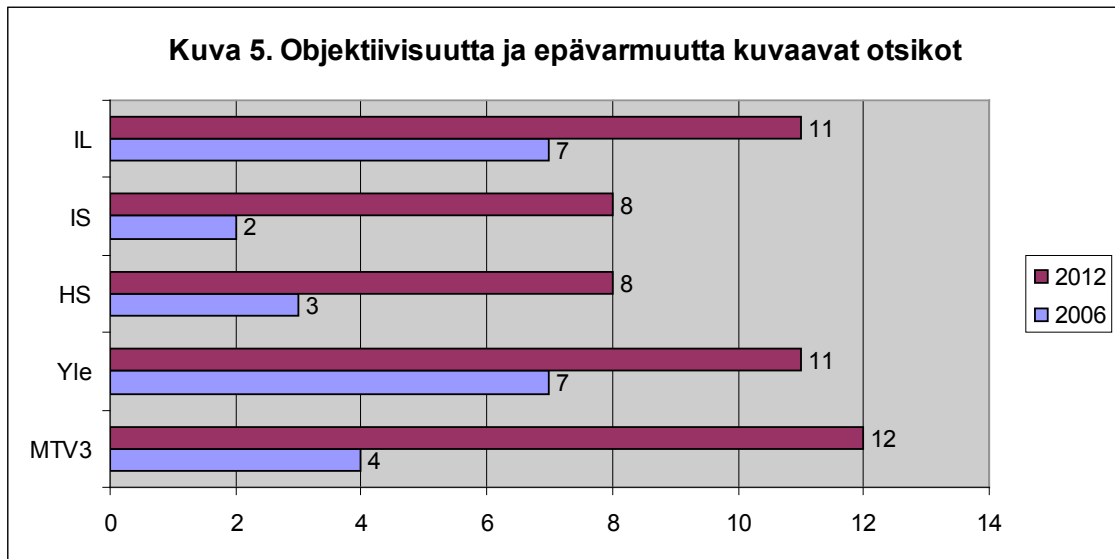
Humoristinen huomautus osuu asian ytimeen. Erityisesti demonstratiivipronomini *tämä* on totuttu näkemään mitä erilaisimmissa yhteyksissä korostamassa milloin mitään asiaa. Monesti demonstratiivipronominia käytetään kuvitukseen viitattaessa. Laskin aineistostani kaikki otsikoissa esiintyneet pronominit – en siis pelkästään demonstratiivipronomineja – ja totesin että pronomien määrä on kaksinkertaistunut. Vuoden 2006 aineistossa pronomineja hyödynnettiin viidessä otsikossa, joista yhdessä pronomina käytettiin sisältöä salaavasti. Kuusi vuotta myöhemmin jo yhdessätoista otsikossa oli pronomineja, kahdeksassa otsikossa pronomina käytettiin salaavasti. Määrä ei kuitenkaan ole niin massiivinen, kuin olisi voinut kuvitella, ottaen huomioon varsinkin iltapäivälehtien ajoittaisen pronominitaudin. Lisäksi on muistettava, että pronomineja ei läheskään aina käytetä varsinaisen sisällön hämärtämiseen tai salaamiseen, kuten vaikkapa otsikossa *Video - Romney: Voitimme täpärästi, mutta se*

riittää [HS 2012]. Kuitenkin kaikista vuoden 2012 pronomineista suurin osa oli nimenomaan salaavassa merkityksessä. Tästä voi jo tehdä alustavia päätelmiä siitä, miten pronomien käyttö otsikoinnissa on muuttunut.

On mahdollista, että demonstratiivipronomini *tämän* käyttö on ilmiönä niin näkyvää, että sen suhteellisen maltillinenkin käyttö hyppää lukijan silmille. Toinen selitys voi piillä aineistossani, joka sellaisenaan on varsin suppea, pistokokeen omainen aineisto. Asiaa olisi mielestäni syytä tutkia suuremmalla ja säännöllisemmin kerätyllä aineistolla, joka levittyisi nykypäivän osalta useammalle päivälle. Näin pronominisatiosta saataisiin täysi varmuus.

4.2 Lehtilainoja ja vastuunkiertoa

Objektiivisuutta ja epävarmuutta ilmaisevien otsikoiden määrä lisääntyi selvästi kaikilla vertailumedioilla kuuden vuoden aikana, kuten käy ilmi kuvasta 5. Tähän yläkategoriaan kuuluu neljä otsikkoluokkaa: lähteen kertovat otsikot, sitaattioitsikot, kysymysotsikot ja epävarmuutta ilmaisevat otsikot. Näistä kaksi ensimmäistä on objektiivisuutta korostavia otsikkoluokkia, kaksi jälkimmäistä voidaan käsittää yhdessä epävarmuutta ilmaiseviksi luokiksi. Vaikka yläkategoria jakautuukin näin selkeästi kahtaalle, on ne mielestäni perusteltua niputtaa saman yläkäsitteen alle. Sekä korostetussa objektiivisuudessa että epävarmuuden julkituonnissa on journalistisesti ajatellen kyse samasta asiasta: vastuun siirrosta lukijalle. Kun jutussa on kuultu tasapuolisesti kaikkia osapuolia ja näkökantoja ja mahdolliset epävarmuustekijät on tuotu esille, voi toimitus hyvällä omallatunnolla pestä kätensä jutusta. Lukija voi itse arvioida tilannetta ja päätellä totuuden.



Luokittelin lähteen kertoviksi otsikoiksi (luokka 5) sellaiset otsikot, joista käy ilmi kuka on tiedon takana tai sen antaja. Kyseessä voi olla henkilö (esim. *Häkämies: Talvivaaran uraanihanke hyväksi ympäristölle* [Yle 2012]), virallinen yhteisö tai taho (YK: *Syyriassa kuollut jo ainakin 7500* [HS 2012]) tai vaihtoehtoisesti tiedonannon muoto (*Raportti: Irakin kapinallisilla runsaasti rahaa* [Yle 2006]). Luin samaan kategoriaan myös erilaiset muiden medioiden lainaukset, kuten HS: *Lintuinfluenssavaara suurempi ensi vuonna* [Yle 2006]. Kaksoispisteen löytyminen otsikosta ensimmäisen tai toisen sanan jälkeen ei sentään sellaisenaan vienyt otsikkoa tähän kategoriaan. Esimerkiksi otsikossa *NHL: NY Rangers ratkaisi päätöserässä* [MTV3 2006] ensimmäinen sana NHL ei kerro uutisen lähdettä, vaan yleisen aihepiirin. Pohdin sen sijaan hetken *Obama haluaa osan terroristeista siviilioikeuteen* [HS 2012] -tyyppisten otsikoiden listaamista tähän kategoriaan. Totesin kuitenkin, että presidentti Obama ei välttämättä ole jutun varsinaisena lähteenä, vaan kyse saattaa olla median tai jonkun muun tekemästä tulkinnasta. Kuitenkin mikäli otsikko olisi ollut muodossa *Obama: Osa terroristeista siviilioikeuteen* olisin lukenut sen lähteen kertovaksi otsikoksi. Tässä liikutaan jo hieman harmaalla alueella, sillä samansisältöinen uutisjuttu voitaisiin hyvin otsikoida kummallakin yllä olevista esimerkeistä ilman, että kokonaisuus olennaisesti muuttuisi. Tässä tapauksessa olisi nähtävä myös juttu, johon otsikko viittaa. Pitäydyn kuitenkin tutkimuksessani tiukasti pelkällä otsikkotasolla.

Tähän luokkaan luetut otsikot kertovat selkeästi, mistä tieto on peräisin. Tällä keinoin media saa vakuuttavuutta sanoilleen ja osittain kyse on myös lukijan palvelemisesta.

Lähteen kertomalla media ikään kuin korostaa rituaalinomaisesti objektiivisuuttaan ja muistuttaa, ettei sisällössä ole kysymys pelkästään kirjoittajan ja toimituksen omista mielipiteistä ja näkemyksistä. Richardsonin mukaan Tuchman kirjoitti jo 1970-luvulla, että mikäli media kertoo näkemyksiä, jotka ovat vastoin yleismaailmallista käsitystä, on sen väitteensä uskottavuuden tueksi saatava useampi kuin yksi ulkopuolinen lähde vahvistamaan tietoa. Uutisista iso osa on vastoin Tuchmanin kuvaamaa yleismaailmallista käsitystä, sillä muutos vallitseviin olosuhteisiin on yksi keskeisimmistä uutisen tuntomerkeistä. (Richardson 2007, 86–89.)

Erityisesti Yle suosi uutisoinnissaan molempina vuosina lähteen paljastavaa otsikointitapaa. Vuonna 2012 peräti yhdeksän sen kolmestakymmenestä otsikosta kertoi lähteensä, ja vuonna 2006 kuusi kappaletta. Helsingin Sanomat paljasti otsikkotasolla lähteensä kuudesti vuonna 2012. Muiden (IS, IL, MTV3) lähdeilmoitukset olivat vuonna 2006 käytännössä olemattomia, mutta kuutta vuotta myöhemmin ne olivat nousseet kolmeen–neljään ilmoitukseen mediaa kohden.

Lehtilainoja oli vuonna 2006 vain kaksi kappaletta, molemmissa tapauksissa Yle lainasi Helsingin Sanomia. Vuonna 2012 lainausten määrä oli jo kaksinkertaistunut viiteen. Määrä on kuitenkin niin pieni, ettei pelkästään siitä voi tehdä suoraa johtopäätöstä muilta lainailun yleistymisestä. Lisäksi aineisto on kerätty eri vuorokauden aikoihin ilman sen kummempaa systemaattisuutta, joten tarkkaa kuvaa lainaamisen yleisyydestä ei siksikään voida antaa. Lainoja on verkkosivuilla yleensä eniten aamuisin, jolloin ennen uuden uutispäivän varsinaista käynnistymistä lainataan aamuvarhaisella ilmestyneitä sanomalehtiä.

Pietilä kuitenkin väitti vuonna 2007 (s. 95), että mediasisällöstä ei kannata antaa kilpailijalle kunniaa kuin hätätapauksissa. Olen kuitenkin hieman eri mieltä Pietilän kanssa, tai sitten Pietilän mielipiteen muodostamisen jälkeen tavat ovat ehtineet muuttua. On totta, että media mieluusti ottaa kaiken kunnian kertomastaan itselleen. Kilpailevien medioiden seuraaminen on kuitenkin verkkopalvelujen myötä tullut niin helpoksi ja reaaliaikaiseksi, että uutisvoitot jäävät yleensä kohtalaisen lyhytaikaisiksi. Jatkuva uutiskilpailu klikkaavista lukijoista on johtanut siihen, että kilpailijan tuottama kiinnostava sisältö ”ripataan” eli lainataan lyhyesti omille sivuille ja ilmoitetaan

otsikossa ja leipätekstissä Julkisen sanan neuvoston periaatepäätöksen⁴ mukaisesti lähde. Tämän jälkeen samaa aihetta saatetaan lihottaa omalla tiedonhankinnalla, tai jättää juttu sikseen. Näin varmistetaan se, että omilla sivuilla on samat kiinnostavat sisällöt kuin muillakin. Lainaaminen on niin helppoa ja ilmaista, ettei saman jutun hankkimiseen itse omin tiedonhankinnan keinoin (ja samalla faktojen tarkistamiseen) kannata ryhtyä. Näin toimitaan kokemuksen mukaan erityisesti niin sanottujen puheenaihejuttujen kohdalla.

Sitaattiotsoikoiden luokkaan (6) pääsivät hyvin yksiselitteisesti otsikot, joissa käytettiin ja jotka olivat tulkittavissa suoriksi lainauksiksi jonkun puheesta. Sitaattien käyttö oli muutoin hajanaista, paitsi Iltalehden vuoden 2012 aineistossa, jossa sitaatteja käytettiin peräti viidessä otsikossa. Suorien sitaattien käyttö on rinnastettavissa objektiivisuuspyrkimyksensä suhteen lähteen ilmoittamiseen.

Kysymysotsikoiksi (luokka 7) luettiin kaikki ne otsikot, jotka sisälsivät suoran kysymyksen, esimerkiksi *Matkapuhelinverkoissa kahden kerroksen väkeä?*[YLE 2012]. Toisaalta myös otsikot *Robert Helenius ihmeissään: "Yrittikö Chisora tulla visiitille?"* [IL 2012] ja *Hän on yli 41-vuotias - uskoisitko?* [IL 2012] katsottiin kuuluvaksi tähän kategoriaan selkeän kysymysmuotoisuutensa vuoksi. Ahkerimmat kysymysotsikoiden käyttäjät olivat Iltalehti vuonna 2006 kuudella kysymyksellään ja MTV3 vuonna 2012 viidellä kysymysmuotoisella otsikollaan. Iltalehtikin vähensi kysymysotsikkonsa kahteen vuoteen 2012 mennessä.

Epävarmuutta ilmaisevat otsikot (luokka 8) sisälsivät arveluita, ennusteita tai ilmoittivat sisältönsä selkeän varauksellisesti. Esimerkiksi *Pietari saattaa sakottaa Rammsteinia homomyönteisyydestä* [IS 2012] tai *Kumppanin puute voi johtua suurista luuloista* [IS 2006] katsottiin tähän luokkaan kuuluviksi. Tähän kategoriaan lukeutui vain kourallinen otsikoita.

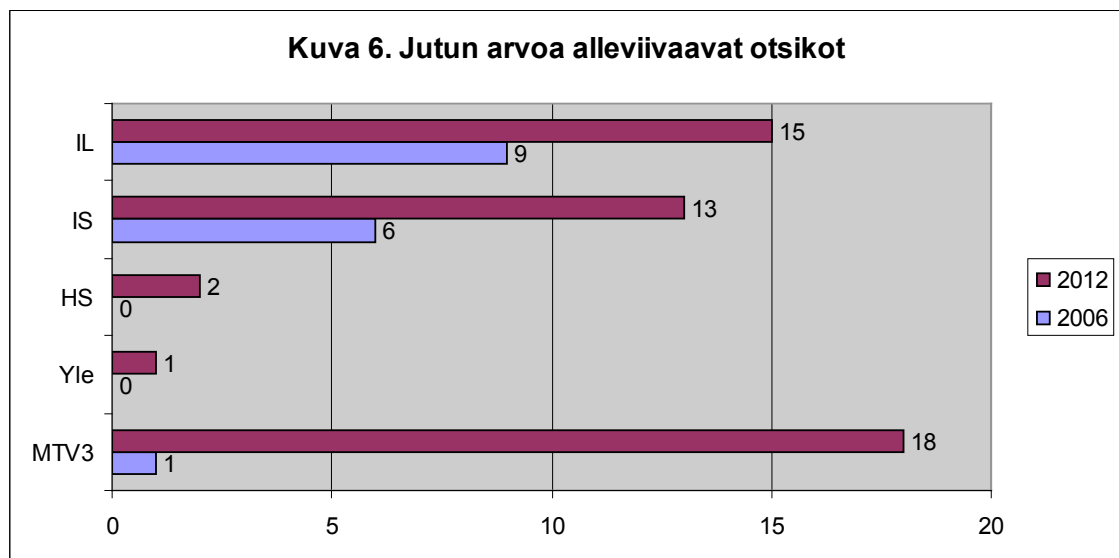
⁴ Julkisen sanan neuvosto 2010. Periaatelausuma lainaamisesta, 4279/L/10.

<http://www.jsn.fi/periaatelausumat/lainaaminen/>. Luettu 12.4.2012 klo 15.35.

On merkillepantavaa, että Helsingin Sanomat, MTV3 ja Ilt-Sanomat eivät vuonna 2006 juurikaan käyttäneet objektiivisuutta tai epävarmuutta kuvaavia otsikoita. Erilaiset arvelut ja objektiivisuuden korostaminen on sittemmin niilläkin lisääntynyt.

4.3 Oho, kuinka mystistä – katso kohukuvat!

Jutun arvoa alleviivaavat piirteet otsikoissa ovat lisääntyneet kuuden vuoden aikana selvästi. Erityisesti iltapäivälehdet ja MTV3 ovat lisänneet otsikoinnissaan erilaisten tehosteiden ja lukijan puhuttelun määrää, kuten käy ilmi kuvasta 6. Helsingin Sanomat ja Yle sen sijaan ovat pitäytyneet tiukasti asialinjalla koko kuuden vuoden ajan. Huikein profiilinmuutos on tapahtunut MTV3:lla, joka on moninkertaistanut jutun arvoa alleviivaavien piirteiden käytön otsikoissaan kuuden vuoden aikana.



Jutun arvoa alleviivaavaksi katsomiani otsikkoluokkia oli yhteensä neljä. Näistä ensimmäinen luokka (9) on *lukijaa suoraan puhuttelevat otsikot*. Tämä kategoria pitää sisällään otsikot joiden osana on tai jotka ovat sellaisenaan erilaisia lukijalle suunnattuja käskyjä ja kehotuksia, kuten *Varo vaaraa* [MTV3 2012] tai vaikkapa *Mausta herkut hunajalla* [IS 2006]. Kaikista yleisin lukijan kanssa suoraan keskusteleva otsikkotyyppe oli kehoitus *katsoa kuvat*. Tämä otsikkotyyppe suorastaan loisti poissaolollaan vielä vuonna 2006. Ainoastaan Iltalehti kehotti kahdesti katsomaan videon harjoittelevista Ronaldosta ja Litmasesta. Muutoin lukijan oletettiin itse ymmärtävän, koska kuvia kannattaa jutusta katsoa.

Vuonna 2012 katsomaan kehoitettiin vähän päästä. Kuvia, grafiikkaa, videoita, tai muuten vain. Katsomiseen kehottaminen tuntui suorastaan toimivan eräänlaisena liturgianomaisena tapana koodata sisältö lukijalle. Mikäli kehoitetaan katsomaan, on luvassa useimmiten joko kuvagalleria tai sitten kyseessä on jokin uskomaton tapaus, jonka varmemmaksi vakuudeksi ja todisteeksi lukijalle näytetään jotain kouriintuntuva, esimerkiksi *Suomen maaliivahdilta todella nolo moka – katso* [IS 2012]. Tätä kouriintuntuvuutta alleviivataan kehotuksilla ja pyritään siten nostamaan jutun lisäarvoa. Samalla media tosin tungettelee lukijan päätäntävällän alueelle; vahvat kehotukset aliarvioivat lukijan omaa harkintakykyä ja päätöksentekoa.

Tehostesanaotsikoiden (luokka 10) luokittelun ajatuksena on nostaa esille, miten iltapäivälehtimäinen liioittelu on lisääntynyt myös verkko-otsikoinnissa. On toki todettava, että tämän tutkimuksen puitteissa ei luettu itse juttuja, joihin otsikot viittaavat, eikä otsikoiden mahdollisen liioittelevuuden lisääntymisestä pystytäkseen sanomaan mitään varmaa. Voidaan kuitenkin todeta, että vuonna 2006 adjektiivia käytettiin sanomaa voimistavassa merkityksessä vain kerran (MTV3:n otsikko *Oulun seksirikoksista ankara tuomio*), kun taas kuusi vuotta myöhemmin *rajuja riitoja, hurjia tarinoita ja kohuja* oli peräti 23 otsikossa. Rohkenen epäillä, ettäkö maailma olisi polarisoitunut kuudessa vuodessa yhtä voimakkaasti, kuin mitä pelkistä otsikoista voisi päätellä.

Juttua alleviivaaviksi otsikkoluokiksi nostin myös huutomerkin sisältävät otsikot (luokka 12), sillä runsas huutomerkkien käyttö on iltapäivälehdistölle tyypillistä jutun tärkeyden korostamista (Okkonen 1974, 249). Ylellä ja Helsingin Sanomilla oli molempien vuosien aineistoissaan täysin huutomerkitön linja, samoin MTV3:lla vielä vuonna 2006. MTV3 sen sijaan käytti vuonna 2012 huutomerkkejä kolmessa otsikossa kolmestakymmenestä. Täysin huutomerkitömään linjaan nähden lisäys on huomattava.

Huudahduksia (luokka 11) käytettiin yleisesti ottaen melko maltillisesti molempina vertailuajankohtina (esim. *Kuin nuori Sibelius!* [IS 2006] tai *Nyt tai ei koskaan!* [IL 2006]). Vuonna 2006 huudahduksia käyttivät molemmat iltapäivälehdet kukin kaksi kertaa, vuonna 2012 ainoastaan Iltalehden aineistosta löytyi huudahduksia. Vuonna 2006 huudahdukset olivat otsikoissa aina pelkiltään ainoana elementtinä (esim.

Ronaldo-huuma! [IL]). Kuusi vuotta myöhemmin Iltalehti oli liittänyt huudahdukset yhdeksi otsikkoelementiksi, kuten otsikossa *Jeesus ilmestyi miehen tortillaan – Täysin selkeä!*, jossa *Täysin selkeä!* lasketaan huudahdukseksi.

4.4 Lisää pituutta, kaikki verkkoon

Yleisenä huomiona voidaan todeta, että verkkouutisotsikot ovat kuuden vuoden aikana kasvaneet reilusti pituutta. 150 uutisotsikon yhteismerkkimäärä vuonna 2006 oli 6149 merkkiä välilyönteineen, kun taas vuonna 2012 merkkimäärä oli yhtä monessa otsikossa paisunut jo 7427:ään. Pituutta on siis tullut kuudessa vuodessa lisää yli viidennes. Kehityssuunta on luonteva, sillä verkossa otsikoiden pituudelle ei ole samanlaista pakon sanelemaa tilarajaa kuin esimerkiksi sanomalehdessä tai teksti-tv:ssä. Mitä pidempi otsikko on, sen enemmän siihen saadaan sisällytettyä lukijaa mahdollisesti kiinnostavia tai mielenkiintoa herättäviä elementtejä. Lisäksi pitkiin otsikoihin on helppo sisällyttää isojen uutistapahtumien aikana useita sanoja, jotka pomppaavat internetin hakukoneiden tulostlistalla kärkipäähän. Tätä kutsutaan hakukoneoptimoinniksi.

Kuuden vuoden aikana verkkojulkaisuissa on yleistynyt *monikärkiotsikoiden* käyttö. Määrittelen monikärkiotsikon käyttäen apunani kuvaa 7 (alla).

Dragsvik säilyy, presidentti Niinistön mukaan asia loppuun käsitelty

POLITIIKKA | Päivitetty 12:16 | 60



Kiistelty Dragsvikin varuskunta pysyy säilytettävien varuskuntien listalla. Uudenm. Varusmiehiä I
prikaatin kohtaloa puitiin aamupäivällä uudelleen tasavallan presidentin ja hallituksen
ulko- ja turvallisuuspoliittisen valiokunnan yhteiskokouksessa.

WALLIN JA DRAGSVIK

Wallin: Dragsvik-väännöllä ei vaikutusta varuskuntaudistuksen markkinointiin 27.3.2012

Oinonen: Wallin lupasi olla "ketvuilematta" enempiä 13:27

Kuva 7. Helsingin Sanomat uutisoi monikärjin Dragsvikin säilymisestä 29.3.2012.

Kuvassa on pääotsikko *Dragsvik säilyy, presidentti Niinistön mukaan asia loppuun käsitelty*. Samaan juttukokonaisuuteen on liitetty myös kaksi muuta otsikkoa, *Wallin: Dragsvik-väännöllä ei vaikutusta varuskuntaudistuksen markkinointiin* ja *Oinonen: Wallin lupasi olla "ketvuilematta" enempiä*. Nämä kaksi jälkimmäistä otsikkoa ovat määritelmäni mukaan *monikärkiotsikoita*. Yhteisenä nimittäjänä otsikoissa on siis Dragsvikin lakkautuskeskustelu. Asiassa tärkeimmäksi tai uutisarvoisimmaksi nostettu otsikko on nostettu "lööpin" kärkeen ja muut aiheeseen liittyvät tai lisätietoa antavat otsikot on taitettu pienemmällä pistekoolla pääotsikon ja -kuvan alle.

Vuonna 2006 vastaavia monikärkiä oli aineistossani vain 3 kappaletta, 2012 jo 35 kappaletta. Ahkerin monikärkien käyttäjä oli juuri kuvassa oleva Helsingin Sanomat. Nähdäkseni yksi syy monikärkien yleistymiseen on runsauteen pyrkiminen. On tärkeää, että verkkosivuilla näyttää olevan vakuuttava kattaus tärkeisiin aiheisiin liittyen. Lisäksi monikärjillä uutiset on helppo järjestää lukijan kannalta viisaasti ja koota kaikki

relevantti samaan taittokokonaisuuteen. Toisekseen erityisesti nuoret ihmiset lukevat mieluummin useamman hieman lyhyemmän jutun verkosta kuin yhden pitkän tekstin jossa on selvennetty kaikki aiheeseen liittyvät asiat (Vahlberg, Shearer, Peer, Williams & Figueroa 2008). Kyse on verkkotaiton kehittymisestä yksinkertaisesta juttujen listaamisesta modernimpaan, hahmotettavampaan muotoon.

Monikärkien suosioon voidaan nähdä myös toinen kehityskulku, joka liittyy yleiseen verkkouutismateriaalin määrän kasvuun. Alkuaikoinaan verkko nähtiin lähinnä päätuotteen (sanomalehden) tukena, jolloin verkkosivuilla julkistettiin ainoastaan lyhennelmät tai eräänlaiset mainosjutut seuraavan päivän lehdestä. Verkosta pimitettiin materiaalia, jotta se ei söisi seuraavan päivän lehden suosiota ja painoarvoa. Tätä ajattelua on toki edelleenkin paljon liikkeellä, eritoten maakuntien sanomalehdistössä. Sanomalehdistö ei ole vielääkään oikein pystynyt ratkaisemaan myöhäisen julkaisuajankohtansa ja netin reaaliaikaisuuden dilemmaa.

Sen sijaan perinteisille sähköisille medioille verkko on avannut suorastaan helpottavan julkaisukanavan: puolentoista minuutin televisio- tai radiojutussa harvaa asiaa ehditään tai pystytään riipaisemaan pintaa syvemmältä. Verkossa asian eri puolien analyttiselle käsittelylle on tilaa ja aikaa. *Kaikki verkosta* -tyyppinen ajattelu sallii sen, että lukijalle verkko ei ole vain jonkin muun tuotteen (radion, television tai sanomalehden) peili tai korvike, vaan oma itsenäinen välineensä, jonka kautta lukija odottaa saavansa kaiken uutiseen liittyvän olennaisen lisätiedon ja -arvon. *Kaiken* tarjoaminen verkossa tällä tavoin vaatii sivutilaa, useita erillisiä juttuja ja mestarointia, jotta *kaikki* asettuu sivuille jotenkin lukijan kannalta mielekkääksi, ymmärrettäväksi kokonaisuudeksi. Kun jotain todella uutisarvoista sattuu, on verkkotoimituksessa oman (MTV3:lta verkkotoimittajana hankitun) kokemukseni mukaan kova kiire kirjoittaa useita pieniä artikkeleita, jotka ovat toisiinsa linkitettyjä. Tavoite on saada sivuille juurikin *kaikki*. Näitä otsikon ja yhden kappaleen mittaisia verkkoraakileita täydennetään sitten reaaliaikaisesti pitemmiksi sitä mukaa kuin lisätietoa saadaan. *Kaiken* materiaalin ja juttujen järjestämiseen sekä uutisten arvottamiseen monikärjet ovat oiva apu.

5 ERITTELYSTÄ ANALYYSIIN – JOHTOPÄÄTÖKSET

5.1 ”Susi!” huusi poika, ”Kohu!” huutaa media

Tietoja pimittävien otsikoiden lisääntyminen vertailuaikana oli erittäin merkittävää. Iltasanomilla, Iltalehdellä ja MTV3:lla salaavien otsikoiden osuus oli noin kolmannes koko aineistosta. Näin suuri määrä sotii jo yhtä Huovilan (2001, 108; 2002, 198) määritelmän mukaista otsikon perustehtävää vastaan; Huovilan mukaan otsikon on kerrottava asian ydin ja kaikkein olennaisin seikka. Tietoa pimittävien otsikoiden kohdalla olennaisin saatetaan verhota epämääräisen ilmauksen taakse ja yritetään siten pakottaa lukija klikkaamaan juttu auki. Lukijan mielenkiinto herätetään jättämällä otsikosta jotain olennaista pois niin, että siitä muodostuu ikään kuin täydennettävä arvoitus. Vaikuttaa sille, että liika itsestänselvyys otsikoinnissa on pahasta, ja tietty epämääräisyys hyvästä. *Mikäs se siinä? Näinkin sen vallanvaihdon olisi voinut nähdä* [MTV3 2012] - tyyppisten otsikoiden kohdalla mennään jo kipurajalla sen suhteen, miten epäinformatiivinen otsikko voi olla, jotta se vielä jotenkuten täyttää tehtävänsä jutun sisällöstä kertovana elementtinä.

Otsikoinnin muutos ei ole jäänyt lukijoilta huomaamatta: esimerkiksi vuoden 2011 alkupuolella perustettiin Facebook-kampanja, joka kulki nimellä *En klikkaa roskaotsikoita*.⁵ Kampanjan tarkoituksena oli saada ihmiset olemaan klikkaamatta salaavia ja selkeän viihteellisiä uutisotsikoita, sillä jokainen klikkaus katsotaan verkkotoimituksissa kannustukseksi tehdä lisää sellaisia otsikoita, jotka keräävät paljon lukijoita.

Verkko-otsikointi on alkanut muistuttaa iltapäivälehtien lööppejä siinä mielessä, että yhtä olennaista, kuin mitä otsikossa lukee, ovat siitä pois jätettävät elementit (von Bagh & Koski 2000, 101–102). Iltapäivälehtien myyntilööppien tarkoituksena on herättää lukijan mielenkiinto niin suureksi, että lukija ostaa lehden. Kokonaisen lehden ostopäätös on kuitenkin huomattavasti isompi kynnyks ylitettäväksi, kuin yksittäisen

⁵ En klikkaa roskaotsikoita –kampanja perää oikeita uutisia. Yle Helsinki 3.2.2011. http://yle.fi/alueet/helsinki/2011/02/en_klikkaa_roskaotsikoita_-_kampanja_peraa_oikeita_uutisia_2337861.html?origin=rss

otsikon klikkaaminen auki. Sen vuoksi verkko-otsikoissa lukijan voi jättää vieläkin enemmän arvailujen varaan kuin iltapäivälehtien lööppien kohdalla.

Joissakin tapauksissa verkkouutisten lukeminen muistuttanee iltapäivälehtien lukemista. Von Baghin ja Kosken (2000) mukaan iltapäivälehdten lukija antautuu lehden kanssa tietynlaiseen leikkiin, jossa yhtenä mahdollisuutena on huijutetuksi tuleminen. Lehdeltä ja sen lööpeiltä ikään kuin odotetaan tiettyä määrää huuhaata, kunhan sitä ei ole liikaa. Kun lehden ostaa, ostaja suorastaan tahtoo tulla huijatuksi ainakin vähäsen, ja päästä ajattelemaan: ”Jestas, kun narrasivat minut ostamaan aivan turhaan lehden.” Mitä tällainen tekee uutisvälineen uskottavuudelle, onkin sitten aivan toinen juttu.

Sama logiikka voisi toimia myös verkkouutisten kohdalla. Ehkä osa lukijoista kaipaa silloin tällöin tietynlaista ”Olisihan se pitänyt arvata” -elämystä mediaa kuluttaessaan. Yksi suurimmista median kulutuksen syistä on nykyisin nimenomaan viihtyminen. Mediakentän viihteellistyminen on ollut pitkäaikainen kehityskulku, joka näyttää jatkavan urallaan myös internetuutisoinnin kohdalla. Tähän suuntaan viittaisi esimerkiksi jutun arvoa alleviivaavien otsikoiden määrän selkeä lisääntyminen. (Pietilä 2007; Postman 1985.)

Pietilän (2007, 95, 103) mukaan viihteellisen median uutiskriteerit rakentuvat kiinnostavuudelle. Kiinnostavuutta taas pyritään rakentamaan nostattamalla keskustelua eri aiheista ja siten intoa ja kohinaa. Nostatus onnistuu alleviivaamalla ja tuottamalla mahdollisimman paljon materiaalia, jotta asian painoarvo lisääntyy. Otsikot ovat yksi keino nostaa kohinaa. Kertomalla yllättävistä käänteistä, oudoista sattumuksista ja hurjista riidoista asioista maalailtaan ainakin otsikkotasolla kenties värikkäämpää kuvaa kuin mitä todellisuus on. Jutun arvon alleviivaus juuri tehostesanoja käyttämällä on aineistoni mukaan selvästi lisääntynyt. En kuitenkaan usko maailman kuudessa vuodessa muuttuneen selvästi aiempaa hurjemmaksi paikaksi, vaikka otsikot niin kertovatkin.

Onko ylisanojen liikakäytöstä sitten jotain haittaa? Mielestäni on. Yliampuviin verkko-otsikoiden käytöllä media luo tahallista poika ja susi -ilmiötä, jossa poika-media huutaa susihukan uhkaavan vähän päästä. Mutta koska mikään ei oikeasti uhkaa, niin kyläläisiä ja lukijoita keinotekoinen huutelu lakkaa ennen pitkää kiinnostamasta. Tästä ilmiöstä

hyvä esimerkki on iltapäivälehtien verkkosivujen useasti viljelemät *Suosikkilaulaja menehtyi* -tyyppiset otsikot. Niiden takaa paljastuu usein joku takavuosien melko merkityksetön ulkomaalainen artisti, joka on saattanut hetkellisesti lyödä läpi. Kun Kari Hotakainen, suosikkikirjailija sanan varsinaisessa merkityksessä, joutui sairaalaan, hänestä otsikoitiin samalla kaavalla *Suosikkikirjailija joutui sairaalaan*. Otsikolla ei kuitenkaan ollut enää samaa vetovoimaa, ja Hotakainenkin tunnuttiin alennettavan arvossa samaan kastiin melko tuntemattomien solistien kanssa.

On myös mahdollista, että ylisanojen ja salaavien otsikoiden viljely on tietynlaista mediamantraa, jolla ilmaistaan lukijalle, ettei mitään sen vakavampaa ole sattunut. Arvoitukselliset otsikot saattavat toimia lukijalle eräänlaisena viestinä siitä, että media täyttää raportointivelvollisuutena ja piirtää maailmasta kuvaa vuorokauden kaikkina aikoina. Niinä hetkinä, kun kuvan piirtäminen on arkipäiväistä, media leikittelee sisällöllään. Näin lukija yritetään saada kiinnostuneeksi uutisisällöistä silloinkin, kun mitään erityisen mielenkiintoista kerrottavaa ei ole. Lukijan ei oleteta palaavan mediasisältöjen pariin, ellei häntä haasteta otsikkotasolla arvuutteluleikkiin, jossa hänen on ratkottava toimituksen tekemät otsikkopähkinät klikkaamalla jutut auki. Tämän ajatusrakennelman mukaisesti otsikoilla kikkailu ja arvoitusten laatiminen loppuu siihen paikkaan, kun tapahtuu jotain todella suurta ja uutisarvoista. Tätä asiaa pitäisi kuitenkin tutkia omana tutkimuksenaan, vertaillen otsikointityylejä suurten uutistapahtumien ja tavallisen arkisten uutispäivien välillä. On kuitenkin todettava, että jos kuuden vuoden aikana otsikot ovatkin muuttuneet viihteellisempään suuntaan, on niistä pääosin myös tullut subjektiivisesti arvioiden kiinnostavampia ja siten parempia. Vuoden 2006 otsikot olivat kautta linjan tylsempiä vuoteen 2012 verrattuna.

Koko tutkimusaineistoon mahtui vain kaksi *kohua* [HS 2012]. Tätä uskallan pitää jo hieman alimitoitettuna määränä ottaen huomioon otannan laajuuden. Kohu on kuitenkin ollut varsin suosittu muoti-ilmaus viime vuosina maamme verkkotoimituksissa. Sanan käyttö on toki osa kohinan luontia ja keinotekoista kiinnostavuuden lisäämistä, olkoonkin etteikö osa kohuista olisi aidosti ollut kohuja sanan varsinaisessa merkityksessä. Kohut ovat medialta tietynlaista vastuunkiertoa. Kun mediassa uutisoidaan kohusta, ei välttämättä enää edes tiedetä, mistä uutisoidaan. Uutisoimalla kohusta voidaan olla välittämättä varsinaisesta kohun takana olevasta asiasta tai sen totuudellisuudesta, vaan voidaan yksinkertaisesti todeta asiasta nousseen kohun. Näin

vältetään oikeudellinen vastuu sanojen todenperäisyydestä ja säästyy aikaa kun taustoja ei tarvitse varmistaa. Loppujen lopuksi kohusta uutisoimalla on lähinnä kerrottu, että asiasta keskustellaan. Kohu ruokkii itseään ja kiinnostaa verkossa. (Ikonen & Mäkilä 2011.)

5.2 Mediat eriytyvät asia- ja viihdelinjoille

Pimittävien otsikoiden ja juttua korostavien otsikoiden määrän lisääntyminen koskivat lähinnä iltapäivälehtiä ja MTV3:a, joka on tutkimusaineiston perusteella kuuden vuoden aikana verkon puolella selvästi profiloitunut iltapäivälehtimäisen viihteelliseksi uutispalveluksi. Sen sijaan Yle ja Helsingin Sanomat pidättäytyivät konservatiivisemmassa asiaotsikoinnissa.

Aineistosta näkee selvästi, miten mediatalot ovat oppineet käyttämään verkkosivujaan eri tavoin ja profiloitumaan verkon omin keinoin oman brändinsä mukaisiksi. Ilta-Sanomat ja Iltalehti ovat räväköittäneet tyyliään entisestään, Helsingin Sanomat on luopunut suuresta osasta epäselviä otsikoitaan ja siirtynyt lähes puhtaalle, informatiiviselle asialinjalle. MTV3 taas on lähtenyt päinvastaiseen suuntaan, ja ryhtynyt määrätietoisesti kilpailemaan verkon suosituimman uutispalvelun paikasta yhdessä iltapäivälehtien kanssa. Johtopaikan saavuttaminen vaatii ainakin tällä hetkellä tiettyä lukijoiden kosiskelua ja jallittamista, sekä selkeän viihteellistä otetta uutisointiin ja sitä myötä myös otsikointiin.

Vertailuviisikosta Yle on pitänyt linjansa vakaimpana. Merkittävin muutos Ylen verkko-otsikoinnissa on entistä suurempi lähteiden ilmaiseminen, jolla haettaneen uutisvälineelle uskottavuutta salaavien ja jopa lukijaa huijaavien otsikoiden aikakautena. Siinä, missä ennen otsikkotasolla Ylelle riitti asian toteaminen tapahtuneeksi, on nyt varmemmaksi vakuudeksi otsikkoon vielä mahdutettava arvovaltainen taho, jolta tieto on peräisin. Käytäntö on yhtenevä median kasvaneiden avoimuusvaatimusten kanssa, joiden olennainen osa työprosessien avaamisen lisäksi on lähteiden tuominen jutuissa selkeästi näkyviin. Yle tosin oli myös vuonna 2006 otsikoissaan ahkerin lähteiden kertoja.

Ylen ja Helsingin Sanomien linja asiatyylin otsikoina ja MTV3:n siirtyminen verkossa iltapäivälehtien leiriin ovat mielestäni selkeitä merkkejä mediakentän polarisoitumisesta. Suomalainen media kulkee kohti Ison-Britannian mallia, jossa tiedotusvälineet jakautuvat eliitin ja kansan palvelijoiksi (Sparks 1992). Suuri osa kansasta kuluttaa voimakkaan viihteellisiä iltapäivälehtiä, ja muusta kansasta eriytyvä eliitti luottaa vakaviin, konservatiivisella asialinjalla toimiviin uutisvälineisiin.

5.3 Jatkotutkimusideoita

Tämä tutkimus on hyvä alku ja pintariipaisu suomalaisen verkkouutisotsikoinnin tutkimukselle. Otsikoinnin muutos on niin selkeä, että muutokseen kannattaisi ehdottomasti paneutua myös hieman syvällisemmin.

Tässä tutkimuksessa ei vertailtu otsikoiden vastaavuutta jutun sisältöön, eli toisin sanoen paikkansapitävyyttä. Tällaista otsikkotason vastaavuustutkimusta on yleensäkin tehty vähän. Matti Tynyniemi (2009) tutki kandidaatintutkielmassaan iltapäivälehtien lööppien ja etusivujen otsikoiden vastaavuutta ja katetta lehden varsinaiseen sisältöön. Samankaltainen tutkimus verkkouutisotsikoiden kohdalla olisi varmasti paikallaan.

Olisi myös mielenkiintoista tutkia, miten lukijat kokevat otsikoinnin muutoksen. Vertailuvuosien otsikot voisi arvioiduttaa lukijoilla kiinnostavuuden osalta, ja vertailla sitä kautta ovatko otsikot muuttuneet lukijoiden mielestä kiinnostavampaan, ärsyttävämpään tai johonkin muuhun suuntaan.

Otsikkotutkimusta tehdessään tutkijoiden kannattaa hyödyntää Kansallista verkkoarkistoa. Verkkoarkisto tallentaa kotimaisia verkkomedioita melko usein verrattuna muuhun suomalaiseen sivuavaruuteen. Verkkoarkistossa ollaan kuitenkin valmiita tallentamaan sivuja entistäkin useammin tutkimuskäyttöä varten, mikäli asiasta sopii etukäteen.

LÄHTEET

- von Bagh, P. & Koski, M. 2000. Lööppikirja. Mitä tapahtuu todella. Helsinki, Like.
- Gunter, B. 2002. The quantitative research process. Teoksessa K. B. Jensen (toim.): A handbook of media and communication research. Oxon: Routledge, 209–234.
- Huovila, T. 2002. Lööppi iskee aikamme julkisuuteen. Teoksessa T. Perko, R. Salokangas, H. Luostarinen (toim.): Median varjossa. Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos. Mediapainos, 196–215.
- Huovila, T. 2001. Toimittaja – vastuussa oleellisesta muutoksesta. Neljäs, uudistettu painos. Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitoksen julkaisuja.
- Ikonen, J. & Mäkilä, K. 2011. Tästä nousi kohu! – Miten jatkuvat kohut rapauttavat journalismia. Journalismikritiikin vuosikirja 2011, 186–195.
- Journalistiliitto 2011. Journalistin ohjeet.
<http://www.journalistiliitto.fi/pelisaannot/journalistinohteet/>. Luettu 20.3.2012 klo 12.15.
- Keskitalo, E.-P. & Jansson, L. 2012. Tietojärjestelmäpäällikkö ja suunnittelija, Kansalliskirjasto. Haastattelu 14.3.2012.
- Kivioja, P. 2007. Iltapäivälehdet mediakentän ja yhteiskunnan muutoksessa. Tampereen yliopisto. Tiedotusopin laitos. Julkaisuja A106/2008.
- Kuutti, H. Mediasanasto. Media Doc Oy. <http://www.mediadoc.fi/mediasanasto.html>.
Luettu 8.3.2012 klo 12.43.
- McQuail, D. 2000. Mass communication theory. 4th ed. Thousand Oaks: Sage.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. 1994. Qualitative data analysis. California: Sage.
- Okkonen, A. 1974. Toimittajan työ I. Neljäs, tarkistettu painos. Hämeenlinna: Karisto.
- Pietilä, A.-P. 2007. Uutisista viihdettä, viihteestä uutisia. Helsinki: Art House.
- Postman, N. 1985. Huvitamme itsemme hengiltä. Suom. Ilkka Rekiaro. Juva: WSOY.
- Richardson, J. E. 2007. Analysing newspapers: an approach from critical discourse analysis. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Sparks, C. 1992. The popular press and political democracy. Teoksessa P. Scannell, P. Schlesinger & C. Sparks (toim.): Culture and power. A media, culture & society reader. London: Sage, 278–292.

- Suomen web-sivustojen viikkoluvut, TNS Gallup, 2012. <http://tnsmatrix.tns-gallup.fi/public/>. Luettu 12.3.2012 klo 17.52.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.
- Tyynysniemi, M. 2009. Yllätysero – Johtavatko iltapäivälehtien etusivut ja lööpit ostajaa harhaan? Jyväskylän yliopisto. Journalistiikan proseminarityö.
- Vahlberg, V., Shearer, E., Peer, L., Williams, V. & Figueroa, B. 2008. From ‘Too much’ to ‘Just right’. Engaging millennials in election news on the web. Northwestern university. Media management center. <http://www.mediamanagementcenter.org/research/youthelection.asp>. Luettu 29.3.2012 klo 17.37.
- Vehkoo, J. 2011. Painokoneet seis. Kertomuksia uuden journalismin ajasta. Jyväskylä: Bookwell.
- Williams, F., Rice, R. E. & Rogers, E.M. 1988. Research methods and the new media. New York: The Free Press.
- Wimmer, R. D. & Dominick, J. R. 2011. Mass media research: an introduction. 9th ed. Belmont, California; Wadsworth; Andover: Cengage Learning.

LIITE 1

Verkkouutisotsikoiden luokitteluohje

OTSIKOIDEN INFORMATIIVISUUS

Kaikki otsikot luokitellaan yhteen luokista 1–4. Luokat ovat toisistaan poissulkevia.

Informatiiviset otsikot:

- 1. Uutisenomaiset otsikot.** Informatiiviset, uutisenomaiset otsikot, jotka lukemalla ymmärtää heti mikä on jutun keskeisin sisältö ja mistä puhutaan. Tähän kategoriaan kuuluvat ns. kärkilauseotsikot, kuten *Valtio myy Outokummun osakkeita*. Myös sitaattiotsikot kuuluvat tähän kategoriaan niin kauan kuin sanoja tai asiayhteys on riittävässä määrin selvillä, jotta otsikon lukemalla ymmärtää mistä on kyse, esim. *Häkämies: Talvivaaran uraanihanke hyväksi ympäristölle*. Myös kysyvät otsikot kelpaavat kategoriaan, mikäli ne ilmaisevat tarpeeksi selvästi, millä asialla spekuloidaan, esim. *SM-liigaan palkkakatto?*
- 2. Muut informatiiviset otsikot.** Jutun sisällöstä yksiselitteisesti kertovat otsikot, jotka eivät kuitenkaan ole luokiteltavissa uutismaisiksi, esim. *Tarja Halosen aikuinen tyyli - katso kuvat vuosien varrelta!* Esimerkkiotsikon sisältö ei ole uutismainen, mutta otsikko tekee heti selväksi, minkä tyyppistä sisältöä jutussa on tarjolla.

Tietoja pimittävät, salaavat otsikot:

- 3. Persoonattomaksi jäävät otsikot.** Otsikot, joiden subjekti, objekti tai sanoja jäävät hämärän peittoon. Olennaista kuitenkin on, että nimenomaan subjektin, objektin tai sanojan persoona tai tarkka olemus tekee jutun aiheesta uutiskynnyksen ylittävän asian, esim. *Kiekkolegenda toipuu aivoverenvuodosta - "Ilman poikaani olisin kuollut"*. Tässä otsikossa lukijalle jää epäselväksi, kuka kiekkolegenda on kyseessä.
- 4. Viittaussuhteeltaan epäselvät otsikot.** Otsikot, jotka puhuvat jostakin lukijalle tuntemattomaksi jäävästä asiasta, kuten *Salkkarit-Mia: Tämä on hauskinda tai Näin presidentin valta hupenee*. Toisaalta myös otsikot, joiden välitön asiayhteys ei paljastu, vaikka otsikko muuten olisikin hyvin informatiivinen, kuten *Tasapelikin vie Kiinaan*. Samaan kategoriaan kuuluvat myös otsikot, joiden perusteella juttu jää täysin käsittämättömäksi, ja herättää enemmän kysymyksiä kuin vastauksia, kuten *Kana neljällä koivella*.

OTSIKOIDEN MUUT OMINAISUUDET

Luokkien 1–4 lisäksi otsikot voidaan sijoittaa myös luokkiin 5–13, mikäli ne täyttävät luokan tunnusmerkistön. Luokat 5–13 eivät ole toisistaan poissulkevia.

Objektiivisuutta ja epävarmuutta korostavat otsikot:

5. **Lähteen kertovat otsikot.** Kuka kertoo, kenen tai minkä mukaan. Esim. *Raportti: Irakin kapinallisilla runsaasti rahaa* tai *Häkämies: Talvivaaran uraanihanke hyväksi ympäristölle*. Myös lainat, kuten *HS: Kotihoidon tuki pois 2 vuotta täyttäneiltä* kuuluvat tähän kategoriaan.
6. **Sitaattiotsikot.** Otsikot, joissa on suora sitaatti. Esim. *"Elintarvikealalle luvassa lisää yt-neuvotteluja"* ja *Kiekkolegenda toipuu aivoverenvuodosta - "Ilman poikaani olisin kuollut"*.
7. **Kysymysotsikot.** Otsikot, jotka sisältävät suoran kysymyksen. *Olisiko Teuvosta oopperatähdeksi?*
8. **Epävarmuutta ilmaisevat otsikot.** Otsikot, jotka sisältävät varauksen, arvelun tai ennusteen. *Kumppanin puute voi johtua suurista luuloista*.

Jutun arvoa alleviivaavat otsikot:

9. **Lukijaa suoraan puhuttelevat otsikot.** Otsikot, joissa puhutaan suoraan lukijalle. Kaikki käskyt, kehotukset, varoitukset ja lukijalle esitetyt kysymykset. *Katso kuvat!* tai *Matkalla hiihtolomalta kotiin? Katso missä tankkaat edullisimmin*. Jälkimmäinen esimerkkiotsikko puhuttelee lukijaa ensin esittämällä suoran kysymyksen, sitten neuvomalla missä lukijan kannattaa tankata.
10. **Tehostesanaotsikot.** Otsikot, joissa jutun sisällön painoarvoa kasvatetaan voimakkaan kuvaavilla adjektiiveilla tai adverbilla tai poikkeuksellisilla substantiiveilla. *Oulun seksirikoksista ankara tuomio* tai *Jon Bon Jovi muuttunut hurjasti* tai *Kiprusoff pysäytti NHL-komeetan*. Ensimmäisessä esimerkissä adjektiivi *ankara* lisää otsikon houkuttelevuutta, jälkimmäisessä saman tehtävän ajaa adverbi *hurjasti*. Kolmannessa esimerkissä komeetta on merkitsevä tekijä. Erilaiset kohut ovat hyviä esimerkkejä tästä kategoriasta.
11. **Huudahdukset.** Otsikot, jotka ovat kokonaisuudessaan tai sisältävät sanonnan kaltaisen huudahduksen tai fraasin. Esim. *Nyt tai ei koskaan!* tai *Jeesus ilmestyi miehen tortillaan - Täysin selkeä!* Jälkimmäisessä otsikossa loppukaneetti *Täysin selkeä!* vie otsikon huudahdus-kategoriaan. *Katso kuvat!* luokitellaan kuitenkin vain kategoriaan 10, sillä kyseessä on kehoitus ja siten suora lukijan puhuttelu.
12. **Huutomerkkiotsikot.** Otsikot, jotka sisältävät huutomerkkin.

Muut:

13. **Monikärjet.** Otsikot, jotka ovat jonkin muun pääotsikon kainalo-otsikoita, ja johtavat erilliseen juttuun. Esim. pääotsikkoa *Talvivaaran kaivos alkaa tuottaa urania Sotkamossa* ei luokitella monikärjeksi, mutta sen yhteydessä sivutaitolla samaan kokonaisuuteen liitetty *Häkämies: Talvivaaran uraanihanke hyväksi ympäristölle* on monikärki. Monikärkiotsikoissa on yhteinen nimittäjä, joka

sitoo otsikot taiton lisäksi samaan aihepiiriin. Samalla pääotsikolla voi olla useita monikärkiä.

LIITE 2

Tutkimuksen aineisto. 300 verkkouutisotsikkoo Suomen viideltä suurimmalta verkkomediaalta vuosilta 2006 ja 2012.

MTV3 2006

YK:n raportti suomalaistarkkailijan kuolemasta valmistui
Oikeusasiamies: Poliisilta selvitys Smash Asemista
Oulun seksirikoksista ankara tuomio
Hawk-hävittäjä tuhoutui maahansyöksyssä Pohjanmaalla
Pekka Virta on Kalpan uusi valmentaja
Massan Ferrariin moottorinvaihto, Schumilla tuskin samaa vikaa
Vatanen ajaa ensi vuoden Dakar-rallin Volkswagenissa
Talermo toivoo urheiluun lisää sponsorituloja
Borat ei päässyt Valkoiseen taloon
Antti Tuisku suhtautuu julkisuuteen rennosti
Valtio myy Outokummun osakkeita
Valmiuslain muutos seuraavalle eduskunnalle
Sohjo kiusaa autoilijoita Länsi- ja Etelä-Suomessa
Vesittynyt palveludirektiivi saa viimeisen silauksen
NHL: NY Rangers ratkaisi päätöserässä
Pasaselle vain täysi pistepotti kelpaa
Yksi yleisurheilija kärysi GP-finaalissa SM-liigaan palkkakatto?
Madonnan adoptiohanke oikeuden käsiteltävänä
Elokuva-arvostelussa Borat
Maajusseista Suomen puhutuin tv-ohjelma
Kaikki matkustajat kuolivat Nepalín helikopteriturmassa
Sipoon kunnanhallitus vaati puolueetonta selvitysmiestä
Vatt: Arvonlisäveron leikkaus laskisi ruoan hintaa
EU-Maatalouden tulevaisuus esillä Oulussa
Makedonia voitti Suomen tenniksen Davis cupissa
Honda-kuskit osaavat menestyä Shanghaissa
Naisten maajoukkue jahtaa historiallista MM-kisapaikkaa
Sotkamon Jymylle pesäpallomestaruus
Lordin The Arockalypse sai erikoispainoksen

Yle 2006

Correa voittamassa Ecuadorin presidentinvaalit
Espoossa keskustellaan sähkön hinnan korotuksesta

Suomi hakee sopua Kyproksen ja Turkin kiistaan
Tonnikala ei kestä kalastusta tonneittain
Moni nuori on raivoraitis
Gazan tulitauko on pitänyt
Tshad kiisti tiedot kapinallisten etenemisestä
Etelä-Afganistanissa tulitaisteluja
Raportti: Irakin kapinallisilla runsaasti rahaa
Naiset saavat miehiä huonommin opiskelupaikan
Kysely: Luottamus Vanhaseen kasvanut
Harkimo ryöpyttää kovin sanoin ministeri Saarelaa
Ajatus valtion sähköyhtiöstä saa kannatusta
Lehti: Rumsfeldin sotarikoksista todisteita
Airbusin superjumbon koelennot loppusuoralla
HS: Lintuinfluenssavaara suurempi ensi vuonna
Juice Leskinen on kuollut
EK tahtoo lakkolakien täysremontin
Raportti: Koulutus avain kehitysmaiden kasvuun
"Elintarvikealalle luvassa lisää yt-neuvotteluja"
Vike-Freiberga Baltian ehdokas YK:n pääsihteeriksi
Myanmar esille YK:n turvaneuvostossa
Ruotsin viimeinen vaalitentti pui työllisyyttä
HS: Taloyhtiöille tähtiluokitus keväällä
Puitelaki kuntauudistuksesta valmis
Kokoomus esitteli varjobufjetinsa
Hallitus sopuun biopolttoaineista
Israel antoi turmaselvityksen
Paavin lausunto kuohuttaa muslimeja
EU:n palestiinalaistuki jäi pöydälle

Helsingin Sanomat 2006

Seksuaalirikosten tutkintaryhmä löysi satoja hyväksikäyttäjiä
Rajavartiolaitos paljasti ihmissalakuljetusliigan
Bosnian serbipoliitikolle 27 vuoden vankeustuomio
Viro pidätti säiliöalus Probo Koalan testien jälkeen
Big Brotherin Mikaa epäillään seksuaalisesta hyväksikäytöstä
Nieminen voitti Massan Bangkokissa
Unelmatreffeille Miss Universumin kanssa
Terminaattori toimittaa eroviestin perille
Kana neljällä koivella
Thaimaan sotilasjohto: Sotilaiden on hymyiltävä
Seksielämä vai pitkä elämä?

Matti Pörhö: Dieserveron poisto kääntäisi hiilidioksidipäästöt laskuun
Neste Oil pyrkii johtavaksi biodieselin valmistajaksi
Helsingin väkiluku kääntyi kasvuun
Sijoittajat haalivat kiinteistöjä Suomesta
Aasia-mielenosoitukset alkavat aamulla
Lipponen huippuryhmään pohtimaan EU:n perustuslain kohtaloa
Blair lupasi erota vuoden sisällä
Palloliitto käärii yli miljoonan voiton Portugalin-pelistä
Yhtä lähellä kuin lähin puhelin
Mies etsii öljyä kotipihalta
Kaahari syytti vuohtien puutetta
Paris Hilton kärehti ratista
Lordi-kansanjuhlan ryhmäkaraoke ennätyskirjaan
Ford kamppailee syvissä vaikeuksissa
Ajoneuvojen rekisteröintiä yksinkertaistetaan
Espoon, Helsingin ja Husin työntekijät saavat työmatkasetelin
TeliaSonera siirtyy maakohtaisesta organisaatiosta liikeryhmäksi
Ulkomaisten kaivosyhtiöiden uraanijahti kiihtyy
Armas Alvari sai Helsingin Sanomien kirjallisuuspalkinnon

Iltalehti 2006

Pudottiko moottoriin lentänyt lintu hävittäjän?
KalPa vaihtoi valmentajaa
Rosa jättää eduskunnan
Alonsosta F1-kuljettajien yhdistyksen johtaja
Ota kantaa: Pitäisikö Sorella ottaa pois BB-talosta?
Huippumalli Suvi Kuposen menestys jatkuu
Kuka on tämän syksyn Tarja Turunen?
Sinustako Rock Guru?
Suomi sai YK-raportin Khiam-iskusta
Nuoren miehen kuolemaa tutkitaan Joensuussa
Sieppausjutusta tuomioita lisälnessä
Humalainen asianajaja riehui käräjäoikeudessa
USA:n senaatti hyväksyi uuden terrorilain
Lähihoitajalle sakkoja kuolemantuottamuksesta
Somalialaismiehen pahoinpitelystä tuomiot
Suomen euroedustajat vaativat anteeksipyyntöjä
Finreactorin ylläpitäjille vaaditaan sakkoa tai vankeutta
Rintoja kosketelleelle opettajalle sakkoa tai vankeutta
Loukkaantuneena löydetty mies kuoli Joensuussa
Kiekkolegenda toipuu aivoverenvuodosta - "Ilman poikaani olisin kuollut"
Nyt tai ei koskaan!
Katso video: Litmanen tiedotustilaisuudessa
Töihin lähtevä äiti ikävöi vauvaansa

Kovalaisesta F1-kuski
Ronaldo-huuma!
Katso video: Ronaldo harjoituksissa
Keisarin salaisuus ensi-iltaan
Äiti, onks mä läski?
Kimin selkä kunnossa
Vastaa kyselyyn: Mikä on ärsyttävvin vero?

Iltä-Sanommat 2006

Poliisien päälle bensaa!
Video - Poliisi ottaa kiinni mielenosoittajia
Atlantis-sukkula pääsi vihdoin matkaan
Poliisi puhutteli ay-pomoja
Kuin nuori Sibelius!
Suomi-ruoka maistuu
Turvajärjestelyt eivät häirinneet Helsingissä
Oslo lentokenttä jälleen auki
Lindsey Lohan kadotti satojen tuhansien arvoiset korut
Brad Pitt avioituu vasta kun homoavioliitot sallitaan
Riki Sorsa selätti syövän
Dallasin Bobby intoilee ukkina olemisesta
Selibaatti saattaa tuoda parisuhteeseen potkua
Kumppanin puute voi johtua suurista luuloista
Isabella Rossellini kammoaa kauneusleikkauksia
Mausta herkut hunajalla
Kimi ajoi paalupaikalle Monzaassa
Kimi viimeisteli Ferrari-sopimuksensa alkuviikolla
Lea Hakala tähtää neljänsiin EM-kisoihinsa
Kangasniemi on maailman eliittiä
BB-Mikan rikosepäily: Hyväksikäyttö
Yli 30 lasta seksiliigan uhreina
Halmeelle pidetään vielä ehdokaspaikkaa auki
Professorin viimeiset sanat: Tämä ei ole reilua!
Tähtien upeat alusasut
Aerosmithin Steven Tylerilla on hepatiitti C
Harry Potterin "Hermionella" treffiongelmia
Tasapelikin vie Kiinaan
Tallinnan sarjaräjättyjälle syyte seitsemästä murhasta
HIFK on huono häviäjä

MTV3 2012

Luksuskivitalosta Mäntyniemeen - Täältä presidenttipari herää tänään
Niinistö uuteen kotiin - katso kuvat
Analyysi: Vallanvaihto historiallinen
Mielenosoitukset tekevät Venäjän vaaleista mielenkiintoisen näytelmän
Matkalla hiihtolomalta kotiin? Katso missä tankkaat edullisimmin

Säteilyturvakeskus vakuuttaa: Marjoja voi syödä Talvivaaran uraaniluvan jälkeenkin
HS: Kotihoidon tuki pois 2 vuotta täyttäneiltä
Mikäs se siinä? Näinkin sen vallanvaihdon olisi voinut nähdä
Varo vaaraa - Tienpinnat uhkaavat jäätyä tänään
Hurjat Hurriganes-tarinat: Fani sai bassosta päähänsä
Tässä 10 parasta rock-kappaletta?
Rokkitähtien villeimmät sikailut
Ruotsin prinssi ongelmissa: Raju riita rantatontista
Jon Bon Jovi muuttunut hurjasti
Olisiko Teuvosta oopperatähdeksi?
Kimmo Timoselle huikea merkipaalu NHL:ssä
Kiprusoff pysäytti NHL-komeetan
Bäckström talutettiin kentältä
Lotus teki taas vaikutuksen Keke Rosbergiin
Kimi suosittuun Top Geariin
"Tunnelma Lotuksella fantastinen"
Varo - Salkkareista jälleen juonipaljastuksia!
Salkkarit-Mia: Tämä on hauskinta
Salatut elämät Katsomossa!
"Venäläiset tietävät, mikä vaalituloksen pitäisi olla"
Puolustusministeri vierailee Kontiolahdella
Onko kahvinjuonti haitallista terveydelle?
Tarja Halosen aikuinen tyyli - katso kuvat vuosien varrelta!
Donskoi hiljensi Turkuhallin - "Saatiin palkinto"
TPS:n Ortio nauttii painetilanteesta

Yle 2012

Runsas lumisade tekee ajokelin huonoksi koko maassa
Ketjukolarit katkaisivat hetkeksi
Tuusulanväylän
Euroryhmän kokous peruuntumassa
Kela maksoi työttömyysturvaa väärin perustein yli miljoona euroa
SDP ja kokoomus napit vastakkain säästösuunnitelmista
Hallitus pohtii säästöstrategiaansa
Hallitus ei lupaa säästöpäätöksiä tänään
Uutta työelämästä - tutkijat löysivät onnistuneen organisaatiomuutoksen
Organisaatiomuutoksesta halutaan häivyttää ikävä maku
Lähteet: Haavoittuneet ulkomaiset toimittajat pääsivät Homsista
Alkoholin kulutus pysyi ennallaan, pahoinpitelyjä entistä enemmän
Ulkoministeriö: Wikileaksin uusi vuoto lisää varauksellisuutta Stratforia kohtaan
Soini: Suomen Kreikka-vakuudet ovat arvoltaan nolla

Upseerit: Säästöt syövät Suomen puolustusvoimien uskottavuutta
Poliisiylijohtaja: Sähköinen järjestelmä paikkaamaan aselupien epätasa-arvoa
Hätäkeskuksesta auttava puhelin
Tutkimus: Sydänsairauden riski vähenee terveellisten elintapojen myötä
Puuppolassa ammuttu jo 50 pulua - ainutlaatuinen operaatio Suomessa
Tutkimus: Rikkaat huijaavat helpommin Entisajan junamatkassa oli glamouria
Presidentti vaihtui - tapahtumat hetki hetkeltä
Suomi hankkii Horneteille ilmasta-maahan-ohjuksia
Talvivaaran kaivos alkaa tuottaa urania
Sotkamossa
Häkämies: Talvivaaran uraanihanke hyväksi ympäristölle
Radioaktiivisen jätteen varasto Talvivaaraan?
Talvivaaran naapurit haluavat miljoonakorvauksia
Uraani on arvokas vientituote
Matkapuhelinverkoissa kahden kerroksen väkeä?
ARA: Avustusten myöntökriteerit ovat kaikille samat
Muuntohuumeita nyt ensi kertaa huumausaineluetteloon

Helsingin Sanomat 2012

Ministeri haluaa eläkeyhtiöiden lähipiirin kaupat valvojalle
Kolmella eläkejohtajalla asuntoetu
Ilmarisen hallitus: Harri Sailas voi jatkaa Ilmarisella ja Finnairilla
WSOY muuttaa pois bulevardilta
Kohunyrkkeilijä sai elinikäisen kilpailukiellon
Nyrkkeilyn häirikkö Chisora sai tuntuvat sakot
Klitsko haluaa kouluttaa Chisoraa: "Hän on hullu"
Kohunyrkkeilijä on nolona ja pyytää anteeksi "sydämensä pohjasta"
Video - Raskaansarjan WBA-liiton lehdistötilaisuus kuumeni tappeluksi
Tunisia tarjoaa Syyrian al-Assadille turvapaikkaa
YK: Syyriassa kuollut jo ainakin 7500
Turvapaikan hakijoiden määrä väheni
Valtteri Filppula rikkoo ennätysksiä
Seurajohto pakotti Mikko Koivun sairauslomalle
Mitt Romney selvisi kotiosavaltiossaan säikähdyksellä
Video - Romney: Voitimme täpärästi, mutta se riittää
Blogi - Tuomas Niskakankaan blogi
Yhdysvaltain presidentinvaaleista
Dwayne Wade mursi Kobe Bryantin nenän

Teemu Pukki vakuuttaa: Olen hyvässä kunnossa
Prinsessa Estelle pääsi jo ulkoilemaan
Video - Ruotsin hovi julkaisi kuvia Estelle-
vauvasta
Nokian Elop toivottaa uudet haastajat mukaan
kilpailuun
Viimeiset drakmat ja markat päätyvät silppuriin
Euro käteisvaluuttana täytti kymmenen vuotta
Poliisi pidätti Anonymous-hakkeriryhmän
jäseniä
Posiva: Olkiluodossa ei ole tilaa Fennovoiman
jätteille
Hallitus valmis määräämään yhtiöt
ydinjäteyhdistyöhön
Obama haluaa osaan terroristeista
siviilioikeuteen
Keskisuomalainen: Passikuvat jatkossa poliisille
sähköisesti
Rikkoutunut bussi ruuhkautti hetkellisesti
Kampin bussiterminaalin

Ilta-Sanomat 2012

Katso kuvat! - Oikeus julkaisi kaksi mystistä
Auer-kuvaa
Piiritystilanne Savossa - Mies uhkasi aseella
Näin Niinistön elämä muuttuu heti
Näin Suomi siirtyy tänään Niinistön aikaan -
katso grafiikka
Presidentin virkaanastuminen katkoo liikennettä
Helsingissä
Näin presidentin valta hupenee
Poliisi täysin voimaton nuoren naisen edessä
"Täytyy olla hullu" - Suomalaisen outo kisa
hämmästyttää ulkomailla
Suomalaisperinne tuhosi Rihannan hiukset
Katso kuvat juhlista! - 80-vuotias Iltis juhli
vauhdikkaasti
Jaakko Rytölä myy perheensä isoa Bemaria
Suosikkipeli notkahti - 600 saa potkut
Seiska: Matti Nykänen vapautui vankilasta
Miksi tämä asuntoilmoitus leviää netissä?
Suomen maalivahdilta todella nolo moka - katso
Itävallassa irvailaan Suomelle: "Perverssien
lajien maa" - katso kuva
Huuhkaja-vahti lahjoitti avausmaalin -
Itävallalle voitto
Kim Dotcom laihtui vankeudessa 16 kiloa
Veikkaus ongelmissa: Voittoja ei voida maksaa
Costa Allegran matkustajat pääsivät vihdoin
maihin Seychelleillä
Kaleva: Uusi epäily H1N1-rokotteesta - laajat
tutkimukset
Mies tönäistiin sairaalakuuntoon Joensuussa
Ranuan jääkarhuvauvalle kaavaillaan jo
sisarusta
Vauva syntyi kahden promillen humalassa

Vastineeksi ruokaa amerikkalaisilta -
Läpimurto! Pohjois-Korea keskeyttää
ydinohjelmansa
"Päätös pieni askel oikeaan suuntaan"
Sossuäidit palaavat maanantaina työelämään
The Voice of Finland - Vicky Rosti tyttärestään:
Ellalla on ainutlaatuinen ääni!
Pietari saattaa sakottaa Rammsteinia
homomyönteisyydestä
Monkees-yhtyeen laulaja kuoli

Iltalehti 2012

Tampereella vakava onnettomuus - jäätä putosi
ihmisen päälle
Sarjakuristajalle taas tuomio
Hämmäntävä välikohtaus oopperassa
Lumet putosivat katolta - Lapsi jäi alle
Vanhemmat pelästyivät jääpuikkoja
Sara Chafakin missivuodelle kova startti - Tulot
noin 6000 euroa kuussa!
Koulu sulki vessat
Mies raiskasi avovaimonsa tyttären - vankeutta
Keskusta kimpaantui uudistuksesta:
"Sodanjulistus"
Varoitus asukkaille: Jättikäpy voi viedä hengen
Jumalainen Pippa on superkunnossa
Pippa ja peppu tulevat Ruotsiin
Ilmapiiiri kiristyy Kreikassa - Potkut saanut
ampui pomoaan
Metrosta löytyi pommi
Näyttelijätär unohti pikkupöksyt kotiin - Kaikki
näkyi!
Jeesus ilmestyi miehen tortillaan - Täysin
selkeä!
Hän on yli 41-vuotias - uskoisitko?
Supo: Terrorijärjestön ylijohdolla läheiset välit
Suomeen - Lukuisia yhteyksiä al-Shabaabiin
Suomessa lukuisia tiedustelijoita -
ydinaseosaaminen kiinnostaa
Karpapaaja, näin säästät satasia vuodessa - Katso
vinkit! Koko päivän ruuat neljällä eurolla
Ympärileikkaus olohuoneen pöydällä - Näin
oikeus tuomitsi
Yrittäjäsanomat: Nuoret työntekijät hukassa! -
"Ei osata kelloa"
Tässä ovat Putinin haastajat - Kommunisti,
populisti, nationalisti ja miljardööri
"Kannatukseni on ylivoimainen"
Putin leikkii neitsyellä mainoskampanjassaan
Pia ilman omaa kotia - "Asun ystävien ja
sukulaisten nurkissa"
Ässille karkea takaisku
Ässät-pomolta uskalias väite
Robert Helenius ihmeissään: "Yrittikö Chisora
tulla visiitille?"
HS: Chisora yritti hyökätä Heleniuksen
kimppuun häviönsä jälkeen