

**TOIMITTAJAT PARRASVALOISSA -  
HELSINGIN SANOMIEN  
MUSTA LAATIKKO -ESIINTYJIEN  
KOKEMUKSIA LIVEJOURNALISMISTA**

Esa Lilja  
Maisterintutkielma  
Journalistiikka  
Kieli- ja viestintätieteiden  
laitos  
Jyväskylän yliopisto  
Syksy 2020

# JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

|  |   |
|--|---|
| Tiedekunta<br>Humanistis-yhteiskuntatieteellinen   | Laitos<br>Kieli- ja viestintätieteiden laitos |
| Tekijä<br>Esa Lilja  |   |
| Työn nimi<br>Toimittajat parrasvaloissa - Helsingin Sanomien Musta laatikko -esiintyjien kokemuksia livejournalismista   |   |
| Oppiaine<br>Journalistiikka  | Työn laji<br>Pro gradu -tutkielma             |
| Aika<br>Syksy 2020   | Sivumäärä<br>82 + liite                       |
| <p><b>Tiivistelmä</b></p> <p>Livejournalismi on uusi journalismin muoto, josta myös akateeminen tutkimus on alkanut kiinnostua viime aikoina. Käsitteellä livejournalismi viitataan tapahtumaan, jossa journalistit esittävät aiemmin julkaisemattomia ja tarkkaan käsikirjoitettuja, editoituja ja harjoiteltuja puheenvuoroja elävälle yleisölle teatteriympäristössä. Suomessa livejournalismin edelläkävijä on Helsingin Sanomien Musta laatikko.</p> <p>Livejournalismin ideana on tarjota tarinoita elävälle yleisölle, minkä vuoksi yleisösuhte ja sen rakentuminen on livejournalismin kannalta olennainen käsite. Toisaalta livejournalismi hyödyntää niin sanotun narratiivisen journalismin työkaluja, ja olennaiseksi kysymykseksi nousee journalistinen kamppailu "kovan", objektiivisuuteen pyrkivän uutistytön sekä "pehmeän" ja subjektiivisemmän tulkinnan välillä.</p> <p>Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millainen on livejournalistien kokemus yleisösuhteesta ja miten he tasapainoilevat subjektiivisten tulkintojen ja perinteisen, objektiivisuutta korostavan tiedonvälitystehtävän välillä. Tutkimuksen aineistona on kahdeksalle Helsingin Sanomien Mustassa laatikossa esiintyneelle toimittajalle tehdyt teemahaastattelut. Aineistoa käsiteltiin temaattisen sisällönanalyysin menetelmin.</p> <p>Haastateltavat kokevat, että livejournalismin tuottama poikkeuksellisen voimakas yleisösuhte on merkinnyt heille uskonpalautusta journalismiin, minkä lisäksi yleisön ja livejournalistien suorat kohtaamiset ovat lisänneet journalismin läpinäkyvyyttä sekä yleisön ja journalismin välistä ymmärrystä ja luottamusta. Haastateltavat kokevat myös, että vaikka tunteet ja tarinat tekevät journalistista sisältöä ymmärrettäväksi ja samaistuttavaksi, tunteita ja subjektiivisuutta on käytettävä varoen. Livejournalismi toimii vain tarinallisessa muodossa, mutta sen on oltava yhtä faktapohjaista kuin muunkin journalismin.</p> <p>Tämä tutkielma on ensimmäisiä suomalaisia opinnäyteitä, joissa tarkastellaan livejournalismia ja sen merkitystä suomalaisille toimittajille. Tutkielma luo pohjaa ilmiön tarkemmalle akateemiselle käsittelylle, mutta antaa myös ymmärrystä livejournalismin käytännön tekemiseen.</p> |   |
| Asiasanat: journalismi, livejournalismi, subjektiivisuus, objektiivisuus, tunteet, yleisösuhte   |   |

|                                     |
|-------------------------------------|
| Säilytyspaikka Jyväskylän yliopisto |
| Muita tietoja                       |

## **KUVIOT**

|         |  |    |
|---------|--|----|
| KUVIO 1 | Journalistieetoksen siirtyminen korkeasta notkeaan moderniin (Koljonen, 2013)..... | 72 |
|---------|--|----|

## **TAULUKOT**

|            |  |    |
|------------|--|----|
| TAULUKKO 1 | Kuinka livejournalistit kokivat suhteen yleisöön?.....   | 38 |
| TAULUKKO 2 | Livejournalistien suhde toimittajantyön ideaaleihin..... | 51 |

# SISÄLLYS

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 1     | JOHDANTO .....   | 1  |
| 2     | MISTÄ LIVEJOURNALISMISSA ON KYSE? .....                          | 5  |
| 2.1   | Livejournalismi tarjoaa tarinoita elävälle yleisölle .....       | 5  |
| 2.2   | Livejournalismi lainaa narratiivisen journalismin työkaluja..... | 7  |
| 2.3   | Subjektiiivisuus ja tunteiden käyttö livejournalismissa .....    | 10 |
| 2.3.1 | Livejournalisti tuo esiin omia havaintojaan .....                | 10 |
| 2.3.2 | Livejournalisti ei väistä tunteita .....                         | 13 |
| 3     | MISSÄ LIVEJOURNALISMIA TEHDÄÄN? .....                            | 16 |
| 3.1   | Pop-Up Magazine näyttää suuntaa .....                            | 16 |
| 3.2   | Musta laatikko avautuu .....                                     | 18 |
| 4     | SUURET KÄÄNTEET MUUTTAVAT JOURNALISMIA.....                      | 21 |
| 4.1   | Talouspuhe määrää, miten käy luovuuden?.....                     | 21 |
| 4.2   | Yhteiskunta muuttuu, toimitukset notkistuvat .....               | 26 |
| 4.3   | Uusi yleisösuhte .....   | 28 |
| 5     | AINEISTO, TUTKIMUSMENETELMÄ JA TUTKIMUSKYSYMYKSET .....          | 30 |
| 5.1   | Laadullisen tutkimuksen lähtökohdat .....                        | 30 |
| 5.2   | Aineiston keruu haastatteleamalla .....                          | 32 |
| 5.3   | Tutkimuksen kohteena kahdeksan livejournalistia .....            | 33 |
| 5.4   | Tutkimusaineisto ja sen käsittely .....                          | 34 |
| 5.5   | Analyysimenetelmänä temaattinen analyysi.....                    | 34 |
| 5.6   | Tutkijan oma rooli.....  | 36 |
| 6     | TULOKSET .....   | 37 |
| 6.1   | Livejournalistin suhde yleisöön .....                            | 39 |
| 6.1.1 | Journalismin uskonpalautus.....                                  | 41 |
| 6.1.2 | Suoran yleisökontaktin monet hyödyt.....                         | 43 |
| 6.1.3 | Nöyryys yleisön edessä .....                                     | 48 |
| 6.2   | Livejournalistin suhde toimittajantyön ideaaleihin .....         | 52 |
| 6.2.1 | Tarinaa vai faktoja - vai sekä että? .....                       | 53 |
| 6.2.2 | Tunteita vai etäisyyttä - vai sekä että? .....                   | 55 |
| 6.2.3 | Subjektiiivisuutta vai objektiivisuutta - vai sekä että? .....   | 60 |
| 7     | JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA .....                                 | 66 |
| 7.1   | Livejournalismissa suora yleisökontakti ratkaisee.....           | 66 |

|               |   |    |
|---------------|---|----|
| 7.2           | Livejournalismin suhde tarinaan, tunteeseen ja subjektiivisuuteen ..... | 68 |
| 7.3           | Notkeita livejournalisteja korkein arvoin? .....                        | 72 |
| 7.4           | Johtopäätöksiä livejournalismista ja jatkotutkimuksen aiheita.....      | 73 |
| LÄHTEET ..... |   | 77 |

LIITTEET: Teemahaastattelun kysymysrunko

# 1 JOHDANTO

Sunnuntai-iltapäivällä 18. maaliskuuta vuonna 2018 journalistiikan professori Heikki Luostarinen lähestyi minua Kansallisteatterin lämpiössä Helsingissä. Hän oli juuri nähnyt Helsingin Sanomien Musta laatikko -esityksen. Joukko Helsingin Sanomien journalisteja oli noussut kukin vuorollaan Kansallisteatterin Suurelle näyttämölle ja kertonut yleisölle journalistisen tositarinan. Puheiden aiheet olivat vaihdelleet samaan tapaan kuin aiheet vaihtelevat painetussa sanomalehdessä: esitykset olivat käsitelleet Viron historiaa, ilmastonmuutosta, modernia isyyttä, Suomen sisällissotaa, järjestäytyntä rikollisuutta, pormestari Jan Vapaavuoren suosiota, talviolympialaisia sekä säveltäjä Einojuhani Rautavaaran elämäntyötä.

Musta laatikko on uusi journalismin muoto, jota Suomessa ja maailmalla on alettu kutsua livejournalismiksi. Professori Luostarisen livejournalismi oli uusi kokemus. Hän antoi teatterin käytävällä palautteen, joka jäi mieleeni:

*”Tämänhän ei pitäisi toimia. Ei teoriassa, eikä varsinkaan käytännössä.”*

Silti esitys oli toiminut, jopa yli odotusten. Luostarinen kertoi olevansa esityksestä vaikuttunut. Kahden ja puolin tunnin mittainen esitys oli ollut kiinnostava, viihdyttävä ja hetkittäin jopa tunteisiin käyvä.

Olen jälkikäteen miettinyt Luostarisen kommenttia useasti. Se sisälsi sanojalleen tyypillistä ironiaa, mutta oli silti rehellinen. Kommentti myös tiivistä terävästi omat ennakkoluuloni livejournalismia kohtaan. Kun ensimmäisen kerran kuulin ajatuksen journalistien pitämästä ”elävän journalismin illasta”, myönnän pitäneeni sitä kiinnostavana mutta myös epäilyttävänä. Näin kokeilussa mahdollisuuksien lisäksi myös hankaluuksia. Kollegoideni kanssa käymieni keskustelujen perusteella tiedän, että vastaavanlaisia epäilyksiä on ollut monilla muillakin toimittajilla Helsingin Sanomissa ja talon ulkopuolella: mistä tässä on oikein kyse, ei kai tämä ole jokin markkinointitemppu? Toimittajat kyllä osaavat kyseenalaistaa epämääräiset uutuudet.

Epäilyksistä huolimatta livejournalismi on saavuttanut merkittävää suosiota Yhdysvalloissa, Suomessa ja monissa Euroopan maissa. Mustan laatikon liput on aina

myyty nopeasti loppuun, esitysten määrää on jatkuvasti kasvatettu ja livejournalismia on viety Kansallisteatterin lisäksi Tampereen Teatteriin, Tampereen Työväen Teatteriin ja Turun Kaupunginteatteriin. Yleisön palaute on ollut innostunutta ja välitöntä. Live-esitykset ovat tuoneet journalismin vanhat vahvuudet – kunnianhimoisen tiedonvälityksen ja mietityn tarinankerronnan – esiin uudella tavalla. Esiintyjät puolestaan ovat saaneet teatterin lavalla suuria onnistumisen kokemuksia ja oppineet samalla uusia taitoja, joista on journalistin ammatissa hyötyä. Jotkut yläkoulun ja lukion opettajat ovat tuoneet esityksiin kokonaisia luokkia, ja näin sadat nuoret katsojat ovat saaneet livejournalismin muodossa kenties ensimmäisen mieleen jääneen kosketuksensa suomalaiseen laatujournalismiin.

Livejournalismin voima on yllättänyt positiivisesti niin tekijät, yleisön, kriittisen toimittajakunnan kuin journalistiikan professorin Luostarisenkin.

Miten se on mahdollista?

Tämän työn tarkoituksena on yrittää selvittää, mikä livejournalismissa toimii. Tutkimuskysymyksiä on kaksi:

- 1) Millaisin keinoin livejournalistit rakentavat oman esityksensä yleisösuhtetta?
- 2) Miten livejournalistit tasapainoilevat esityksissään subjektiivisten tulkintojen ja perinteisen objektiivisuutta korostavan tiedonvälitystehtävän välillä?

Siinä, että elävä puhe vetoaa ihmisiin, ei sinänsä ole mitään uutta. Livejournalismissa on pohjimmiltaan kyse kaikkein vanhimmasta tarinankerronnan muodosta: ihmiseltä ihmiselle. Ihmiset ovat aina kokoontuneet yhdessä kuulemaan tarinoita ja puheita leirinuotioille, torinkulmille, kapakoihin, kirkkoihin ja tupailtoihin. Puhetaitoa on myös tutkittu pitkään. Jo antiikin aikana puhuttiin seitsemästä vapaasta taidosta, jotka ihmisen oli hyvä hallita ja joita opetettiin varhaisissa yliopistoissa. Kaksi noista oppiaineista käsitteli juuri puhetaitoa: retoriikkaa eli vaikuttavaa puhumista, ja dialektiikkaa eli keskustelu- ja väittelytaitoa. Ehkä Musta laatikko ja puheen voima tuntuvat yllättäviltä osittain siksi, että Suomessa julkisen puhumisen kulttuuri on ollut pitkään alennustilassa? Näin ainakin tutkija Juhana Torkki (2006) on esittänyt.

Livejournalismia ei ole aikaisemmin juurikaan tutkittu Suomessa tai maailmalla. Ilmiö on vasta joitakin vuosia vanha. Tästä syystä kerron livejournalismin käsitteistä heti työni alussa, luvussa kaksi. Määrittelen siinä, mitä livejournalismilla tarkoitetaan ja mitä ei tarkoiteta. Hahmottelen samalla, miten livejournalismi asemoituu journalismin kentälle ja millaisista vakiintuneemmista journalismin muodoista se ottaa mallia.

Luvussa kolme käyn läpi eri maissa toimivia livejournalismituotantoja ja kerron myös, miten HS:n Musta laatikko -esitykset ovat saaneet alkunsa.

Livejournalismin voi nähdä liittyvän moniin journalismia mullistaviin trendeihin: median taloudelliseen kriisiin ja muuttuvaan ansaintalogiikkaan, yleisöjen



katoamisen pelkoon ja haluun löytää sekä sitouttaa uusia maksavia yleisöjä. Näitä journalismin muutostrendejä käyn läpi luvussa neljä.

Tutkimukseni on otteeltaan laadullista tutkimusta, jossa yritetään kuvata ja ymmärtää uutta journalismin muotoa, livejournalismia. Tutkimus perustuu kahdeksaan puolistrukturoituun teemahaastatteluun, jotka on tehty Mustassa laatikossa esiintyneille livejournalisteille. Luvussa viisi kerron tarkemmin tutkimusmenetelmästäni ja aineistostani. Luvussa kuusi esittelen haastatteluista tekemäni temaattisen analyysin tulokset, ja seitsemännessä luvussa käyn läpi sitä, miten tulokseni vertautuvat aikaisempaan tutkimukseen. Lopuksi pohdin, mitä annettavaa livejournalismilla voisi olla journalismille laajemmin.

Tämä pro gradu -työ on osa Helsingin Sanomien Säätiön rahoittamaa Livejournalismin voima -tutkimushanketta (The Power of Live Journalism - From Insights to Applications), jossa tutkitaan livejournalismia ja selvitetään, voisiko livejournalismin menetelmiä soveltaa myös perinteisessä journalismissa. Tutkimushankkeessa livejournalismia lähestytään useista eri näkökulmista: analysoidaan Musta laatikko -esitysten käsikirjoituksia ja tuotantoprosessia, tehdään etnografista eli tarkkailevaa tutkimustyötä työryhmän sisällä, haastatellaan yleisöä ja tehdään yleisölle survey-kyselyitä. Myös Mustan laatikon kansainvälisiä verrokkeja Euroopassa ja Yhdysvalloissa kartoitetaan.

Tämän työn kannalta on tärkeää todeta avoimesti, että olen ammatti-identiteetiltäni syvästi hesarilainen ja myös "mustalaatikkolainen". Olen tullut Helsingin Sanomiin kesätoimittajaksi kesällä 2005 ja työskennellyt sen jälkeen lehden freelancerina, vakituisena toimittajana, urheilutoimituksen uutispäällikkönä ja esimiehenä. Kevästä 2016 olen kirjoittanut pitkiä juttuja sunnuntai-sivuille, Kuukausiliitteeseen ja Teema-lehteen, ja miettinyt samalla tarinallisen kerronnan keinoja. Syksyllä 2016 aloitin työt Mustan laatikon tuottajana. Kevään 2020 Musta laatikko -tuotanto oli kahdestoista esitys, jota olen ollut rakentamassa. Olen siis hyvin lähellä tutkimuskohdettani, minkä voi katsoa olevan sekä eduksi että haitaksi tutkimukselle. Hyvää on se, että tunnen syvällisesti aiheen, ihmiset sekä lehden, joita tutkin, näkökulmani on sisäpiiriläisen näkökulma. Liiallinen läheisyys tuo myös huonoja puolia. Ulkopuolinen näkee varmasti monia asioita ja tekee tulkintoja tai valintoja, joita en itse tekisi.

Livejournalismin tutkiminen on luonteeltaan kurkistusta media-ala tulevaisuuteen. Media-ala ja journalismi ovat jatkuvassa muutoksessa, joka on luonteeltaan teknologista, poliittista ja ihmisten ajankäyttöön liittyvää (Chadwick, 2017). Pro gradu -työhön tarttuminen kaksikymmentä vuotta opintojen aloittamisen jälkeen on siksi ollut hyvin kiinnostavaa ja opettavaista. Tulin alalle aikakaudella, jolloin paperiset sanomalehdet olivat vielä voimissaan, toimitukset suuria ja mainostulot vakaita. Lukijoista ei tarvinnut erikseen huolehtia, heitä kyllä riitti.

Yliopistolla, maakuntalehdissä, Yleisradiossa tai Helsingin Sanomissa ei vielä 2000-luvun alussa puhuttu livejournalismista mitään. 2020-luvulla työskentelevä journalistisukupolvi elää täysin erilaisissa, hyvin epävarmoissa oloissa, ja alalla työskentely on jatkuvasti vaikeutunut ja muuttunut raskaammaksi.

Hetkittäin muutos kuitenkin tekee työstä myös mielenkiintoisempaa ja merkityksellisempää kuin se kenties koskaan on ollut. Tässä myllerryksessä vastaan voi tulla myös sellaisia journalismin muotoja, joiden ei pitäisi toimia teoriassa eikä käytännössä – ja jotka kuitenkin tuntuvat toimivan.

## 2 MISTÄ LIVEJOURNALISMISMA ON KYSE?

Livejournalismi on niin uusi journalismin muoto, että aiheeseen liittyvä tutkimus on vasta alussa. Ensimmäiset akateemiset artikkelit livejournalismista ilmestyivät suunnilleen yhtä aikaa tämän gradutyön kanssa. On siis perusteltua aloittaa tutkimus kertomalla perusasioista.

Tässä luvussa avaan, mitä livejournalismilla tarkoitetaan ja miten se määritellään. Pohdin myös, millaisia kerronnan keinoja livejournalismissa käytetään ja mitä journalismin muotoja livejournalismi muistuttaa. Koska akateemisia lähteitä livejournalismista on toistaiseksi saatavilla niukasti, teen tässä luvussa monia viittauksia amerikkalaisiin ja suomalaisiin lehtiartikkeleihin, joissa on kerrottu livejournalismin kehittämisestä. Luvussa kolme käyn läpi erilaisia livejournalismituotantoja ja kerron, missä ja millaisilla periaatteilla livejournalismia tehdään.

### 2.1 Livejournalismi tarjoaa tarinoita elävälle yleisölle

Termi "livejournalismi" ei ole käsitteenä vielä laajalti tunnettu tai edes täysin vakiintunut. Englanninkielisessä lehdistössä termiä "live journalism" on kuitenkin käytetty melko säännöllisesti, kun on kerrottu livejournalistisista esityksistä (ks. esim. Patterson, 2019; Chanatry, 2016). Joskus livejournalismin sijaan on käytetty myös termiä "performed journalism" (Bech Sillesen, 2015), jonka voisi suomentaa vaikkapa esittäväksi journalismiksi, toisinaan taas on puhuttu vain "journalismin live-formaatista" (Dagoula, 2018).

Lucia Vodanovic määrittelee tutkimusartikkelissaan livejournalismin tapahtumaksi, jossa journalismin ammattilaiset tapaavat yleisönsä fyysisesti samassa tilassa. Tapahtumassa yhdistyvät journalistisen työn arvot, journalistiset tarinat, teatteriympäristö sekä suullisen tarinankerronnan muoto. (Vodanovic, 2020.)

Jos livejournalismin haluaisi suomentaa, voisi puhua esimerkiksi elävästä journalismista. Napakka ja tuttu live-lainasana on kuitenkin jo vakiintunut suomen kieleen, ja sitä käytetään yleisesti puhuttaessa vaikkapa livemusiikista tai livekeikoista. Live-sana on myös omiaan muistuttamaan livejournalismin kenties tärkeimmästä elementistä – elävän yleisön läsnäolosta. Koska livejournalismi on saavuttanut käsitteenä jonkin verran jalansijaa, puhun tässä pro gradu -tutkielmassa nimenomaan livejournalismista.

Määrittelen livejournalismin samalla tavalla kuin se määritellään HS:n Mustassa laatikossa: tapahtumaksi, jossa journalistit esittävät aikaisemmin julkaisemattomia, huolella käsikirjoitettuja, editoituja, harjoiteltuja ja tuotettuja puheenvuoroja elävälle yleisölle teatteriympäristössä. Puheiden sisältöä tuetaan kuvilla, videoilla, äänillä ja musiikilla, jotka ajoitetaan tarkasti käsikirjoitukseen. Katsojille kokemus on siis tiedollinen, tarinallinen ja audiovisuaalinen. Tässä tutkielmassa tarkastellaan kahta ensimmäistä elementtiä, journalistista tiedonvälitystä ja tarinankerrontaa.

Kun livejournalismi on näin saanut määritelmän, on hyvä määritellä sekin, mitä livejournalismi ei ole.

Vaikka livejournalismia esitetään usein teatterisaleissa, on tärkeää tehdä ero livejournalismin ja varsinaisen teatterin – etenkin journalistisen dokumenttiteatterin – välille. Dokumenttiteatterissa taiteen ammattilaiset käyttävät usein tiedonhankinnassaan journalistisia metodeja, ja taustatyönsä perusteella he käsikirjoittavat tosipohjaisen mutta kuitenkin dramatisoidun näytelmän teatterin lavalle. Journalistista dokumenttiteatteria on tutkittu myös akateemisesti (kts. esim. Tenenboim & Stroud, 2020; Gröndahl et al., 2017; Taylor, 2011), ja Suomessa ohjaaja Susanna Kuparisen näytelmätrilogiat Eduskunta ja Valtuusto ovat saaneet runsaasti huomiota (Kuparinen, 2013).

Dokumenttiteatteri ja journalismi kuitenkin eroavat toisistaan ratkaisevasti. Von Boehm (2016) muistuttaa, että tosipohjaisenkin teatterin totuudellisuuteen on suhtauduttava kriittisesti. Teatteritaide on nimensä mukaisesti aina teatteria ja taidetta. Livejournalismi ja esimerkiksi HS:n Musta laatikko -esitykset taas ovat aina ensisijaisesti tositarinoita. Niiden pitää kestää samankaltainen kriittinen tarkastelu kuin minkä tahansa journalistisen lopputuotteen, ja Musta laatikko -esitysten tekemisessä noudatetaan samoja Julkisen sanan neuvoston määrittelemiä Journalistin ohjeita (Journalistin ohjeet, 2020) kuin muussakin HS:n journalismissa. Livejournalismi kyllä käyttää hyväkseen tarinankerronnan keinoja ja teatteritilan antamia mahdollisuuksia, mutta ne ovat aina alisteisessa asemassa toimitustyön pelisäännöille.

Livejournalismia ei pidä sekoittaa myöskään toimitusten järjestämiin keskustelu- ja haastattelutilaisuuksiin, joihin suuret mediayhtiöt ovat 2010-luvulla panostaneet varsin merkittävästi. Yhdysvalloissa esimerkiksi tunnetut lehdet New

York Times, Wall Street Journal, Washington Post ja The Atlantic ovat järjestäneet korkean profiilin konferensseja, joihin on päässyt osallistumaan maksamalla tuntuvan pääsymaksun. Larsonin (2015) mukaan nämä tilaisuudet ovat olleet mediatyhtiöille taloudellisesti kannattavia, ja ne ovat myös toimineet jonkinlaisena journalistisena materiaalina toimituksille: konferensseista on näytetty videokuvaa ja kirjoitettu keskustelujen pohjalta juttuja.

Myös Suomessa mediatalot ovat kehittäneet innokkaasti yleisötapahtumia. Helsingin Sanomat on järjestänyt talousvaikuttajille suunnattua Taloudenpuolustuskurssia, yleisölle avoimia kirjeenvaihtajapäiviä sekä HS360-keskustelutilaisuuksia (ks. Junkkari, 2019; Koponen, 2015; Lämsä, 2015). Televisiokanava MTV3 puolestaan tunnetaan Porin Suomi-areenasta, jota yhtiö on järjestänyt vuodesta 2006. Suomi-areenasta on kehittynyt merkittävä keskustelu- ja näyttäytymistilaisuus, jonne päästäkseen yritykset ja organisaatiot maksavat osallistumismaksuja. Tapahtuman merkitys on siten MTV3:lle paitsi journalistinen, myös taloudellinen. Suomi-areena saa vuosittain runsaasti mediahuomiota, ja jotkin sen käytännöt ovat aiheuttaneet myös kriittistä keskustelua. (Miettinen, 2013; Pietiläinen, 2019; Suomi-areena.)

Yllä mainittujen kaltaiset yleisötilaisuudet eroavat olennaisella tavalla livejournalismista. Keskustelutilaisuudet koostuvat yleensä suorista haastatteluista tai paneelikeskusteluista. Livejournalismissa taas on kyse tarinamuotoisesta journalismista, jonka äärelle hiljennytään. Haastattelut ovat journalismin arkiruokaa, kun taas livejournalismi pyrkii ainutkertaisuuteen ja mieleen jäävään elämykseen – sitä voisi verrata hienoon illalliseen. Tämän toteaminen ei ole jonkin journalistisen työn arvottamista toista paremmaksi: molempia tarvitaan, mutta niiden päämäärät ja luonteet ovat erilaiset.

## **2.2 Livejournalismi lainaa narratiivisen journalismin työkaluja**

Millaista journalismia livejournalismi sitten on, mihin journalismin muotoihin se rinnastuu ja millaisista journalismin perinteistä se ottaa mallia?

Jos HS:n Musta laatikko pitäisi sijoittaa suomalaisen journalismin kentälle, yksinkertainen tapa olisi käyttää toimittaja Ilkka Malmbergin (1998) vanhaa jakoa journalismin kahteen heimoon. Malmbergin mukaan niin yleisössä kuin lehtiä tekevissä toimituksissakin elää rinnakkain kaksi eri heimoa, joista yksi uskoo ”koviin” juttuihin ja toinen ”pehmeisiin”. Nämä heimot edellyttävät journalismilta erilaisia asioita. Malmbergin mukaan lehdessä ”ensin marssivat politiikat ja taloudet, isojen poikien asiat – poliisit, paloautot, lentsikat! – sitten tulee kaikki muu, ’kevyempi’” (Malmberg 1998, 42-43).

Vaikka jaottelu on yli 20 vuotta vanha ja se on tehty maailmassa, jossa Helsingin Sanomat ilmestyi lähinnä printtilehtenä, on perusajatus yhä käyttökelpoinen. Malmberg jatkoi pohdintaansa seuraavasti:

”On faktoja etsiviä lukijoita, jotka haluavat tietää nimiä, numeroita, prosentteja – mitä ja paljonko joku on. Jos ottaisi avuksi Antti Eskolan/Jürgen Habermasin vanhan erottelun, niin voisi sanoa, että he ovat positivistiteja, heillä on tekninen tiedonintressi. Sitten on toinen porukka, joka haluaa tietää, miltä jokin tuntuu, mitä se tarkoittaa. He tahtovat ymmärtää ja tulkita asioita. Saman vanhan määritelmän mukaan heitä voisi ehkä nimittää tiedonintressiltään hermeneuttisiksi. He pyrkivät muodostamaan kokonais kuvan asioista, myös käsittämään ja eläytymään, ja heille keskeinen väline on kieli. Heille uutinen ei ole kerrottu, kun heille on kerrottu faktat.”

Positivistit eli teknisen tiedonintressin edustajat yleensä edellyttävät journalismilta objektiivisuuteen pyrkivää uutistyötä. Sen sijaan jälkimmäiseltä – eli pehmeältä tai hermeneuttiselta – journalismin suuntaukselta Malmberg edellytti muutakin kuin faktojen kertomista: toimittajan tekemiä havaintoja ja tulkintoja, ympäröivän maailman kuvaamista, tunteiden huomioimista, symbolien näkemistä ja mielikuvituksen käyttämistä (Malmberg 1998, 45).

Malmbergin listaamat vaatimukset kuvaavat hyvin erästä vakiintunutta journalismin muotoa: tarinallista journalismia. Samat vaatimukset on helppo asettaa myös hyvälle livejournalismille.

Tarinalliselle journalismille on olemassa monta nimeä: kaunokirjallinen journalismi, narratiivinen journalismi, nonfiktio tai journalistinen nonfiktio (Hartsock, 2000, 3-4; Lassila-Merisalo, 2009, 13; Nousiainen, 2013). Maria Lassila-Merisalon (2009, 13) mukaan kaunokirjallisen journalismin voi yksinkertaisesti määritellä muodoksi, jossa kerrotaan ”faktaa fiktion keinoin”. Tällaista journalismia Suomessa edustavat perinteisesti Helsingin Sanomien Kuukausiliite ja Sunnuntai-sivut, sekä aikakauslehdet Image ja Long Play. Helsingin Sanomissa muotoa kutsutaan featurejournalismiksi.

Anu Nousiaisen (2013) mukaan narratiivisen tai kaunokirjallisen journalismin tunnusmerkkejä ovat muun muassa seuraavat asiat: tarkasti mietitty rakenne joka usein etenee kohtauksittain, selvästi valitut päähenkilöt, dialogin käyttö, syvällisyys ja kattavuus, tarkkuus ja totuudellisuus, tarkkaan harkittu kertojaääni sekä tema, joka on ikään kuin opetus tai ydinviesti, joka aiheeseen on valittu. Kaunokirjallisen journalismin kieli on kuvailevaa, selkeää ja miellyttävää lukea, joskus kaunistakin.

Nämäkin vaatimukset sopivat kuvaamaan myös hyvää livejournalismia.

Malmbergin tapaan myös Lassila-Merisalo (2009, 20) jaottelee uutisjournalismin kuuluvaksi positivistisen perinteen maailmaan, kun taas kaunokirjallisen journalismin tekijät ovat otteeltaan hermeneuttisia. Suomessa positivistinen perinne on pitkään ollut vahva, ja uutismuodon vaihtoehtojen pohtimisen on joskus katsottu

tarkoittavan jopa journalismin totuusvaatimuksen kyseenalaistamista (Lassila-Merisalo 2009, 18). Tästä ei kuitenkaan ole kyse, vaan kaunokirjallista ja tarinallista journalismia koskevat täysin samat totuusvaatimukset kuin perinteisiä uutisiakin.

Lassila-Merisalon (2009, 18) mukaan kaunokirjallisessa journalismissa on tyypillistä metatekstuaalinen taso, jossa journalisti avaa juttunsa syntyvaiheita: ketä hän on haastatellut, miten aineistoa on kerätty tai millaisia vaikeuksia juttuprosessiin on liittynyt. Näin toimimalla toimittaja voi parantaa läpinäkyvyyttä ja lisätä lukijan ymmärrystä siitä, miten jutun kokonaisuus on rakentunut. Vertailukohdaksi voi ottaa perinteisen uutisen, joka ei anna lukijalle keinoja arvioida, mitä juttuun on valittu tai mitä siitä on jätetty pois.

Yhdysvalloissa livejournalismi tunnutaan usein liittävän juuri tarinallisen eli narrativisen journalismin perinteeseen. Livejournalismin tekijät käyttävät esimerkiksi "nonfiktio" kaltaisia käsitteitä puhuessaan livejournalismin tekotavoista ja esikuvista (Bech Sillesen, 2015). Livejournalismituotanto Pop-Up Magazinen päätuottaja Anita Bajedo kertoi esitysten periaatteista narratiiviseen journalismiin keskittyvän Nieman Story Board -sivuston haastattelussa vuonna 2018. Bajedon mukaan esitykset ovat "klassisia narratiivisia tarinoita", jotka rakentuvat päähenkilöiden, tietoisesti rakennettujen kohtausten ja draaman kaaren varaan (Savchuk, 2018). Useissa esityksissä toimittaja myös esiintyy omana itsenään, avaa valintojaan, tekee subjektiivisia tulkintoja tai kertoo epäröinneistä, joita on juttua kirjoittaessaan kohdannut.

Anita Bajedon (Savchuk, 2018) mukaan Pop-Up Magazinen esityksiltä edellytetään neljää asiaa:

- 1) Informatiivisuutta - esityksen tarkoitus on korostaa journalismin merkitystä ja journalistien tekemää työtä.
- 2) Tunteellisuutta - nauru ja sopivassa määrin sekä oikein perusteltuna myös liikuttuminen kuuluvat esityksiin.
- 3) Kauneutta - tällä Bajedo tarkoitti visuaalista kauneutta ja kuvia.
- 4) Yllättävyyttä - tarina voi olla "elokuvallinen", se voi sisältää yllättäviä käännteitä tai käsitellä jonkin yleisesti tunnetun aiheen yllättävästä näkökulmasta.

Livejournalismissa noudatetaan Bajedon mukaan monia klassisia journalistisia hyveitä: aiheita varten tehdään taustatyötä, jutut editoidaan ja faktat tarkistetaan kuin missä tahansa muussakin journalismissa.

Erojakin on. Esimerkiksi kielen on oltava riittävän yksinkertaista. Viesti on ymmärrettävä heti, koska yleisö ei voi palata takaisin samalla tavalla kuin printti- tai verkkotekstissä. Tarinat voivat olla kauniita ja monimutkaisiakin, mutta esiintyjän on oltava tarkka siitä, millaista kieltä hän käyttää. Monimutkaiset kielelliset

lauserakenteet on unohdettava. Yksinkertaisuuden merkitys korostuu senkin vuoksi, että puhe on kudottu yhteen musiikin, animaatioiden, videoiden ja valokuvien kanssa. (Chanatry, 2016.)

## 2.3 Subjektiivisuus ja tunteiden käyttö livejournalismissa

Taustoitan ja tarkastelen seuraavaksi lähemmin kahta livejournalismin erityispiirrettä: subjektiivisuutta sekä tunteiden käyttöä livejournalismissa. Pop-Up Magazinen tuottaja Anita Bajedo mainitsi sekä subjektiivisuuden että tunteet livejournalismin tärkeinä rakennuspaloina, ja niitä on pohdittu runsaasti myös HS:n Musta laatikko -esityksissä.

Kumpaakaan ei voi pitää journalismin perinteisenä hyveenä. Päinvastoin journalismi on perinteisesti tavoitellut objektiivista otetta ja etäisyyttä tunteisiin. Siksi on kiinnostavaa ja tärkeää miettiä, miten livejournalismi suhtautuu näihin toimittajan työn perinteisiin toimittajan ideaaleihin.

### 2.3.1 Livejournalisti tuo esiin omia havaintojaan

Objektiivisuuden ihanne on pitkään ollut sisäänrakennettuna länsimaisen journalismin ytimeen (Raejmakers, 2017). Objektiivisuus merkitsee puolueettomuutta ja pyrkimystä riippumattomaan kirjoittamiseen. Käytännössä se tarkoittaa, että vaikkapa poliittisesta kiistasta raportoidessaan toimittaja näkee vaivaa kertoakseen tasapuolisesti eri osapuolien näkemykset, ilman ennakoasenteita ja vääristelyä (Schudson, 2001).

Journalismin pyrkimyksellä objektiivisuuteen on historiallinen yhteys lehdistön kaupallistumiseen. Kaupallisen lehdistön toiminnan edellytykset alkoivat täyttyä 1800-luvulla, kun kaupungistuminen eteni, ja riittävän suuri määrä ihmisiä saavutti lukutaidon. Samaan aikaan teknologinen kehitys mahdollisti aikaisempaa edullisemmän sanomalehtien massatuotannon. Tässä tilanteessa sanomalehtien päätehtäväksi muodostui tosiasioiden kertominen, puolueeton ja neutraali uutisointi, josta mielipiteet ja toimittajan omat tulkinnat oli siivottu pois. (Kunelius 1998, 60; Luostarinen 2002; Schudson 2001.)

Jean Chalaby (1996) tosin huomauttaa, että eri maissa journalismi kehittyi hyvinkin eri tavoilla, ja myös objektiivisuudesta on ollut erilaisia käsityksiä. Pyrkimys neutraaliuteen ja objektiivisuuteen olivat ennen muuta angloamerikkalaisen kulttuurin käytäntöjä. Yhdysvalloissa ja Britanniassa kilpailu lehtimarkkinoilla oli kovaa, ja niissä kilpailuvaltiksi muodostuivat uutiset. Kilpailussa pärjätäkseen oli kerrottava enemmän ja tuoreempia uutisia kuin muiden. Niinpä angloamerikkalaisiin lehtiin kehittyi vahva uutiskoneisto. Ne palkkasivat jo varhaisessa vaiheessa eri



journalismin osa-alueille erikoistuneita toimittajia, kuten kirjeenvaihtajia, oikeustoimittajia ja politiikan toimittajia. Chalabyn mukaan jotkin toimittajien nykyiset työtavat, kuten haastattelu, ovat ennen muuta amerikkalaista perua.

Tämä ei kuitenkaan ollut kehityksen suunta kaikkialla. Ranskalainen lehdistö syntyi kirjallisen perinteen jatkeeksi, ja siellä lehdistön tehtävä oli tarjota ennen muuta pohtivaa ja tulkitsevaa sisältöä, ei niinkään uutisia. Toimittajien mielipiteisiin näissä kahdessa leirissä suhtauduttiin hyvin eri tavoin: ranskalaisissa lehdissä mielipiteitä suosittiin, ja poleeminen kiistakirjoitus oli arvostettu muoto. Yhdysvaltalaisessa ja brittiläisessä lehdistössä taas mielipiteille oli hyvin niukasti sijaa, niiden paikka oli pääkirjoituksissa ja kommentteissa, erillään uutisista. Ranskassa taas uutisetkin saattoivat sisältää myös tulkintaa. (Chalaby 1996, 313–317.)

Chalaby on kutsunut ranskalaista tapaa tehdä journalismia ”toimittajan välittäväksi subjektiivisuudeksi”. Se tarkoittaa, että toimittaja asettui toisinaan lukijan ja todellisuuden väliin, ikään kuin jonkinlaiseksi tulkiksi, jossa faktojen lisäksi kerrottiin myös mielipiteitä (Chalaby 1996, 312).

Objektiivisuus on monissa journalismin määritelmässä määritelty tärkeimpien journalististen hyveiden joukkoon (ks. esim. Deuze, 2005), ja objektiivisuuden ideaalilla on edelleen vankka sija myös suomalaisten toimittajien identiteetissä. Suomalaisista toimittajista 66 prosenttia pitää erittäin tärkeänä, että asiat raportoidaan todenmukaisesti, ja 62 prosenttia pitää tärkeänä, että työ on riippumaton (Pöyhkäri, Väliaverron & Ahva, 2014, 9–10).

Suomalaisten sanomalehtien linjapapereita tutkineen Keijo Lehdon (2006) mukaan objektiivisuus on ollut myös suomalaisten sanomalehtien peruslinja. Tosin jo 1980-luvulta lähtien objektiivisuus-sanan tilalle on hiljalleen tullut termi ”luottamus” (Lehto 2006, 354–358). James Careyn (2007) mukaan ainoa asia, jonka suhteen journalistit eivät voi olla objektiivisia, on demokratia. Careyn mukaan journalismin ja demokraattisen yhteiskuntamallin kohtalot on sidottu toisiinsa. Ilman demokratian instituutioita, elämäntapaa ja henkeä, journalismi taantuisi pelkäksi propagandaksi ja viihteeksi.

Tällaisten ylevien ajatusten rinnalla objektiivisuuden ideaalia on toki myös kritisoitu. Sosiologi Gaye Tuchmanin jo vuonna 1972 kirjoittaman ja hyvin tunnetun tutkimusartikkelin mukaan objektiivisuus on toimittajille pelkkä ”strateginen rituaali”, selviytymiskeino, jolla he yrittävät suoriutua arjen ristiriitaisista vaatimuksista. Tuchmanin mukaan objektiivisuus on kuin kulissi, jonka taakse toimittaja pakenee kolmenlaisia paineita: aikataulupaineita, yleisön kritiikkiä ja esimiesten vaatimuksia. Objektiivisuudessa on kyse arkisista toimintatavoista: suorien sitaattien käytöstä, toisilleen vastakkaisten näkökulmien esittämisestä ja tiettyjen vakiintuneiden lähteiden käyttämisestä, jotka ylläpitävät objektiivisuuden rituaalia ja häivyttävät toimittajan omaa roolia. (Tuchman 1972.)

Pitkästä ja vankasta objektiivisuuteen nojaavasta historiastaan huolimatta länsimainen uutisjournalismi on kehittymässä yhä kommentoivampaan ja tulkitsevampaan muotoon (Esser & Umbricht, 2014). Näin on käynyt Yhdysvalloissa ja monissa Euroopan maissa, ja muutos näkyy etenkin toimittajien kirjoittamien uutisanalyysien ja kommentaarien lisääntymisenä. Nämä juttutyypit ovat tuoneet perinteisen uutistekstin rinnalle yhä enemmän esimerkiksi politiikan prosessien avaamista. Kun perinteiset uutiset ovat vastanneet kysymykseen *mitä* on tapahtunut, pyrkivät analyysit etsimään vastausta kysymykseen *miksi* jotakin on tapahtunut. (Esser & Umbricht, 2014; Soontjens 2018.)

Esa Reunanen ja Kari Koljonen (2014, 15) ovat havainneet toimittajien tulkinnallisen roolin kasvun myös Suomessa, ja he ajoittavat tulkintaa sisältävien juttujen määrällisen kasvun jo 1980-luvulle. He huomauttavat myös, että tulkinnallisuutta mitattaessa on erotettava, vertaillaanko pääkirjoituksia, mielipiteellisiä kolumneja, taustoittavia uutisanalyyseja vai onko kyseessä sellainen kantaaottavuus, joka on ripoteltu uutistekstien sisälle (Reunanen & Koljonen 2014, 23).

Karin Wahl-Jorgensen (2013) on tutkinut Pulitzer-palkittujen amerikkalaisten uutistekstien kieltä ja havainnut, että subjektiiviset elementit, kuten toimittajan tekemät arvioinnit, ovat jo löytäneet tiensä uutiskieleen. Wahl-Jorgensenin mukaan tämä ei kuitenkaan tarkoita, ettei teksteissä samalla pyrittäisi myös objektiiviseen totuuden etsintään. (Wahl-Jorgensen 2014, 316).

Subjektiivisuuden roolia on tutkittu runsaasti myös narratiivisessa journalismissa. John Hartsockin (2000, 41-79) mukaan narratiivinen journalismi syntyi 1800-luvun lopun Yhdysvalloissa juuri vastaiskuna objektiivisuuteen pyrkivälle mutta tyyliltään etäännyttävälle uutisjournalismille. Varhaisten narratiivisen journalismin tekijöiden ajatuksena oli, että uutiset ”kerrottaisiin niin inhimillisesti, että lukija pystyisi näkemään itsensä toisen ihmisen asemassa” (Hartsock 2000, 78).

Harbersin ja Broersman (2014) mukaan narratiivinen journalismi voi olla läpinäkyvämpää kuin uutisjournalismi. Lukijalle saatetaan kertoa, ettei lopullista tai universaalia totuutta voida saavuttaa, vaan yksittäisen toimittajan aikaisemmat kokemukset, tiedot, arvot ja vakaumukset muodostavat aina viitekehyksen, jonka kautta todellisuutta tulkitaan tai jonka kautta totuus muodostuu. Mikäli tämä tehdään avoimesti, lukijat voivat itse päätellä, kuinka jutut ovat syntyneet ja kuinka kirjoittaja on juttunsa tehnyt. (Harbers & Broersma, 2014.)

Kansainvälisiin livejournalismituotantoihin perehtyneen Jaakko Lyytisen (2020) mukaan livejournalismissa toimittajan rooli on erilainen kuin perinteisessä journalismissa. Livejournalismissa yleisö ei tule kuuntelemaan uutisia, vaan pikemminkin nauttimaan journalistisesta elämyksestä, mikä asettaa käsittelytavalle erityisiä vaatimuksia. Lyytisen mukaan livejournalismissa esitykset muistuttavat

tarinallista journalismia, joka yhdistelee erilaisia elementtejä: narratiivisia kaaria, yksilön pohdintaa, avointa subjektiivisuutta ja henkilökohtaisia kokemuksia.

Lyytisen mukaan henkilökohtaisuus ei kuitenkaan tarkoita samaa kuin toimittajan oman yksityiselämän käsittely. Kyse ei ole vanhojen journalististen hyveiden hylkäämisestä, vaan livejournalismin tärkeästä osa-alueesta: omistautumisesta aiheelle ja journalistisen motiivin esiin tuomisesta. Livejournalismissa puhujan on kyettävä perustelemaan yleisölle, miksi aihe on tärkeä, miksi toimittaja on kiinnostunut juuri siitä, ja miksi kuulijankin olisi hyvä tietää juuri tästä aiheesta. Työnsä prosesseja avaamalla toimittaja voi lisätä journalismin läpinäkyvyyttä ja parantaa työnsä arvostusta. (Lyytinen, 2020.)

### 2.3.2 Livejournalisti ei väistä tunteita

*”Media vaikuttaa jotenkin keskenkasvuiselta ja ahdistuneelta, jos se ei kypsästi kykene käsittelemään tunteita ja elämyksiä vaan pitäytyy tiukkaan faktaan ja käy selostamaan kuin oikeudenkäyntipöytäkirja. Olen tuntenut ylpeyttä lehdistäni niinä hetkinä, jolloin lehti on uskaltanut surra ja iloita yhdessä ihmisten kanssa.”*

Toimittaja Ilkka Malmberg (1998, 44) tiivisti toimittajien ja tunteiden vaikean suhteen näin jo yli kaksikymmentä vuotta sitten. Tunteet ovat perinteisesti olleet journalismille hankala pala, sillä ne yhdistetään moniin arveluttavina tai kielteisinä pidettyihin ilmiöihin, kuten tabloidilehdistöön, sensaatioihin, puolueellisuuteen ja muihin journalismin epäkohtiin (Pantti, 2009; Peters, 2011).

Tunteita tutkineen Karin Wahl-Jorgensenin (2014) mukaan juurisyy sille, miksi journalismissa on perinteisesti vieroksuttu tunteita, löytyy liberaalien yhteiskuntien historiasta. Demokratiat kehittyivät vastareaktionä kirkon ja yksinvaltiaiden vallalle, ja uusissa yhteiskunnissa tunteet katsottiin rationaalisuuden vastakohdaksi, jopa viholliseksi. Demokratian aikakaudella ideaali kansalainen oli rationaalinen, asioihin kiihkottomasti suhtautuva ja valistunut henkilö, ei kiihkoileva tunteilija. Journalismin tehtävä oli tukea tätä kehitystä, eikä tunteille ollut sijaa. (Wahl-Jorgensen, 2014.)

Chris Petersin (2011) mielestä ajatus siitä, ettei uutisissa olisi käsitelty tunteita, on kuitenkin väärä. Uutiset ovat aina sisältäneet tunteita, mutta tämä on haluttu pitkään kieltää. Vasta nykyaikana tunteiden käsittely on tullut hyväksyttäväksi ja niiden käsittelylle on enemmän mahdollisuuksia ja tyylikeinoja (Peters, 2011, 299). Journalismin perinteiset jyrkät jaottelut koviin ja pehmeisiin uutisiin, faktaan ja mielipiteeseen, sekä tietoon ja viihteeseen ovat hämärtyneet. Petersin mielestä nykyinen mediakenttä on niin monimutkainen, ettei tällaisia vanhoja vastakkainasetteluja ole mielekäästä tehdä (Peters, 2011).

Tunteiden tutkimus yhteiskuntatieteissä on yleisemminkin lisääntynyt 1990-luvulta lähtien. Syyksi tähän on katsottu populaarikulttuurin ja ylipäättään kulttuurin

tunteellistuminen, ja tämä kehitys näkyy tunteiden lisääntymisenä journalismissa (Pantti, 2009, 193–194; Gibbs, 2011).

Mervi Pantin (2009) mukaan suomalaiset toimittajat tunnistavat tunteiden lisääntymisen työssään, ja he suhtautuvat tunteiden käyttöön ristiriitaisesti. Toisaalta ollaan huolissaan siitä, että tunteet uhkaavat journalismin laatua, mutta toisaalta nähdään, että ”oikein” käyttämällä tunteet saattavat toimia yleisön kiinnostuksen herättäjänä. Toimittajat myös näkevät, että tunteiden määrää ja laatua on mahdollista säädellä. Pantin tekemissä toimittajahaastatteluissa toistui journalismin perinteinen vastakkainasettelu tunteiden ja järjen välillä, mutta silti toimittajat katsoivat, että tunteita voi käyttää uhraamatta journalistista totuusvaatimusta ja pyrkimystä neutraaliuteen. Sopivasti käytettynä tunteet voivat toimittajien mielestä auttaa viestin ymmärtämisessä. (Pantti, 2009, 200–207.)

Karin Wahl-Jorgensenin (2013) mukaan juuri tarinallisessa journalismissa tunteita käytetään runsaasti. Wahl-Jorgensen tutki Pulitzer-palkittuja tekstejä vuosilta 1995–2011 ja havaitsi, että niissä tunteet ovat usein jopa tarinoiden kantava voima. Narratiivisessa muodossa tunteiden käyttöä ohjaavat tietyt säännöt, joita Wahl-Jorgensen on Gaye Tuchmania mukailleen kutsunut ”tunteiden strategiseksi rituaaliksi”. Tähän rituaaliin kuuluu muun muassa se, että journalistit eivät käytännössä koskaan tuo esiin omia tunteitaan, vaan kuvailevat päähenkilön, yksilöiden tai ihmisryhmien tunteita. Tunteita harvoin todistetaan sitaateilla. Tunteet ovat usein negatiivisia. Tunteet tuodaan tarinaan monenlaisilla narratiivisilla keinoilla, ja niiden tavoitteena on lisätä tarinan koukuttavuutta, ”engagementia”. Tällainen tunteiden käyttö vaatii journalisteilta paljon herkkyyttä ja taitoa. (Wahl-Jorgensen, 2013.)

Charlie Beckettin ja Mark Deuzen (2016) mukaan journalismin olisi kiireesti opittava käsittelemään tunteita. Heidän mukaansa uutismedian suurin haaste ei ole toimivien liiketoimintamallien tai verkkokerronnan keinojen löytäminen, vaan se, miten journalismi säilyisi merkityksellisenä täysin uudenlaisessa median ekosysteemissä, jonka keskeinen vaatimus on tunne (Beckett & Deuze, 2016).

Hieman samoilla linjoilla on tunnettu amerikkalaistoimittaja Tom Wolfe, joka kuului ”uudeksi journalismiksi” kutsuttuun ja narratiivista journalismia uudistaneeseen aaltoon 1960- ja 1970-luvulla. Wolfe pohti sanomalehtien tilaa vuonna 2007 seuraavasti: ”Jokainen päätoimittaja Yhdysvalloissa miettii, miten hänen lehtensä voitaisiin pelastaa. Sen sijaan heidän tulisi miettiä, miten pääsisimme jutuissamme kiinni tunteiden ytimeen.” (Call & Kramer 2007, 154).

Jaakko Lyytisen (2020) mukaan livejournalismissa tunteiden tunnistaminen ja välittäminen on monin tavoin tärkeämpää kuin perinteisessä journalismissa – se on itse asiassa toimivan live-esityksen edellytys. Tämä johtuu Lyytisen mukaan siitä, että elävässä tilanteessa puhujan ja kuulijan välillä on joka tapauksessa tunneside. Kyse

on Aristoteleen kuvailemasta *pathoksesta*, puheen ja puhujan kyvystä vedota kuulijan tunteisiin. Se on yksi kolmesta puheen keskeisestä elementistä *logoksen* eli järjen ja *ethoksen* eli kokemuksen ja tiedon ohella (Torkki 2006, 160).

### **3 MISSÄ LIVEJOURNALISMIA TEHDÄÄN?**

Tässä luvussa käyn läpi joitakin tärkeimpiä kansainvälisiä livejournalismituotantoja. Hyödynnän ilmiön taustoittamisessa myös omia kokemuksiani, joita olen saanut livejournalismin tekijänä. Olen työskennellyt Helsingin Sanomien Musta laatikko - tuotantoryhmän jäsenenä vuodesta 2016. Neljän vuoden aikana olen ollutideoimassa ja toteuttamassa kahtatoista eri livejournalistista tuotantoa Kansallisteatteriin. Olen editoinut parikymmentä livejournalistista puhe-esitystä, esiintynyt itse Mustassa laatikossa kahdesti ja toiminut esitysten juontajana. Olen myös käynyt katsomassa kansainvälisiä livejournalismituotantoja New Yorkissa (Pop-Up Magazine) ja Pariisissa (Live Magazine).

#### **3.1 Pop-Up Magazine näyttää suuntaa**

Monien nykyisten livejournalismituotantojen esikuvana voidaan pitää amerikkalaista Pop-Up Magazinea, joka perustettiin Yhdysvalloissa Kaliforniassa vuonna 2009. Tekijöiden ajatuksena oli tuottaa sisällöltään laadukas aikakauslehti, jota ei kuitenkaan painettu paperille, vaan joka esitettiin elävälle yleisölle teatterisalissa. Pop-Up-esitykset saavuttivat heti suuren suosion, ja liput niihin myytiin nopeasti loppuun. Pop-Up Magazinen taustalla ei ole vakiintunutta toimitusta kuten vaikkapa sanomalehdessä, vaan sen esiintyjät ovat aina joukko eri taustoista tulevia luovan alan ammattilaisia: toimittajia, käsikirjoittajia, kirjailijoita, valokuvaajia, podcast-tuottajia, stand up -koomikoita, sarjakuvataiteilijoita tai dokumentaristeja. Pop-Up Magazine järjestää kaksi tuotantoa vuodessa, yhden keväällä ja toisen syksyllä, ja esityksiä on eri puolilla Yhdysvaltoja, yleensä maan tärkeimpien kaupunkien suurissa teattereissa. (Lyytinen, 2020; Savchuk, 2018; Pop-Up Magazine.)

Kun hyvin menestyneitä live-esityksiä oli pyöritetty viisi vuotta, Pop-Upin tekijät perustivat niiden rinnalle printtilehden nimeltä California Sunday Magazine.

Se on joka toinen kuukausi ilmestyvä pitkiin juttuihin keskittyvä aikakauslehti. (Alter Mark, 2019.)

Marraskuussa 2019 Pop-Upin toiminnan osti Emerson Collective -niminen mediayhtiö, jonka perustaja, miljardööri Laurene Powell Jobs, on viime vuosina käyttänyt miljoonia dollareita median tukemiseen. Emerson Collectiven johtaja ja New York Timesin entinen toimittaja Peter Lattman perusteli Pop-Upin ostoja sillä, että he halusivat investoida journalismiin, joka on ”erittäin korkeatasoista”. Lattmanin englanniksi käyttämä termi oli vielä innostuneempi: *super high-quality*. Emerson sanoo etsivänsä kekseliäitä tapoja uudistaa tarinankerrontaa ja journalismia. (Swisher, 2018.)

Tuottaja Anita Bajedon mukaan livejournalismin tärkein elementti on yllättävyys: yleisö ei tiedä, mitä esitys pitää sisällään, ja kaikki tarinat ovat aikaisemmin julkaisemattomia. Esityksestä ei myöskään jää tallennetta, mikä vahvistaa läsnäolon merkitystä ja luo ainutkertaisuuden tuntua. Pop-Upin perustajan Douglas McGrayn ammatillinen tausta on featurejournalismissa ja narratiivisten podcastien käsikirjoittamisessa. Hänen mukaansa Pop-Upin idea on saattaa erilaisia tarinankertoja yhteen ja tuottaa elävän journalismin ilta, joka toimisi vastavoimana verkkouutisten nopeudelle ja algoritmien ohjaavalle voimalle (Lyytinen, 2020).

Esitysten jälkeen yleisö pääsee aina tapaamaan esiintyjä ja keskustelemaan näiden kanssa. Se tuottaa kokemuksen, että yleisökin on ”pieni osa aikakauslehteä” (Bech Silesen, 2015). Sisällöltään esitykset vaihtelevat. Esimerkiksi kevään 2019 esitys oli elämyksellinen ja viihdyttävä, mutta osa aiheista oli melko kaukana perinteisestä vakavasta yhteiskunnallisesta journalismista (Lyytinen, 2020).

Pop-Upin vanavedessä erilaisia livejournalismituotantoja on perustettu moniin Euroopan maihin: Ranskassa ja Belgiassa toimii Live Magazine, Romaniassa DOR Live, Tanskassa Zetland Live sekä Espanjassa Diario Vivo. Myös Financial Times on kokeillut formaattia.

Saksassa myös Die Zeit -lehti on järjestänyt yleisötapahtumia ja Yhdysvalloissa Arizona Republic -sanomalehti on järjestänyt tarinankerrontailtoja vuodesta 2011. (Ellis, 2015; Der Tagesspiegel, 2020, Die Zeit, 2020; Lyytinen 2020, Patterson 2019.)

Espanjalaisen Diario Vivon toiminta alkoi vuonna 2017. Sen taustalla on kokeneista toimittajista ja dokumentaristeista koostuva yhteisö. Tekijöiden mielestä livejournalismilla on monia vahvuuksia: Se on täysin uudenlainen tapa kohdata yleisöä. Teatterissa ihmiset kuuntelevat ja keskittyvät eivätkä selaile puhelimiaan. Livejournalismissa toimittajat ja muut esiintyjät – kuten kirjailijat ja tutkijat – puhuvat omana itsenään ja jakavat inhimillisiä kokemuksiaan, jotka avaavat yleisölle uusia näkökulmia. Huolellisesti kerrottu ja editoitu tarina on paras mahdollinen tapa saada ihmiset ymmärtämään maailmaa. Parhaimmillaan livejournalismissa yksityinen

tarina kasvaa, saa yleistä merkitystä ja voi jättää ihmiselle kokemuksen, jonka hän muistaa hyvin pitkään. (Lyytinen, 2020.)

Saksassa toimittajat ovat mitelleet tarinoidensa kiinnostavuudesta yleisön edessä Reporter Slam -tapahtumissa. Tekijöiden ja esiintyjien mukaan tapahtumat ovat muistuttaneet toimittajia siitä, mitä kaikkea journalismi voi olla. Live-elämys on yleisölle vahvempi, toimittajat esiintyvät kohtaavat yleisöä ja auttavat yleisöä ymmärtämään, miten journalismia tehdään. Usein yleisön käsitykset journalismin taustoista ovat pahasti puutteellisia. (Lyytinen, 2020).

### 3.2 Musta laatikko avautuu

Myös Helsingin Sanomien Musta laatikko -esitykset saivat inspiraationsa Yhdysvalloista. HS:n toimittaja Riikka Haikarainen vietti lukuvuoden 2014–2015 HS:n säätiön stipendiaattina Los Angelesissa ja kävi siellä katsomassa Pop-Up Magazinen esityksen. Haikarainen vaikutui näkemästään syvästi. Hän tiivisti kokemuksensa blogikirjoitukseen ja hahmotteli samalla ensimmäisiä ajatuksiaan siitä, mikä livejournalismissa toimii (Haikarainen 2015):

*”Parhaimmillaan live-tarinat toimivat juuri niin kuin vetävä aikakauslehtijuttukin. Yleisö tempautuu mukaan kertomukseen, liikuttuu, viisastuu, nojautuu eteenpäin kuullakseen loppuhuipepennuksen ja vertailee oivalluksiaan illan päätteeksi lämpiössä. Heikompiakin hetkiä tuli illan aikana vastaan. Niin kuin kirjoitetussakin tekstissä myös live-esityksessä olennaisinta on editointi – siis dramatisointi ja ohjaus. Jotkut esiintyjät jaarittelivat ja hukkasivat punaisen langan. Silloin kaikkien tarinoiden käyttövoima, suhde yleisöön, herpaantui.”*

Palattuaan Suomeen Haikarainen kertoi ideasta muutamalle kollegalleen, ja helmikuussa 2016 ensimmäinen Helsingin Sanomien Musta laatikko -tuotanto järjestettiin Kansallisteatterin pienellä näyttämöllä. Työryhmään kuuluivat Haikaraisen lisäksi HS:n toimittajat Tuomas Kaseva, Jaakko Lyytinen, Kimmo Norokorpi sekä esiintymisvalmentaja Kaisa Osola. Nimi Musta laatikko valittiin sattumalta: kun työryhmä haeskeli sopivaa esiintymispaikkaa, yhtenä vaihtoehtona mietittiin Helsingin Musiikkitalon Black Box -nimistä tilaa. Lopulta yhteistyöhön ryhdyttiin Suomen Kansallisteatterin kanssa, mutta nimi Black Box, Musta laatikko, kuitenkin tuntui sopivan iskevältä esityssarjan nimeksi. Nimi viittaa myös lentokoneista tuttuun teknologiaan: samaan tapaan kuin lentokoneiden mustien laatikoiden, myös journalismin tehtävä on kertoa tarkat yksityiskohdat siitä, mitä todellisuudessa tapahtui. Mustan laatikon ensi-ilta oli helmikuun 4. päivänä 2016, ja samana keväänä järjestettiin vielä Musta laatikko 2 ja Musta laatikko 3. (Erho, 2016; Lyytinen, 2016; Lyytinen, 2020; Koivuranta & Mahlamäki, 2016; Sanoma, 2016.)



Keväällä 2017 formaatti oli vakiinnuttanut asemansa, ja esitykset siirtyivät Kansallisteatterin suurelle näyttämölle. Neljässä vuodessa Mustasta laatikosta on järjestetty yhteensä 15 eri tuotantoa. Tuotannolla tarkoitetaan aina uutta esityskautta, jossa esiintyjät ja aiheet vaihtuvat. Viidestätoista tuotannosta on järjestetty 54 esitystä, ja maaliskuussa 2020 Musta laatikko 15:n ensi-illassa ylittyi 30 000 teatterikatsojan rajapyykki.

Mustassa laatikossa on esiintynyt 91 Helsingin Sanomissa työskentelevää journalistia (tilanne keväällä 2020). Esiintyjät edustavat koko toimitusta, ja kunkin tuotannon kokoonpano yritetään muodostaa niin, että puheiden aiheet vaihtelisivat kuin hyvässä sanomalehdessä: taloutta ja politiikkaa, ulkomaan reportaasia, kuvallisia esityksiä, kolumneja, tutkivaa journalismia tai henkilökohtaisia puheenvuoroja, tiedettä, lifestyle-sisältöä, historiaa, arkkitehtuuria, kulttuuria ja urheilua. Ulkomaisista livejournalismituotannoista Musta laatikko eroaa siinä, että se tehdään yhden sanomalehden toimituksessa, talon sisäisenä tuotantona. Esitys on siksi sisällöltään ja käsittelytavaltaan journalistisempi kuin vaikkapa Pop-Up Magazine, jonka esityksistä monet ovat eritaustaisten taiteilijoiden käsikirjoittamia.

Joka ilta Mustassa laatikossa lavalle astuu 8–10 journalistia. Ilta kestää noin kaksi ja puoli tuntia. Vuonna 2016 eri sisältöisiä tuotantoja oli peräti viisi, mutta vuodesta 2019 tuotantoja on järjestetty vain kaksi vuodessa: yksi keväällä, toinen syksyllä. Musta laatikko -esitykset ovat jälkikäteen katsottavissa HS:n verkossa. Kansallisteatterin lisäksi vierailevia esityksiä on järjestetty Turun Kaupunginteatterissa, Tampereen Teatterissa ja Tampereen Työväen Teatterissa.

Mustan laatikon eetos ja työtavat muistuttavat hyvin pitkälti edellä kuvattuja Pop-Up Magazinen ja Diario Vivon työskentelytapoja. Yllättävät aiheet, tarkasti mietitty tarinallinen muoto, huolellinen taustatyö ja editointi, audiovisuaalisten elementtien miettiminen, suoran yleisökontaktin merkitys, toimittajien subjektiiviset havainnot sekä läpinäkyvyyden lisääminen työn taustoista kertomalla ovat alusta saakka olleet tuotannon tärkeitä elementtejä. Merkittävä erokin löytyy: Musta laatikko on ainoa toistaiseksi ainoa säännöllinen livejournalismituotanto maailmassa, jota pyörittää perinteinen mediatalo, ja jolla on siten käytössään suuren talon toimitus.

Yleisö on ottanut Mustan laatikon innostuneesti vastaan. Katsojakyselyiden mukaan yleisö kokee, että livejournalismissa suhde toimittajaan on intiimimpi ja syvällisempi kuin journalismissa tavallisesti. Yleisö kokee myös, että esitykset ovat vangitsevia ja että ne herättävät voimakkaampia tunteita kuin perinteinen journalismi. (Lyytinen, 2020.)

Suurin osa Mustan laatikon jutuista julkaistaan esitysten jälkeen Helsingin Sanomien verkko- ja printtiversioissa, mutta tärkeää on, että ensijulkaisu on teatteriyleisölle.

Määrittelyä livejournalismille ja Mustalle laatikolle voi hakea myös yksittäisen katsojakommentin kautta. Yleisradion toimittaja Riina Malhotra kävi katsomassa Musta laatikko 12 -esityksen lokakuussa 2018 ja tiivistä ajatuksensa Twitterissä esityksen jälkeen seuraavasti (Malhotra, 2018):

”Tokan kerran Kansallisteatterissa katsomassa #mustalaatikko:a - virkistyin, valistuin, liikutuin. Parasta journalainmenttia, jälleen kerran. Kiitos @hsfi:n jengi!”

Journalainment muistuttaa käsitteenä hieman pahamaineista infotainmentia, tiedon ja viihteen yhdistelmää, johon liitetään yleensä kielteisiä merkityksiä, kuten pelkoa siitä, että viihteellisyys vaarantaa faktapohjaisuuden ja yhteiskunnallisen valvontatehtävän sekä muut journalismin tärkeimmät arvot (Deuze, 2005; Peters, 2011).

Malhotran palautteessa journalainment oli kuitenkin tarkoitettu kehuksi ja kiitokseksi. Juuri twiitissä kuvailtua uuden tiedon ja viihdyttävän muodon yhdistelmää Mustassa laatikossa tavoitellaan. Mustan laatikon ytimessä on perinteinen journalismi: tarinat, jotka kerrotaan, ovat totta ja ne koetaan toimituksessa yhteiskunnallisesti merkittäviksi. Mutta livejournalismissa ne halutaan tarjoilla muodossa, joka jäisi mieleen, olisi viihdyttävä ja joka olisi mahdollista omaksua kertakuulemalla.

Journalainmentin käsitettä ei juuri ole akateemisesti tutkittu, mutta muun muassa televisiotoimittaja Ruben Stiller on maininnut tekevänsä omissa keskusteluohjelmissaan infotainmentia: sujuvan muodon ja asiasisällön yhdistelmää, jossa tärkeää ovat oikeanlainen nopeus ja tunnelma (Seuri, 2019).

## 4 SUURET KÄÄNTEET MUUTTAVAT JOURNALISMIA

Edellisissä luvuissa kuvasin, millaisesta ilmiöstä livejournalismissa on kysymys. Tässä luvussa tarkastelen laajemmin sitä, millaiseen mediamaisemaan livejournalismi on syntynyt. Hahmottelen kolme käännettä, eräänlaista media-alan syvävirtausta, jotka vaikuttavat voimakkaasti kaikkeen journalismin tekemiseen. Ne ovat:

- 1) käänne journalismin taloudessa
- 2) käänne yhteiskunnan ja journalismin ”notkeudessa”
- 3) käänne journalistien ja yleisön suhteessa

Kolmas käänne eli käänne journalismin ja yleisön suhteessa pitää sisällään suuria muutospaineita, jotka kohdistuvat toimittajien arkiseen työhön ja perinteiseen ammatti-identiteettiin. Aloitan pohdintani kuitenkin taloudesta, sillä juuri talouden lainalaisuudet ovat ohjailleet media-alan päätöksentekoa viime vuosina.

Siihen, että lähestyn aiheitani aluksi talouden kautta, vaikuttaa luultavasti myös oma taustani. Olen aloittanut toimittajan työt 2000-luvun alussa, ja aivan alkua lukuun ottamatta olen tehnyt töitä alalla, jonka kehitystä on leimannut suuri epävarmuus.

### 4.1 Talouspuhe määrää, miten käy luovuuden?

”Ajetaan Titanicilla niin kauan kun pysyy pinnalla ja otetaan rahat.”

”Miten kaikki innovaatio on hävinnyt alalta? [...] Innovaatioksi lasketaan se, että tehdään joku kiva pikku-gif jonnekin. Minusta se on vähän masentavaa.”

Yllä olevat sitaattit ovat peräisin työttömiksi jääneiltä suomalaisilta journalisteilta. Heitä haastateltiin *Irtisanottujen toimittajien uudet työt* -tutkimushankkeessa, joka kuvasi media-alan suuria murroksia ruohonjuuritasolta, yksittäisten toimittajien näkökulmasta (Harju, Koljonen & Heinonen 2017, 118). Irtisanottujen toimittajien lisäksi tutkimuksessa pääsivät ääneen sellaiset journalistit, jotka olivat väsyneet alan jatkuvaan muutokseen ja lähteneet työpaikoistaan itse. Moni haastateltu toimittaja oli pettynyt alaansa. Heillä oli tunne, ettei kukaan tiennyt, mitä kaupallisen median pelastamiseksi pitäisi tehdä. (Harju ym., 2017, 110–120.)

Tämä tutkimus ei käsittele median kriisiä, vaan työni lähtökohta on uutta etsivä ja journalismin tulevaisuutta pohtiva, innostunutkin. Silti työni kannalta on merkityksellistä käsitellä myös media-alan muutosta ja niitä vaikeuksia, joissa ala on viime vuosina tarponut. Monia toimituksia kalvaa huoli omasta tulevaisuudesta ja pelko työpaikkojen menettämisestä. Kun työkuorma kasvaa ja journalistinen laatu heikentyy tai sen koetaan heikentyvän, vaarana on, että riskinotto kyky vähenee ja alan luovuus sekä työmotivaatio kärsivät (Harju ym., 2017, 38–40).

Oman tutkielmani kannalta on oleellista miettiä, miten tällaisessa ilmapiirissä pääsee syntymään jotakin uutta?

Journalismin kriisistä on kirjoitettu 2000-luvulla runsaasti, ja kriisin syyt ovat hyvin tiedossa. Esa Väliwerrosen (2009, 13) mukaan mainostulojen ja levikkien laskeminen, televisiokanavien yleisöjen hajoaminen ja yleisön kokemus heikkenevästä laadusta ovat olleet journalismin kriisipuheen moottoreita. Jos suomalaisten kaupallisten mediatalojen monimutkainen talousahdinko pitäisi tiivistää yhteen lukuun, se olisi tässä: verkkomainonnan etujärjestön IAB:n tilastojen mukaan Googlen ja Facebookin osuus Suomen digimainonnan kokonaisuudesta oli vuonna 2018 jo lähes 54 prosenttia<sup>1</sup>. Se tarkoittaa, että samaan aikaan kun painettujen lehtien mainostulot ovat laskeneet, ovat mediatalot jääneet nuolemaan näppejään myös digitaalisten mainosrahojen nopeassa uusjaossa.

Kun journalismin liiketoimintamalleja haastetaan, vaarana on, että journalismin asema heikkenee, ja uutistyö on alttiimpaa taloudelliselle tai poliittiselle painostukselle (Nielsen & Selva, 2019). Ei siis ihme, että synkimmissä kauhuskenaarioissa on jopa pohdittu, onko perinteinen journalismi vaarassa kuolla kokonaan (Deuze 2007, 141).

Talouden lainalaisuudet järjestyvät myös suomalaista mediakenttää. Olin juuri jäänyt opintovapaalle ja aloittanut tämän tutkimuksen tekemisen, kun Helsingin Sanomia julkaiseva kustannusyhtiö Sanoma kertoi tiistaina 11. helmikuuta 2020 ostavansa Alma Medialta suuret maakuntalehdet Aamulehden ja Satakunnan Kansan

---

<sup>1</sup> <https://www.iab.fi/ajankohtaista/uutiset-ja-tiedotteet/digimainontaan-panostettiin-421-miljoonaa-euroa-vuonna-2018.html>

sekä lisäksi kolmetoista pienempää alue- ja paikallislehteä<sup>2</sup>. Kaupan myötä suomalaisen lehdistön kenttä muuttui merkittävästi. Helsingin Sanomien vastaava päätoimittaja Kaius Niemi käsitteli historiallista uutista kolumnissaan vielä samana päivänä. Hän kiteytti suomalaisen sanomalehtialan tulevaisuuden kahteen kysymykseen – ja hahmotteli kysymyksiin myös vastauksia:

”Ensimmäinen [kysymys] liittyy liiketoimintaan: perustuuko yli satavuotiaiden lehtien omistaminen nopeiden voittojen keräämiseen – vai ajaako toimintaa sivistyksellinen eetos, joka tähtää kotimaisen uutismedian tulevaisuuden turvaamiseen? Toinen kysymys liittyy lukijoihin: pystyvätkö perinteiset sanomalehdet tavoittamaan riittävän nopeasti sellaisen nuoren yleisön, joka on valmis maksamaan digitaalisesta laatujournalismista?”

Kumpaankin kysymykseen on helppo vastata toiveikkaasti.

Digiajan merkittävä oppi on ollut, että nuoret suomalaiset ovat kiinnostuneita huolellisesti tehdyistä artikkeleista ja haluavat maksaa digitaalisesta laatujournalismista. Kun Helsingin Sanomat sai tilaajamääränsä kasvamaan vuonna 2017 ensimmäisen kerran 25 vuoteen, kasvu tuli nimenomaan nuorista digitilaaajista. Sen jälkeen kasvu on koko ajan jatkunut.”<sup>3</sup>

Tämän luvun alussa määrittelemäni journalismin käänneet – talous, toimitusten ketteryys sekä uudenlainen yleisösuhte – ovat löydettävissä myös vastaavan päätoimittajan kolumnista.

Suomalaisten mediatalojen toimituksissa on 2000-luvulla totuttu suuriin muutoksiin ja jännittäviin tiedotustilaisuuksiin. Esimerkiksi sopii oma työnantajani Helsingin Sanomat. Olen työskennellyt Helsingin Sanomissa vuodesta 2005, ja sinä aikana muutokset seuranneet toisiaan kiihtyvän tuntuoisella tahdilla. Vuosina 2005–2014 Radio Helsinki<sup>4</sup>, ilmaisjakelulehti Metro<sup>5</sup> ja Nelosen tv-uutiset yhdistettiin HS:n toimitukseen<sup>6</sup>. Vain muutaman vuoden kuluttua radiokanava myytiin<sup>7</sup> ja tv-uutiset lakkautettiin<sup>8</sup>. Loppuvuodesta 2012 HS:n verkkopalvelu muuttui maksulliseksi<sup>9</sup> ja alkuvuodesta 2013 printtilehti alkoi ilmestyä tabloid-koossa<sup>10</sup>. Lehti on myös luopunut Suomen Tietotoimiston uutispalvelusta<sup>11</sup>, toiminut itse uutistoimistona

---

<sup>2</sup> <https://www.hs.fi/talous/art-2000006403437.html>

<sup>3</sup> <https://www.hs.fi/talous/art-2000006404058.html>

<sup>4</sup> <https://www.hs.fi/talous/art-2000004305893.html>

<sup>5</sup> <https://www.is.fi/taloussanomat/art-2000001470025.html>

<sup>6</sup> <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000002509734.html>

<sup>7</sup> <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000002673723.html>

<sup>8</sup> <https://yle.fi/uutiset/3-6909999>

<sup>9</sup> <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002572374.html>

<sup>10</sup> <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002604335.html>

<sup>11</sup> <https://www.hs.fi/talous/art-2000002800480.html>

Kaakon Viestintä oy:n maakuntalehdille<sup>12</sup> ja palannut sitten uudelleen STT:n uutispalvelun asiakkaaksi<sup>13</sup>. Myös raskaat yt-neuvottelut ja sisäiset uudistukset ovat pitäneet toimitusta varpaillaan<sup>14</sup>. Samaan aikaan lehteä kustantava Sanoma-yhtiö on muun muassa ostanut televisiokanavan<sup>15</sup> sekä aikakauslehtiä<sup>16</sup> Hollannista ja kotimaisen jääkiekkoliigan televisiointioikeudet Suomessa<sup>17</sup>. Näistä hankinnoista on sittemmin luovuttu, samoin kuin nipusta maakuntalehtiä<sup>18</sup>, kunnes Alma-kaupan myötä maakuntalehtiä jälleen hankittiin.

Muutokset kuvastavat sitä turbulenssia, jonka keskellä suuri mediatalo on 2000-luvun myrskyissä seilannut. Vastaavia listoja saisi koottua muistakin mediayhtiöistä niin Suomessa kuin ulkomailla. Media-alan mullistus on kansainvälinen ilmiö ja sen voi kiteyttää moneen yhtäaikaiseen muutokseen: journalismi muuttuu fyysisestä tuotteesta digitaaliseksi palveluksi, isosta teollisesta printtituotannosta teknologiavetoiseksi liiketoiminnaksi, jonka pitäisi houkuttaa huvenneen massayleisön tilalle maksuhaluisia asiakkaita (Villi ym., 2020).

Suomessa hutera taloustilanne on vaikuttanut journalistien työhön. Turbulenssia voi mitata monella tapaa: kolmekymppisten työntekijöiden määrä toimituksissa on vähentynyt merkittävästi<sup>19</sup>, ja hakijamäärät toimittajakoulutukseen ovat välillä olleet laskussa<sup>20</sup>. Journalisteja on siirtynyt toimituksista moniin viestintäalan tehtäviin,<sup>21</sup> jotka on koettu toimitustyötä miellyttävämmiksi.

Tämän tutkimuksen kannalta on kiinnostavaa, miten epävarmassa ilmapiirissä voi syntyä uusia, esimerkiksi livejournalismin kaltaisia journalismin muotoja? Ja miten toimittajat suhtautuvat uudistuksiin epävarmuuden keskellä?

Joidenkin tutkimusten mukaan lehtitalot eivät perinteisesti ole olleet kovin nokkelia keksimään uusia liiketoimintamalleja tai jakelumalleja sisällöilleen, vaan ne keskittyvät mielellään varmistamaan olemassa olevia tulovirtoja (Lehtisaari ym., 2018). Tämä saattaa pahimmillaan johtaa "failing slowly" -ongelmaan, jossa levikki

---

<sup>12</sup> <https://yle.fi/uutiset/3-7680845>

<sup>13</sup> <https://suomenlehdisto.fi/helsingin-sanomat-palaa-sttn-asiakkaaksi/>

<sup>14</sup> <https://yle.fi/uutiset/3-8251450>

<sup>15</sup> <https://www.ksml.fi/talous/Sanomien-huonot-kaupat-Osti-miljardilla-myy-237-miljoonalla/964770>

<sup>16</sup> <https://www.hs.fi/talous/art-2000006338309.html>

<sup>17</sup> <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/sm-liigan-tv-sopimus-neloselle-tylyt-tappiot/ca2763fa-f8ce-3f61-970f-57ab1f6aaaaea>

<sup>18</sup> <https://pmllehti.fi/uutiset/toimiala/sanoma-myy-enemmist%C3%B6n-lehtimediasta-l%C3%A4nsi-savolle/>

<sup>19</sup> <https://www.journalisti.fi/artikkelit/2019/3/yli-tuhat-kolmekymppist-katosi-taantuma-teki-alalle-tulosta-vaikeaa/>

<sup>20</sup> <https://www.journalisti.fi/artikkelit/2016/7/harvenevasa-joukossa/>

<sup>21</sup> <http://journalistiliitto-fi.directo.fi/journalisti/lehti/2014/10/artikkelit/uusi-alku/>

hitaasti tippuu, yleisö hitaasti vanhenee ja digitaaliset tuotot hitaasti katoavat (Villi ym., 2020).

Jatkuva tai jopa aggressiivinen innovointi on lehdille haastavaa, koska se saattaisi tarkoittaa vanhojen tuotantomallien hylkäämistä ja jonkinlaista hyppyä tuntemattomaan. Siksi vanhoja, hyväksi havaittuja malleja mielellään kierrätetään sen sijaan että keksittäisiin jotakin kokonaan uutta. Yleensä näin tehdään organisaatiossa ylhäältä alas määräten, taloudellinen näkökulma edellä. (Järventie-Thesleff, Moisander, & Villi 2014).

Myös suomalaiset rivitoimittajat tunnistavat luovuuden puuteen. He kritisoivat siitä mielellään yhtiöiden johtoa (Harju, Koljonen & Heinonen 2017, 118):

“[...] jos jonkinlaisissa innovaatioseminaareissa istutaan, mutta selkeä näkemys puuttuu siitä, kenelle lehteä tai muuta mediaa tehdään. Johdossa on menetetty usko omaan tekemiseen ja sen arvoon [...] On ikään kuin luovuttu uskomasta [...] journalismiin, siihen, mikä on sen ammatin ydin.

Eräs merkille pantava seikka on, että digitaalisella aikakaudella innovaatioina tai uudistuksina pidetään usein jonkinlaista teknologista muutosta. Ajattelutavalle on termikin: *shiny new things syndrome*. Sillä tarkoitetaan ilmiötä, jossa erilaiset teknologiset ratkaisut ja uutuudet saavat liikaa huomiota painoarvoonsa nähden. Ne lupaavat paljon, mutta ovat usein pohjimmiltaan häiriötekijöitä, jotka vievät huomion pois oleellisista. Ilmiö onkin jo poikunut vasta-aallon, jonka mukaan teknologisten innovaatioiden perässä juokseminen on poissa journalistisen työn ytimestä ja tarinankerronnasta. Tämän ajattelun mukaan journalismin tulevaisuus ei ole vain uusien teknologioiden omaksumisessa, vaan itse journalismin sisällöissä ja journalistissa käytännöissä, yleisön tarpeiden miettimisessä. Teknologia on tässä vain työkalu, apuväline – ja näin kannattaisi ajatella nimenomaan perinteisessä mediassa. (Küng, 2017; Posetti, 2019.)

Lucy Küngin (2008, 144-147) mukaan mediayhtiöiden kannattaisi pitää huolta luovuudesta ja myös luovuuden johtamisesta, sillä luovuus on tärkeä kilpailukykytekijä. Myös mediayhtiöiden johtamista tutkineen Nando Malmelinin mukaan luovuudesta huolehtiminen on yhä tärkeämpää, mikäli mediatalot haluavat selvittää alan myllerryksestä (Malmelin 2015, 104). Malmelinin mukaan luovuutta kuitenkin johdetaan mediayhtiöissä heikosti, ja tähän on monia syitä.

Luovuudella mediatalossa tarkoitetaan kenties yksittäisen työntekijän luovuutta vaikkapa kirjoittajana, valokuvaajana tai graafikkona, mutta sillä pitäisi yhtä lailla ymmärtää myös uusien tuotteiden ja innovaatioiden kehittämistä, brändin rakentamista ja markkinointia. Luovuus ei mediataloissa kuitenkaan ole yleensä osa yhtiön strategiaa, luovuutta ei johdeta, siihen ei kiinnitetä huomiota tai se perustuu näkymättömään hiljaiseen tietoon, jota on vaikea hallita. (Malmelin 2015, 144-149.)

Vaikeuksista huolimatta media-ala ja journalismi ovat kuitenkin pystyneet muuttumaan ja kehittymään. Nielsenin ja Selvan (2019) mukaan journalismi on yhä voimissaan – ja parhaiten tehty journalismi on juuri nyt parempaa kuin koskaan: se on avoimempaa, ajankohtaisempaa, informatiivisempaa ja toimii paremmassa vuorovaikutuksessa yleisön kanssa. Digitaalisten alustojen ansiosta marginaaliset äänet pääsevät kuuluviin, ja erilaiset lähteet ja näkökulmat nousevat esiin. Journalistit ovat ottaneet uudet digitaaliset työkalut käyttöön, ja uudenlaisia kerronnan keinoja on kehitetty runsaasti: datajournalismia, videokerrontaa, faktantarkistusta, kansainvälistä yhteistoimintaa tutkivan journalismin saralla, juttuja jotka koukuttavat enemmän kuin koskaan. (Nielsen & Selva, 2019.)

Nyt tähän listaan voi lisätä uuden tulokkaan: livejournalismin.

## 4.2 Yhteiskunta muuttuu, toimitukset notkistuvat

Yhteiskuntaan ja journalismiin vaikuttavat toki muunkinlaiset voimat kuin talous. Anu Kantola (2011a, 13) on soveltanut toimitustyön muuttumiseen notkistumisen käsitettä, joka on peräisin puolalaiselta sosiologilta Zygmunt Baumanilta. Baumanin mukaan nyky-yhteiskuntaa, jossa vakiintuneet instituutiot ja auktoriteetit ovat menettäneet merkitystään ja jossa identiteetit ovat muuttuneet joustaviksi ja epävakaiksi, voi kutsua notkean modernin yhteiskunnaksi (Bauman, 2002).

Baumanin ajatusta jatkaen Kantola jakaa toisen maailmansodan jälkeiset toimittajasukupolvet kolmeen kategoriaan: korkeaan, notkistuvaan ja notkeaan moderniin (Kantola 2011c, 118). Toimittajien notkistuminen on vaikuttanut merkittävästi siihen, millaista journalismi on.

Nykyiset modernit yhteiskunnat ja kansallisvaltiot syntyivät teollistumisen ja kaupungistumisen myötä 1800-luvulla. Heikki Luostarisen (2002, 22) mukaan tuolloin myös sanomalehdistö alkoi muokkautua nykyiseen tehtäväänsä. Teollistuvien yhteiskuntien hallitsevana eetoksena oli tieteeseen nojaava edistysusko, ja lehdistöä tarvittiin ennen muuta kansalaisten valistajaksi. Siksi toimitusten tärkeimmiksi lähteiksi muodostuivat mahdollisimman viralliset tahot: hallinto, puolueet, etujärjestöt ja yritykset. Korkeasti koulutetun eliitin – kuten tutkijoiden, juristien ja lääkäreiden – tehtävänä oli sivistää yhteiskunnan alemmilla portailla olevia kansalaisia. Sanomalehdistö oli tähän tehokas väline. Lehdet raportoivat ylätasoa aiheista ja keskittyivät ”koviin uutisiin”, kuten politiikkaan, rahaan ja sotaan, kun taas perheet, naiset, lapset sekä yksityiset ihmiset kaikenlaisine tunteiluineen voitiin unohtaa. (Luostarinen, 2002, 22–25.)



Luostarisen mukaan tämän ajattelun idea on kantanut pitkälle 1900-luvun lopulle ja suomalaiseen toimittajakuntaan saakka. Esimerkiksi toimittajakoulutuksessa pitkään käytettyä Antero Okkosen kuuluisaa Toimittajan työ-kirjaa ohjasivat varhaiset toimittajahyveet, joissa toimittaja on neutraali, jopa kylmäkiskoinen raportoija, jonka uutisjutut sisälsivät mahdollisimman paljon pelkkää asiaa ja jonka suoltama teksti oli väritöntä ja neutraalia (Luostarinen, 2002; Okkonen, 1974).

Anu Kantolan mukaan modernit yhteiskunnat ja toimitukset saavuttivat kehityksensä huipun toisen maailmansodan jälkeen. Kantola kutsuu 1950-lukua korkean modernin kukoistukseksi (Kantola 2011b, 33). Jälleenrakennuksen aikaa leimasivat usko voimakkaaseen kansallisvaltion sekä parempaan tulevaisuuteen elämän eri aloilla: politiikassa, taloudessa ja kulttuurissa. Korkean modernin ajassa julkinen elämä oli harmonista. Tavoitteena oli suomalainen kansallishenki ja yhteenkuuluvuuden tunne. Yleisradio keskittyi arvokkuuteen ja tasapuolisuuteen, sanomalehdet puoluepolitiikkaan ja aikakauslehdet kansansivistykseen (emt., 35–36). Toimittajat tarttuivat innolla korkean modernin ihanteisiin, joita olivat objektiivisuuden ideaali, kansallisen vastuun pohtiminen sekä uutistyyön yhteiskunnallisen merkityksen korostaminen (Kantola 2011c, 118).

Korkean modernin aikakausi alkoi murentua vasta, kun 1950-luvun lopulla ja 1960-luvulla syntyneet ikäluokat aikuistuivat ja tulivat työelämään. Tämä tapahtui 1980-luvulla. Samaan aikaan markkinat vapautuivat, identiteetit yksilöllistyivät ja yhtenäiskulttuuri alkoi murtua. Tässä niin kutsutussa notkistuvan modernin ajassa toimittajat korostivat journalistista riippumattomuutta, omaa urakehitystä ja asiakeskeisyyttä. Notkistuvan modernin toimittajat kokivat työssään ristivetoa erilaisten ihanteiden välillä: vanhat ideaalit olivat vielä voimissaan, mutta samaan aikaan yhteiskunta oli jo muuttumassa epävarmemmaksi. Siksi notkistuvan modernin toimittajat joutuivat tekemään työssään kompromisseja. Toimituksissa työ alkoi sirpaloitua: kiinnostavuudesta tuli tärkeä uutiskriteeri, laatulehdistökin alkoi tarttua skandaaleihin, yleisö piti ottaa aikaisempaa paremmin huomioon, politiikan journalismi henkilöityi. (Kantola 2011c, 125–133.)

Kantolan jaottelussa notkistuvan modernin journalisteja ovat seuranneet viimeisimmän kehitysvaiheen, notkean modernin, toimittajat. Notkean modernin toimittajat ovat syntyneet 1970-luvulla ja sen jälkeen. Heidän identiteetissään korostuvat aktiivisuus, nopeus, liikkuvuus ja kekseliäisyys, juttuaiheiden ihmisläheisyys ja toisaalta konsensuksen kritiikki (Kantola 2011c, 118). Tämä tarkoittaa kevyempää ja ärhäkämpää julkisuutta.

Kantola huomauttaa, ettei jaottelu tietenkään ole ehdottoman tarkka. Yksittäisessä toimittajassa voi olla piirteitä kaikista edellä kuvatuista identiteeteistä. Siirtymät eri aikakausien välillä eivät myöskään ole yksiselitteisiä. Nykypäivänä

toimituksissa halutaan olla ketteriä ja kiinnostavia, mutta silti tavoitteena voi olla objektiivinen tiedonvälitys. Jaottelun tarkoitus on kuvata hidasta muutosta. (Kantola 2011c, 118.)

Myös tutkija Kari Koljonen (2013) on tutkinut korkean ja notkean modernin toimittajien työskentelytapoja suomalaisissa toimituksissa. Koljonen (2013, 109) katsoo, että viimeistään 2000-luvulla toimitukset ovat siirtyneet notkeaan aikaan. Hänen mukaansa siirtymä korkeasta modernista notkeaan moderniin näkyy selvästi journalistien perusarjessa ja monissa toimitusten työ- ja johtamistavoissa (Koljonen 2013, 110).

Erityisen suuressa muutoksessa on ollut toimittajan ja yleisön suhde. Koljonen tiivistää vanhan ajan ja uuden ajan toimittajien ajatukset yleisöstä näin (2013, 19):

Korkean modernin journalisti [...] on kuin peruskoulun opettaja, joka tietää parhaiten sen, mitä yleisön tarvitsee tietää. Hänen suhteensa yleisöön on etäinen ja välinpitämätön. Kansalaisten arki on hänestä harvoin julkisuuden väärä, eikä yleisöltä tuleva palaute tai yleisöstä kerätty tutkimustieto häntä kiinnosta. Notkean modernin journalisti sitä vastoin yrittää palvella kuluttajaa niin hyvin, että tämä maksaisi hyödyttävästä ja viihdyttävästä tiedosta.

Viimeisessä virkkeessä tiivistyy monta nykyjournalismin tärkeää kysymystä: kiinnostavuus, hyödyllisyys, palvelualltius ja maksuhalukkuus.

Tämän tutkielman kannalta oleellista on tarkastella, miten notkean modernin livejournalistit ajattelevat suhteestaan yleisöön.

### 4.3 Uusi yleisösuhde

Media-alan murroksessa perinteinen journalismi on menettänyt sekä tiedonvälityksen että mainostulojen monopolin. Molemmissa menetyksissä on pohjimmiltaan kyse kadonneen yleisön ongelmasta. Vanhassa maailmassa yleisö ja lukijat saatettiin ottaa itsestäänselvyytenä, mutta nyt ihmisten ihmisten huomiosta, ajankäytöstä ja mielenkiinnosta käydään kiihkeää kamppailua (Cherubini & Nielsen, 2016; Nielsen & Selva, 2019). Samaan aikaan toimitukset kohtaavat myös toisenlaisia haasteita: journalistista sisältöä ei koeta mielekkääksi, siihen ei luoteta, eivätkä lukijat koe journalismin parantavan heidän elämäänsä (Nielsen & Selva, 2019).

Journalismi on tottunut perinteisesti toimimaan ylhäältä alas ja tarjoamaan kaikille lukijoilleen yhtä ja samaa sisältöä (Harbers, 2016). Nyt sen olisi otettava yleisö aikaisempaa paremmin huomioon, pystyttävä yleisön kanssa toisinaan jopa

yhteistyöhön ja löydettävä keinot kertoa uutisia tavalla, joka tuntuisi lukijoista henkilökohtaisemmalta. Yleisöä ei tulisi kohdella kuin massaa, vaan pikemminkin joukkona sitoutuneita asiakkaita, jotka haluavat kuulua sisäpiiriin. Asiakasmäärien tarkkailun sijaan olisi katsottava myös sitä, kuinka sitoutuneita he ovat (Wang, 2018).

Median ja yleisön muuttunut suhde onkin ollut nouseva trendi myös mediatutkimuksessa (Cherubini & Nielsen, 2016; Costera Meijer & Bijleveld, 2016).

Jonkinlaiseksi taikasanaksi yleisöjen tavoittelussa on muodostunut käsite engagement. Termille ei ole täysin kattavaa suomenkielistä käännöstä, mutta laajasti ymmärrettynä sillä tarkoitetaan yleisön sitoutumista mediaan (Ruotsalainen & Villi, 2018). Verkkoympäristössä engagementilla tarkoitetaan hyvin monenlaisia asioita: juttujen klikkaaminen, jutun parissa vietetty aika, vierailukertojen määrä verkkosivustolla, juttujen jakaminen ja suosittelu sosiaalisessa mediassa, niiden kommentointi ja niistä tykkääminen ovat kaikki merkkejä sitoutumisesta eli engagementista. (Beckett & Deuze, 2016; Ruotsalainen & Villi, 2018.)

Jos vielä joitakin vuosia sitten mediatalojen huomio keskittyi erityisesti klikkimäärien seuraamiseen, on muutos yleisösuhteessa muuttanut myös käsitystä siitä, millainen on hyvää sisältöä. Uusi tilanne pakottaa journalistit ajattelemaan kaikessa ensin yleisöä ja etenkin sitoutunutta ja maksuhaluista yleisöä, ja siksi laadusta on tullut aiempaa tärkeämpi tekijä journalismin sisällöissä. Siksi mediatalot pyrkivät tuottamaan mahdollisimman laadukasta ja mahdollisimman suurta lisäarvoa tuottavaa journalismia, josta ihmiset ovat valmiita maksamaan. (Newman ym., 2017; Lehtisaari ym., 2018.)

Myös livejournalismilla on nähty oma roolinsa aikaisempaa paremman yleisösuhteen luomisessa. Tanskalaiset journalistit Peter Westergaard ja Søren Schulz Jørgensen tutkivat vuonna 2017, miten mediatalot eri maissa vastasivat kadonneen yleisön haasteeseen. He haastattelivat yli 50 mediayhtiön edustajaa yhdeksässä Euroopan maassa ja lisäksi Yhdysvalloissa. Raportissaan he mainitsivat livetapahtumat yhtenä uutena yleisön sitouttamisen keinona (Westergaard & Jørgensen, 2018). Sen sijaan, että yleisö ajateltaisiin lukijoina ja tilaajina, yleisöä olisi ajateltava klubilaisina, jotka haluavat kuulua median tarjoamaan "sisäpiiriin".

Myös Reuters-instituutin tutkimuksen mukaan suorat kontaktit yleisön kanssa ovat journalismille yhä tärkeämpiä, ja siksi podcastit, videot ja journalistien tekemät live-esitykset journalismin muodot on koettu kiinnostaviksi, koska ne voivat lisätä yleisön uskollisuutta ja ja sitä kautta maksuhalukkuutta etenkin nuorten yleisöjen parissa (Newman ym., 2019).

## 5 AINEISTO, TUTKIMUSMENETELMÄ JA TUTKIMUSKYSYMYKSET

Anu Puusan ja Pauli Juutin (2020, 40) mukaan tieteellinen tutkimus on tasapainossa, mikäli tutkija pystyy määrittelemään työlleen viisi kulmakiveä: tutkimuksen tieteenfilosofiset lähtökohdat, teoreettisen viitekehyksen, tutkimusmenetelmät, tutkimuksen lähestymistavan sekä tutkimuksen tavoitteet ja tutkimuskysymykset. Luvuissa kaksi, kolme ja neljä olen hahmotellut työni viitekehyksen, eli olen kertonut livejournalismin määritelmästä, sen lyhyestä historiasta sekä siitä, millaisessa mediaympäristössä livejournalismi on syntynyt. Tässä luvussa käytän hyväkseni Puusan ja Juutin listausta ja kerron, miten tutkimukseni on tehty.

### 5.1 Laadullisen tutkimuksen lähtökohdat

Tutkimusotteeni on kvalitatiivinen eli laadullinen. Laadullisen tutkimuksen pyrkimyksenä on kuvata, selittää, tulkita ja ymmärtää erilaisia ilmiöitä (Puusa & Juuti 2020, 26). Laadullisen tutkimuksen ”vastakohtana” tai vaihtoehtona pidetään kvantitatiivista – eli määrällistä tai positivistista – tutkimussuuntausta (Eskola & Suoranta 1998, 13). Näiden kahden suuntauksen eron voi tiivistää niin, että kun määrällinen tutkimus pyrkii esittämään maailmasta yleistyksiä ja löytämään asioiden välisiä syy-seuraussuhteita, keskittyy laadullinen tutkimus yleensä vastaamaan kysymyksiin *millainen, miten, kuka ja miksi?* (Hirsjärvi & Hurme, 2000, 22; Puusa & Juuti, 2020, 26).

Laadullinen tutkimus on tärkeää, sillä sitä voidaan käyttää sellaisten kohteiden tutkimiseen, jotka ovat näkymättömiä, abstrakteja, tulkinnanvaraisia ja ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa syntyneitä (Puusa & Juuti, 2020, 62).

Tieteenfilosofiassa tehdään yleensä kahtiajako realistiseen ja konstruktivistiseen maailmankuvaan. Näiden kahden suuntauksen eroja on pidetty niin perustavanlaatuisina, että tiedeyhteisössä on käyty jopa "tiedesotia" eri näkemysten välillä (Kekäle & Puusa, 2020, 41-55). Niihin ei ole tarpeen syventyä yksittäisen opinnäytetyön laajuudessa, ja monissa tutkimusoppaissa huomautetaan, että vastakkainasettelu on turhaa (Tuomi & Sarajarvi 2018, 73). Silti suuntausten vertailu on kuvaavaa ja auttaa myös graduntekijää hahmottamaan niiden välisiä eroja.

Realistisesta maailmankuvasta ponnistava tutkija ajattelee, että tutkimuksella pystytään löytämään maailmasta objektiivista tietoa, ja tulosten pohjalta on rakennettavissa teorioita, jotka selittävät maailmaa ja joille löytyy suora kohde reaali maailmassa. Näin toimitaan yleisesti esimerkiksi luonnontieteissä. (Kekäle & Puusa, 2020, 45).

Konstruktivismi (tai sosiaalinen konstruktionismi) tarkastelee maailmaa toisin. Tämän ajattelutavan keskiössä ovat kieli ja ajatus siitä, että todellisuus syntyy aina ihmisten välisessä vuorovaikutuksessa, kielen ja puheen avulla. Todellisuus on aina sosiaalisesti tuotettua, ja tämän tutkimussuuntauksen edustajat etsivät maailmasta tulkintoja ja merkityksiä (Kekäle & Puusa, 2020, 46).

Tutkimuksen arjessa erot näkyvät niin, että realistit tekevät määrällisiä tutkimuksia ja ovat yleensä luonnontieteilijöitä. Konstruktivistit luottavat laadullisiin menetelmiin ja toimivat tyypillisesti ihmistieteiden parissa. Määrällinen tutkimus selittää maailmaa, laadullinen tutkimus yrittää ymmärtää sitä. Määrällisen tutkimuksen tekijä järjestää kokeita ja tekee laskelmia, kun taas laadullinen tutkija haastattelee, havainnoi, lukee tekstejä ja keskittyy kieleen. Määrällisen tutkimuksen tekijä on positivistinen, laadullisen tutkija nojaa fenomenologiaan tai hermeneutiikkaan. Positivistille laadun kriteereitä ovat toistettavuus ja validius, laadulliselle tutkijalle se, miten elämänmakuista ja kuvailevaa - laadukasta - tutkimus on. Eroja on myös tutkijan suhteessa tutkimuskohteeseen: realistit katsoo, ettei itse vaikuta tutkittavaan ilmiöön, kun taas konstruktivistit myöntää omien taustojensa ja lähtökohtiensa vaikutukset. Erilaisia tutkimusotteita voidaan myös kritisoida eri perustein: määrällistä työtä voidaan moittia etäiseksi ja jäykäksi, laadullista tutkimusta epä-tieteelliseksi ja pehmeäksi. (Eskola & Suoranta 1998, 14; Tuomi & Sarajarvi 2018, 73; Puusa & Juuti, 2020, 38.)

Oma tutkielmani on tehty laadullisin menetelmin. Aineistona on kahdeksan tutkimushaastattelua ja analyysityökaluna on käytetty laadullisiin menetelmiin kuuluvaa temaattista analyysia. Eskolan ja Suorannan (1998) määrittelemät laadullisen tutkimuksen vaiheet kuvaavat hyvin omaa työprosessiani: tutkimussuunnitelmani on elänyt tutkimushankkeen mukana, olen pyrkinyt työssäni tavoittamaan tutkittavien oman äänen ja näkökulman, tutkittavia tapauksia (eli haastateltavia) on melko vähän, enkä pyri esittämään minkäänlaista tilastollista

yleistystä, vaan keskityn kuvaamaan ja ymmärtämään haastateltavieni ajatuksia ja tekemään haastatteluista teoreettisesti mielekkään tulkinnan (Eskola & Suoranta 1998, 15-18, 61).

## 5.2 Aineiston keruu haastattelemalla

Keräsin tutkimuksen aineiston haastattelemalla. Haastattelu oli luonteva menetelmä, sillä se on joustava ja laadullisessa tutkimuksessa hyvin yleinen aineistonkeruutapa, jonka avulla on mahdollista kerätä syvällistä tietoa (Hirsjärvi & Hurme, 2000, 11). Toimittajana koin, että haastattelu oli itselleni luonteva työtapa.

Tein haastattelut yhteistyössä Tarja Vilénin kanssa, joka teki omaa opinnäytetyötään Helsingin yliopiston viestinnän oppiaineeseen. Tutkimme molemmat Mustassa laatikossa esiintyneitä journalisteja. Laadimme haastattelukysymykset yhdessä, teimme molemmat tahoillamme neljä haastattelua ja jaoimme sen jälkeen niiden litteraatit keskenämme.

Tarkemmin määriteltynä haastattelut olivat puolistrukturoituja temahaastatteluita. Se tarkoittaa, että kaikille haastateltaville esitettiin samat kysymykset, mutta keskustelu oli muodoltaan melko vapaata ja polveilevaa. Haastateltavat saivat vastata omin sanoin, ja haastattelijana meille jäi vapaus vaihdella kysymysten järjestystä tai kysyä tarkentavia kysymyksiä. Vaikka haastatteluissa käytettiin valmista kysymyslistaa, kysymysten muoto ja järjestys ei ollut tiukasti määritelty, vaan haastattelutilanne eteni ennakkoon päätettyjen teemojen varassa. Puolistrukturoidussa temahaastattelussa tarkoitus on, että tutkittavan ääni pääsee mahdollisimman hyvin kuuluviin ja haastattelu on vuorovaikutusta, jossa molemmat vaikuttavat toisiinsa. (Eskola & Suoranta 1998, 85-88; Hirsjärvi & Hurme, 2000, 47-48.)

Tarjolla olisi ollut muitakin haastattelumuotoja. Täysin avoimessa haastattelussa tiedossa on vain keskustelun tema, eikä mitään kysymyksiä ole mietitty tarkemmin (Hirsjärvi, Remes, Sajavaara & Liikanen, 1997, 202). Täysin strukturoitu haastattelu taas tapahtuu tiukasti muotoiltua lomaketta käyttäen. Katsoin nämä vaihtoehdot jäykemmiksi tai huonommiksi kuin puolistrukturoitu temahaastattelu.

Myös ryhmähaastattelu olisi ollut mahdollinen tiedonkeruumenetelmä. Ryhmähaastattelun eduksi voidaan katsoa, että siinä haastateltavat saavat toisiltaan tukea ja voivat esimerkiksi yhdessä muistella, herättää muistikuvia, tukea ja rohkaista toisiaan (Eskola & Suoranta, 1998, 95-99). Usein sopiva aihe ryhmähaastatteluun on

sellinen, josta voi olla useita erilaisia mielipiteitä, ja useamman livejournalistin ryhmäkeskustelu olisi voinutkin tuottaa kiinnostavia ja toisenlaisia näkökulmia kuin yksittäiset haastattelut. Mustan laatikon tekemisessä juuri yhteistyö ja kollegoiden välinen kannustus on ollut avainasia, ja tämän myös moni haastateltava erikseen mainitsi.

Kokemuksesta kuitenkin tiedän, että isomman ryhmän haastattelemine tuottaa hyötyjen lisäksi myös hankaluuksia: keskustelua on vaikeampi ohjata, se rönsyilee ja saattaa kestää odotettua pidempään. Myös ryhmän sisäinen dynamiikka vaikuttaa lopputulokseen: tietoa ei välttämättä saada tasaisesti kaikilta osallistujilta. Koronapandemian takia tällainen yhteishaastattelu ei olisi ollut edes mahdollinen. Itse haastattelut sujuivat hyvin ja ne tehtiin kevättalvella 2020.

### **5.3 Tutkimuksen kohteena kahdeksan livejournalistia**

Haastateltavaksi valittiin kahdeksan Helsingin Sanomien Musta laatikko -esityksissä mukana ollutta esiintyjää eli livejournalistia. He olivat kaikki HS:n kirjoittavia toimittajia. Miltei kaikilla oli vuosien tai vuosikymmenien mittainen kokemus toimittajan työstä, usein myös työsuhde Helsingin Sanomiin oli kestänyt hyvin pitkään.

Keväällä 2020 Mustassa laatikossa oli esiintynyt kaikkiaan 91 Helsingin Sanomien toimittajaa ja valokuvaajaa. Heistä haastatteluihin valikoitui sellaisia esiintyjä, joiden esiintymiskokemus oli suhteellisen tuore. Osa oli ollut mukana Mustassa laatikossa yhden kerran, jotkut useampia kertoja. Haastateltavien keski-ikä oli 51 vuotta. Haastateltavat valittiin sillä perusteella, että he edustaisivat tasaisesti HS:n eri osastoja ja erilaisia journalistisen ajattelun ja kirjoittamisen tapoja, kuten esimerkiksi uutisosastoja, kulttuuritoimitusta, lifestyletoimitusta ja featuretoimitusta. Mukana oli neljä miestä ja neljä naista. Jotkut haastateltavat olivat käyneet katsomassa Mustaa laatikkoa livenä teatterissa ennen omaa esiintymistään, osa oli tutustunut esityksiin vain videoiden välityksellä.

Haastattelut tehtiin maaliskuussa 2020. Yhteydenotto haastateltaviin tapahtui sähköpostitse, ja he suostuivat haastateltaviksi mielellään. Joidenkin haastateltavaksi jo suostuneiden aikataulut olivat koronakriisin vuoksi niin kiireiset, että heidän tilalleen etsittiin korvaavat haastateltavat. Kaikille haastateltaville lähetettiin etukäteen esitiedot haastattelusta ja Livejournalismin voima - tutkimushankkeesta. Kaikki eivät ehtineet perehtyä materiaaliin, mutta suurin osa sanoi ainakin vilkaisseensa sitä.

Haastattelut oli aluksi määrä tehdä kasvokkain esimerkiksi Sanomatalon kokoushuoneissa, mutta maaliskuussa 2020 alkanut korona-pandemia muutti

suunnitelmat, ja haastattelut oli tehtävä etänä, eli puhelimitse tai videoyhteyden avulla. Haastattelut kestivät noin tunnista vähän yli puoleentoista tuntiin. Koska tutkimusaiheeni eli livejournalismi perustuu ihmisten väliseen kohtaamiseen ja fyysiseen vuorovaikutukseen, oli harmillista, etteivät haastattelut onnistuneet kasvatusten. Toisaalta haastateltavat olivat ammattinsa puolesta tottuneita mitä erilaisimpiin haastattelutilanteisiin, eikä asetelma tuntunut häiritsevän heitä millään tavalla. Ei siis ole syytä epäillä, että etäyhteyden takia haastattelujen sisältö olisi oleellisesti muuttunut.

## 5.4 Tutkimusaineisto ja sen käsittely

Kahdeksasta haastattelusta kertyi haastattelumateriaalia reilusti yli kymmenen tuntia. Kaksi haastattelua litteroin itse. Hirsjärven ja Hurmeen (2000, 139) mukaan litterointiin ei ole yksiselitteisiä ohjeita, vaan litteroinnin tarkkuus riippuu tutkimuksen tarkoituksesta. Litteroin haastattelut niin, että haastateltavan puheesta jäi pois täytesanoja, mutta litterointi oli silti mahdollisimman tarkka ja ymmärrettävä. Litteroituna materiaalia kertyi kymmeniä sivuja.

Kahteen haastatteluun käytin Tutkimustie-nimisen yhtiön litterointipalvelua, tämän työn maksoi Livejournalismin voima -tutkimushanke. Jälkikäteen ajatellen kaikki haastattelut olisi kannattanut litteroituttaa, sillä se oli kohtuuhintaista ja Tutkimustien käyttäminen säästi merkittävästi aikaa. Neljä muuta haastattelua sain työpariltani Tarja Viléniltä.

Kaikille haastatelluille luvattiin anonymiteetti, eli tutkimuksessa käytetyistä vastauksista on häivytetty kaikki sellaiset tiedot, joista vastaajan voisi tunnistaa. Yksi haastateltava kysyi anonymiteetista etukäteen ja sanoi, että häneltä voisi saada parempia vastauksia ilman anonymiteettia, jolloin hänen ei tarvitsisi varoa sanomisiaan ja välttää lauseita ja sanoja, joista hän on tunnistettavissa.

## 5.5 Analyysimenetelmänä temaattinen analyysi

Käytin haastattelumateriaalin analysointiin temaattista analyysia. Tuomi & Sarajärvi (2018, 142) siteeraavat Braunin & Clarken (2006) jaottelua, jonka mukaan temaattinen analyysi etenee seuraavasti:

- 1) Aineiston haltuunotto.
- 2) Kiinnostavien asioiden kerääminen ja pelkistäminen.



- 3) Aineiston järjestäminen teemoihin: pohdittava ilmausten suhdetta toisiinsa, teemojen välistä suhdetta ja ylä- ja alateemoja.
- 4) Aineiston ja teemojen suhteen tarkistaminen.
- 5) Temaattisen kartan tekeminen.
- 6) Teemojen määrittely ja nimeäminen.

Temaattinen analyysi on lähellä perinteistä sisällönanalyysia. Molemmissa analyysin lähtökohtana on aineisto. Erona on, että temaattisessa analyysissä tunnustetaan ensin aineistoa hallitsevat perus- ja johtoajatukset, kun taas sisällönanalyysissä aineisto pilkkotaan ensin pelkistetyiksi ilmauksiksi (Tuomi & Sarajärvi 2018, 142).

Pauli Juutin ja Anu Puusan mukaan (2020, 11) mukaan laadullinen tutkimus on luonteeltaan ja menetelmiltään induktiivista. Se tarkoittaa, että tutkimus tekee johtopäätöksiä aineistosta käsin, yksityisestä yleiseen. Teoria ja aineisto ovat jatkuvassa vuoropuhelussa läpi tutkimusprosessin. Teoria ei ole lähtökohta, vaan apuväline, jolla tutkimuskysymys hahmottuu.

Teemahaastattelun runkoa ohjasivat Livejournalismin voima - tutkimushankkeen kysymyksenasettelut. Lisäksi tarkensin tutkimuskysymyksiä perehtymällä melko laajasti tutkimuskirjallisuuteen, joka käsitteli journalismin yleisösuhdetta, engagementin käsitettä, toimittajan subjektiivisuutta ja objektiivisuutta sekä tunteiden käyttöä journalismissa.

Haastattelujen jälkeen aloin teemoitella vastauksia aineiston perusteella. Käytännössä teemoittelu tapahtui niin, että tein aineiston kanssa monta "kierrosta". Kävin litteroidut haastattelut läpi useaan kertaan ja valitsin niistä mukaan ne osat, jotka olivat tutkimuskysymysten kannalta oleellisia ja kiinnostavia. Alkuvaiheessa teemoittelua ohjasi haastattelurunko, mutta prosessin edetessä luovuin haastattelurungon ohjaavasta vaikutuksesta ja muodostin aineistosta kaksi tärkeintä pääteemaa ja niille alateemat.

Teemoittelu oli ajatuksena helpompaa kuin käytännössä. Osa teemoista tuntui menevän päällekkäin, ja puhuessaan esimerkiksi journalistin subjektiivisuudesta haastateltavat puhuivat samaan aikaan myös tunteiden käytöstä journalismissa. Kimuranteissa tilanteissa käytin hyväkseni tätä Tuomen ja Sarajärven (2018, 113) rohkaisua laadullisen tutkimuksen tekijälle:

*"Kaikkiaan aineiston analyysissä on kyse myös keksimisen logiikasta. On lohdullista, mutta vaativaa huomata, että keksimisen logiikkaan ei ole olemassa mitään opetettavissa olevia sääntöjä tai viisasten kiveen rinnastettava metodia, joka oikein käytettynä tuottaisi viisaita ajatuksia kuin itsestään. [...] Tutkimuksen tekijän itsensä on tuotettava analyysinsä viisaus."*

Yritin myös nojautua vanhaan journalistin ohjenuoraan: kaikella hankitulla tiedolla ei pidä "vaivata" lukijaa, vaan on osattava valita, mikä materiaalissa on kaikkein tärkeintä ja kiinnostavinta, jotta päästään loogiseen ja järkevään lopputulokseen. Näillä ohjeilla isosta materiaalista alkoikin muodostua mielekäs kokonaisuus.

Temaattista sisällönanalyysia voidaan pitää fenomenologis-hermeneuttiseen perinteeseen kuuluvana (Tuomi & Sarajärvi 2018, 115). Tässä mallissa aineistosta nostetaan esiin se, mikä on tutkimuskysymysten näkökulmasta oleellista, ja kokonaisuudet nähdään, kun aineistoon perehdytään huolellisesti, kriittisesti ja kyseenalaistavasti. Eskolan ja Suorannan (1998, 147) mukaan fenomenologisessa menetelmässä pyritään näkemään ilmiö mahdollisimman pelkistettynä, ja tutkija voi edetä yksittäisen ilmiön oivaltavasta havainnoinnista eri tutkimusvaiheiden kautta tilanteeseen, jossa on mahdollista nähdä ilmiöön liittyviä syvempiä merkityksiä.

Laadullisessa tutkimuksessa tutkijan tulisi yllätyä tuloksistaan, ilman ennakkoon lukkoon lyötyä hypoteesia. Aineiston tehtävä on vauhdittaa tutkijan ajattelua (Eskola & Suoranta, 1998, 19-20). Aineiston tarkoitus on auttaa löytämään uusia näkökulmia.

## 5.6 Tutkijan oma rooli

Eskolan ja Suorannan (1998) mukaan on tärkeää, että tutkija yrittää tunnistaa omat lähtökohtansa suhteessa tutkimukseen. Omia arvoja tai asenteita ei pitäisi sotkea tutkimuskohteeseen. Työni kannalta keskeinen eettinen kysymys on se, että olen kaksoisroolissa: työskentelen sekä Helsingin Sanomien toimittajana, Mustan laatikon tuotantoryhmän jäsenenä että livejournalismin tutkijana. Olen myös haastateltavien kollega ja tunnen heidät pitkältä ajalta. Yritin ottaa tämän huomioon työn eri vaiheissa: en itse haastatellut sellaisia esiintyjä, joiden tekstejä olin ollut työstämässä ja editoimassa Mustaan laatikkoon. En myöskään ottanut haastateltaviksi sellaisia esiintyjä, jotka koin tuntevani liian läheisesti.

Anu Puusa ja Pauli Juuti (2020, 143) huomauttavat, että tutkija on laadullisessa tutkimuksessa aina vaikuttamassa aineiston hankintaan ja analysointiin. Hänen taustansa ja aiempi ymmärryksensä muokkaavat lähtöasetelmia. Ei siis ole syytä pyrkiä täysin neutraaliin tai arvovapaaseen tutkimukseen, eikä se siis ole mahdollistakaan, mutta oma rooli ja sen vaikutus pitäisi tunnistaa.

## 6 TULOKSET

Puolistrukturoiduissa teemahaastatteluissa tarkasteltiin livejournalistien suhdetta yleisöön sekä livejournalistien suhdetta toimittajantyön perinteisiin ideaaleihin. Näistä kysymyksenasetteluista rakentuivat myös tulosten pääteemat.

Temaattisen analyysin perusteella haastatteluvastaukset jakautuivat edelleen kuuteen alateemaan. Nämä alateemat ovat:

- 1) Journalismin uskonpalautus
- 2) Yleisön ja toimittajien suoran kohtaamisen hyödyt
- 3) Nöyryys yleisön edessä
- 4) Livejournalistin suhde tarinallisuuteen ja faktoihin
- 5) Livejournalistin suhde tunteiden käyttöön
- 6) Livejournalistin suhde subjektiivisuuteen ja objektiivisuuteen

Olen tiivistänyt pää- ja alateemat kahteen taulukkoon, jotka ovat nähtävissä sivulla 37 (Taulukko 1) ja sivulla 51 (Taulukko 2). Tässä luvussa käyn teemat ja tulokset läpi tarkemmin.

TAULUKKO 1 Kuinka livejournalistit kokivat suhteen yleisöön?

| <b>Pääteema 1: Livejournalistin yleisösuhte</b>                              |  |   |  |
|--|--|---|--|
| Avainkäsitteet: laatujournalismi, palaute, luottamus, läpinäkyvyys, nöyryys. |  |   |  |
| <b>Alateema 1</b>  | <b>Avainkäsitteet</b>  | <b>Esimerkkisitaatti</b>  | <b>Tulkinta tai vastaus tutkimusongelmaan</b>  |
| Journalismin uskonpalautus   | Esiintyjän uudenlainen innostus journalismiin. Yleisön halu ja alttius kuunnella sekä oppia. Journalistisen laadun arvostaminen. | ”Mulle ainakin tuli uskonpalautus tähän duuniin, joka on aina välillä koetuksella. Se vahvisti mun uskoa siihen että tää on tärkeätä duunia, että siellä on oikea yleisö joka arvostaa sitä.” | Poikkeuksellisen voimakkaan yleisösuhteensa ansiosta livejournalismi voi vahvistaa sekä tekijöiden että yleisön uskoa journalismin merkitykseen.   |
| <b>Alateema 2</b>  | <b>Avainkäsitteet</b>  | <b>Esimerkkisitaatti</b>  | <b>Tulkinta tai vastaus tutkimusongelmaan</b>  |
| Yleisön ja toimittajien suoran kohtaamisen hyödyt.                           | Yleisöpalaute. Fyysisen tilan jakaminen. Luottamus. Läpinäkyvyys. Vuorovaikutus. Laatujournalismin puolustus.                    | ”Se muutti mun käsityksen sillä tavalla positiivisemmaks, et mä huomaan, että meiän lukijoissa tai yleisössä suuri osa on ihmisiä, jotka suhtautuu meihin positiivisesti.”                    | Yleisön ja livejournalistien suorat kohtaamiset voivat lisätä journalismin läpinäkyvyyttä, vähentää vihaisen palautteen määrää, lisätä yleisön ja journalistien välistä ymmärrystä ja luottamusta sekä inhimillistä kasvatonta HS-instituutiota. |
| <b>Alateema 3</b>  | <b>Avainkäsitteet</b>  | <b>Esimerkkisitaatti</b>  | <b>Tulkinta tai vastaus tutkimusongelmaan</b>  |
| Nöyryys yleisön edessä   | Kilpailu yleisön ajankäytöstä. Journalismin kiinnostavuus, ajankohtaisuus, ymmärrettävyys, merkityksellisyys.                    | ”Sun pitää tehdä itses tarpeelliseksi sille yleisölle.”<br><br>”Meidän täytyy voittaa ne ihmiset ja niiden kiinnostus.”   | Livejournalismin tekeminen voi auttaa ymmärtämään, miten tärkeää on, että journalismi löytää yleisönsä ja vangitsee yleisön huomion. Livejournalismin hallitseminen herättää ajattelemaan verkkokerronnan koko potentiaalin hyödyntämistä.       |

## 6.1 Livejournalistin suhde yleisöön

Livejournalistit kuvailivat esiintymistä Mustassa laatikossa yllättäväksi, opettavaiseksi ja innostavaksi kokemukseksi, vähän kuin onnekkaaksi bonukseksi, joka omalle journalistin uralle oli sattunut osumaan. Moni kertoi avoimesti, että Mustan laatikon työprosessi oli ollut vaikea ja raskaskin. Kokonaan uudenlaisen journalistisen muodon haltuunotto oli vienyt paljon aikaa ja sen eteen oli tehty paljon työtä. Tietoisuus siitä, että yleisö olisi fyysisesti läsnä samassa tilassa, asetti esiintyjille tuntevia ja uudenlaisia paineita. Siksi omaa puhe-esitystä oli pohdittu paljon tavallista juttuaihetta tarkemmin.

Sisällön pohtiminen tuntui palauttaneen kokeneetkin journalistit tietyllä tapaa ammattinsa juurille ja peruskysymysten äärelle. Tekoprosessissa oli jouduttu kriittisesti miettimään monia sellaisia kysymyksiä, jotka arkisessa työssä saattavat jäädä kiireen jalkoihin: aihevalintaa, aiheen tärkeyttä, aiheen mielenkiintoisuutta ja ymmärrettävyyttä sekä oikeaa kerronnan ja esittämisen tapaa.

Haastateltavien aiemmat kokemukset esiintymisestä ja julkisesta puhumisesta vaihtelivat suuresti. Jotkut olivat puhuneet yliopistoilla tai kouluissa, kirjoittaneet kirjoja ja olleet itse haastateltavina lehdissä tai televisiossa. Toiset taas eivät olleet juurikaan esiintyneet julkisesti. Omasta esiintymisrutiinista riippumatta livejournalismia pidettiin ainutkertaisena kokemuksena. Suhde elävään teatteriyleisöön oli sellainen, ettei sille löytynyt vertailukohtia omalta uralta tai toisista journalismin muodoista. Aiemmasta esiintymiskokemuksesta ei livejournalismissa ollut juurikaan hyötyä – päinvastoin vääränlaisista ennakkoluuloista ja ”kyllä mä tämän osaan” -asenteesta katsottiin olleen jopa haittaa.

”Palkkiona” live-esityksen eteen tehdystä työstä oli yleisön odotettua innostuneempi vastaanotto ja sitä kautta henkilökohtainen onnistumisen kokemus, josta pystyi ammentamaan virtaa ja oivalluksia myös arjen työhön. Haastateltavien mieleen oli jäänyt erityisesti yleisöstä välittynyt poikkeuksellinen lämpö, oli se sitten reaktioita esityksen aikana tai palautetta esityksen jälkeen. Yksi haastateltava kuvaili vuorovaikutusta elävän yleisön kanssa hyvin konkreettisesti:

”Se teki siitä yleisösuhteesta ihan poikkeuksellisen intensiivisen. Sä kuulet, kuinka yleisö hiljenee täysin. Tai kuulet, kuinka joku itkee. On se aika erityinen, ei semmosta koe oikein missään muualla. [...] Yleensä kun kirjoitat, niin saat palautteen sähköpostilla tai tulee joku puhelu. Mutta siinä lavalla saat sen ihan välittömänä semmosena ihmeellisenä aistimuksena, voimana, kuulokuvana. Semmosena tunteen jakamisena. Se on ihan valtavan suuri kokemus.” H1

Haastatteluissa kuvailtiin, miten yleisön kanssa tuntui syntyneen aivan erityinen luottamussuhde, ja esiintyjä saattoi kokea, että yleisö todella halusi keskittyä ja kuunnella esityksiä. Joillekin taas yleisön tunnelmat jäivät oman esityksen aikana

täydelliseksi kysymysmerkiksi: etenkin ensi-iltana esiintyminen oli ollut kuin ”puhumista pimeyteen”, mikä oli koetellut livejournalistien itseluottamusta. Näissäkin tapauksissa luottamussuhde yleisön kanssa oli saattanut vahvistua palautteen ja yleisökohtaamisten myötä esitysten jälkeen, ja seuraavilla esiintymiskerroilla yleisön hyvää vastaanottoa oli osattu jo ennakoida.

Haastattelurungossa ei kysytty esiintyjien mahdollisista ennakkoluuloista livejournalismia kohtaan, mutta useampikin haastateltava toi ennakkoluulonsa esiin oma-aloitteisesti. Ennakkoluulojen syyt vaihtelivat. Jotkut olivat ajatelleet, ettei esiintyminen soveltuisi heille, tai sitten Mustaa laatikkoa kohtaan ei vain tunnettu kiinnostusta.

”Mä olin ensinnäkin ajatellut, että mä en mihinkään Mustaan laatikkoon mee, että mä en niinku tarvi tota. [...] Vaikka sanoin tossa paljon positiivisia asioita, niin pari esitystä [videolta] nähneenä ajattelin, että ymmärrän hehkutuksen, kun ihmiset panee Twitteriin ja Facebookiin, että ’täällä sitä ollaan Kansiksen lämpiössä ja jännittää’ ja näin. Mutta mulla oli olo, että mulla ei oo mitään halua tehdä sitä.” H3

Eräs haastateltava liitti negatiiviset ennakkoluulonsa yleisempiin kokemuksiin media-alan murroksesta. Vähän ennen Mustan laatikon ensimmäistä esitystä HS:n toimitus oli käynyt läpi kahdet vaikeat yt-neuvottelut, ja talossa oli tehty monenlaisia uudistuksia, joista osa oli koettu epäonnistuneiksi. Tästä syystä haastateltava piti myös livejournalismia ennakkoon jonkinlaisena epäilyttävänä ”tempuna”.

”[...] kun alun perin mä täst kuulin täst hankkeesta [...] ni mä suhtauduin siihen todella skeptisesti [...] Ehkä siinä oli vielä sitäkin, että sillon elettiin tosi huonoja vuosia journalismin tai sanotaan mediayhtiöiden talouden kannalta, ja musta tuntu, että sinä aikana tehtiin kaikennäköisiä temppuja jolla yritettiin jotenkin pelastaa sitä hommaa, ja mä jotenkin siinä kontekstissa ajattelin, että tää on nyt taas yks tämmönen temppu, jolla yritetään pelastaa tämä tuhon partaalla oleva ala, ja mä en jotenki uskonu siihen ollenkaan. [...] ja varsinkaan mä en uskonu siihen, että yleisö voisi millään tavalla olla kiinnostunut tästä. Ajattelin että [...] jos mä en olis toimittaja vaan olisin tavallinen lukija niin mua ei todellakaan kiinnostais tää.” H8

Kommentissa on helppo nähdä yhtymäkohtia paitsi media-alan viime vuosien apeaan tunnelmaan, myös shiny new things -syndroomaan, jossa digimurros laittaa toimitukset säntäilemään erilaisten uudistusten perään, ja journalismin syvin olemus tuntuu unohtuvan (Harju ym., 2017; Küng, 2008; Küng, 2017).

Yleistä haastatteluissa kuitenkin oli, että jos ennakkoluuloja olikin ollut, ne olivat sulaneet oman esiintymiskokemuksen myötä. Konsepti oli toiminut paremmin – voimakkaammin ja luontevammin – kuin livejournalistit olivat ajatelleet.

”[...] kun mä menin ekalla kerralla kattoo sitä niin mä yllätyin siitä että se toimii. Koska mulla oli vähän epäilyksiä [että] kuulostaa huonolta idealta. Mä istuin siellä parvella etukenossa koko illan silleen suu pyöreenä ja silmä ja kuuntelin niitä juttuja että täähän on ihan mahtavaa että tää toimii todella hyvin.” H7

Haastatteluissa pidettiin tärkeänä, että Mustan laatikon tuotantoprosessi on täysin journalistinen. Se ei ole kaupallinen hanke tai HS:n brändinrakennusprojekti, vaan rivitoimittajien ideoima kokeilu, jota tehdään puhtaasti journalismi edellä.

### 6.1.1 Journalismin uskonpalautus

Yleisösuhteen ensimmäinen alateema on Mustan laatikon myötä vahvistunut luottamus journalismin merkityksellisyyteen. Haastateltaville oli ollut helpottavaa kokea, että yleisö, joka on media-alan kriisissä jo luultu kadonneeksi, onkin edelleen kiinnostunut journalismista.

”Sellainen havahtuminen, että se yleisö on vielä olemassa. Me ei olla menetetty sitä. [...] Mulle ainakin tuli uskonpalautus tähän duuniin, joka on aina välillä koetuksella. Se vahvisti mun uskoa siihen, että tää on tärkeätä duunia, että siellä on oikea yleisö joka arvostaa sitä.” H3

Livejournalismia seuraava yleisö vaikutti myös olevan aktiivista ja yhteiskunnallisesti valpasta, eikä se kaihtanut vaikeitakaan aiheita vaan tuntui jopa janoavan niitä.

”[...] pitkään on puhuttu siitä että, ikään ku medialla menee koko ajan mukamas huonommin ja ihmiset on vähemmän kiinnostuneita ja ne ei lue ja kuuntele ja katsele. Ja sitte tuol Mustassa Laatikossa käytännössä konkreettisesti näkee, et kyllä ne ihmiset on kiinnostuneita ja ne halua kuulla ja ne halua kuulla myös pitkistä ja vaikeista ja monimutkasista aiheista eikä pelkästään jotain vähän semmost kepeetä ja hauskaa. Ja sitte se mikä on ollu myös ihanaa et siel on usein nuoriaki ihmisiä, ja että nekään ei halua, että heille tehään jotain ekstra nuorisojuttua, vaan ne halua kuulla oikeista asioista niin ku muutki.” H5

Eräs esiintyjä oli valinnut puheeseensa tarkoituksella mahdollisimman vaikean aiheen, jonka vähäisen kiinnostavuuden kanssa hän oli arkisessa työssään kipuillut vuosia. Hän kuvaili valintaansa ”gonzo-kokeiluksi”: mennään puhumaan jostakin sellaisesta, mikä ei lähtökohtaisesti missään tapauksessa voisi kiinnostaa ihmisiä. Vastaanotto elävän yleisön edessä olikin positiivinen yllätys:

”Mä olen monesti miettinyt, että lukeeko niitä mun juttuja kukaan, että haloo, is there anybody out there [...]? Niin yhtäkkiä jengi on ihan hulluna tähän mun aihepiiriin, josta mä luulin, ettei se kiinnosta ketään. [...] Se oli todella palkitsevaa. Oli mahtavaa nähdä, että jotkut oli liikuttuneita. Siellä oli ihmisiä, jotka on omistaneet tälle mun aihepiirille koko elämänsä, tai suuren osan elämästään, ja niillä on ollu sama tunne, että kukaan ei tätä ymmärrä, kukaan ei tätä arvosta, kukaan ei tätä hahmota. Ja sitten joku tulee lavalle ja sanoo, että vittu tää on tärkeätä, tää on hienoo, niinku oikeesti. Se oli niinku todella yllättävää.” H3

Sama ajatus nousi esiin myös hieman yksinkertaisemmin ilmaistuna: oli lohdullista, ettei journalismin myymiseksi tarvita sirkustemppeja, vaan journalismin kova ydin itsessään kantaa ja kiinnostaa:

”Ja mikä parasta, niin yleisö arvostaa laatua. Yleisö arvostaa sitä työtä, mikä niiden eteen tehdään ja niiden hyväksi.” H1

”[...] edelleen on kyse faktoista ja taustojen selvittämisestä ja kiinnostavasta tavasta kertoo joku asia. Ja Musta Laatikko ehkä vaan konkretisoi sitä, että ne semmoset hyvin tehdyt perustyöt siel jutun takana, ni ne kantaa kyllä. Ne kantaa sekä kirjoitetussa tekstissä et sit ne kantaa siellä Kansiksen lavalla.” H5

”Uskonpalautuksen” ajatukseen kuuluu, että esiintyminen elävän yleisön edessä sai ajattelemaan uudella tavalla myös arkista työtä: suuren lehden voimaa ja toisaalta suurta vastuuta, mikä lukijamäärän myötä tulee. Eräs haastateltava arvioi, että hänen luetuimmilla jutuillaan on ollut verkossa satojatuhansia lukijoita, mutta hänestä tuntui, että lukijamäärä jäi tilastoja katsomalla aina hyvin abstraktiksi. Livetilanteessa se konkretisoitui uudella tavalla.

”Se on ihan vavahduttavaa nähdä, että miten mahtava joukko ihmisiä on 700 ihmistä. Tai Turussa ja Tampereella ehkä 500 ihmistä. [...] Ja sitten jos rupee laskukoneesta kattomaan, että hetkinen, montako [kertaa] 500 ihmistä tarvitaan siihen, että on tuhat ja sit 100 000. Niin se onkin valtava määrä. [...] Se jotenkin konkretisoi itsellekin sen, miten valtava se meidän yleisö on. Se tuo sen työn tärkeyden, sen päivätyön, printtityön, se jotenkin konkretisoi mulle, että wau! Siellä on oikeita ihmisiä, jotka lukee näitä mun juttuja ja saattaa nauraa tai liikuttua tai tulla informoiduksi näistä mun jutuista, joita mä kirjoitan vähän niin kuin tyhjään paikkaan perustyössäni.” H3

Journalistien brändäämisestä tai bränditoimittajista on 2000-luvun mittaan puhuttu alan sisällä paljon, ja aiheesta on kirjoitettu jonkin myös suomalaisesta näkökulmasta (katso esim. Saarikoski, 2012). Vaikka esiintyminen teatterin lavalla koettiin haastatteluissa hyvin henkilökohtaiseksi teoksi, ei kukaan haastateltavista ajatellut livejournalismia henkilökohtaisena brändiprojektina. Päinvastoin pidettiin hyvänä ja tärkeänä, että lavalla on vaihtuva, erilainen joukko esiintyjiä, ja että livejournalismin ovet ovat auki kaikille hesarilaisille.

Yksi haastateltava arveli, että hyviä puheita luultavasti tulisi juuri sellaisilta esiintyjiltä, jotka eivät oma-aloitteisesti edes uskaltautuisi lavalle, vaan joita pitäisi houkutella ja suostutella. Eräs vastaaja näki brändijournalismin myös jotenkin ei-toivottuna kehityssuuntana.

”Mä en halua että journalismi henkilöityy [...] semmonenkin kausi on ollut, että meidän kaikkien toimittajien pitäisi nyt rakentaa henkilöbrändiä ja markkinoida itseään. Ei pidä, ja se ei tee journalismista parempaa eikä mielenkiintoisempaa. Mä toivon, että se kehittyy siihen suuntaan, että kysymyksenasettelut on parempia, jutut on kirkkaampia, ja että niissä on läpinäkyvämmän kerrottu että mitä ollaan tekemässä ja miksi kysymme tätä kysymystä.” H7



Haastattelurungossa käytetty käsite ”yleisösuhte” oli toimittajille toki tuttu käsite, mutta samalla se oli melko laaja ja epämääräinen. Se ymmärrettiin monin eri tavoin, mikä tuotti jonkin verran hapuilevia, mutta enimmäkseen kirjavia ja mielenkiintoisia vastauksia.

Yksi haastateltava huomautti, että ison lehden toimittajat työskentelevät hyvin erilaisissa rooleissa. Kaikille toimittajille ja kaikille tehtävänkuville ei ole erityisen tarpeellistakaan miettiä yleisösuhteen tapaista asiaa arkisessa työssä. Toiset tehtävät, kuten kirjeenvaihtajuus, taas koettiin luontevaksi erikoisasemaksi, jossa kannattaakin miettiä oman tekemisen ja yleisön suhdetta tarkasti.

”[...] yleisö on mielellään yhteydessä ja muodostaa tämmösen ihan erityisen suhteen tähän kirjeenvaihtajaan, ja siinä se on tosi tärkeä se, että sä olet yleisön kanssa kommunikoiit, ja yleisö pystyy kommunikoimaan ja sit ne rupee ikään ku seuraamaan sua ku ne tietää että sä oot tietyn alueen asiantuntija, ja siinä se yleisösuhteen muodostaminen ja tiivis muodostaminen on tärkeätä. Mut välttämättä kaikille toimittajille se ei ole tai kaikissa asemassa oleville toimittajille se ei ehkä ole niin tärkeä.” H8

### 6.1.2 Suoran yleisökontaktin monet hyödyt

Yleisösuhteen toinen alateema muodostuu joukosta yhdenmukaisia havaintoja, joilla livejournalistit kuvailivat vuorovaikutustaan yleisön kanssa esitysten aikana ja niiden jälkeen. Nämä havainnot käsittelivät palautetta, luottamuksen ja ymmärryksen ilmapiiriä, läpinäkyvyyttä, kynnystä ottaa yhteyttä toimittajiin sekä sitä, millaiset mahdollisuudet livejournalismilla on toimia laatujournalismin puolestapuhujana.

Toimittajan ja yleisön fyysisen kohtaamisen merkitys nousi esiin monien livejournalistien vastauksissa. Asetelmaa pidettiin toimittajien kannalta poikkeuksellisen otollisena, sillä livejournalismia kuluttaakseen katsojat näkevät tavallista enemmän vaivaa: hankkivat lipun, varaavat kalenteristaan ajan ja tulevat paikalle pitkänkin matkan päästä.

Eräs vastaaja sanoi ajatelleensa, että yleisö teatteritilassa oli samalla tavalla altista kuulemaan ja viihtymään kuin yleisöt teatteriesityksessä tai konserteissa. Toinen vastaaja koki yleisön olleen ”niin ylivirittynyttä, että ne odottavat jotakin vitsiä niin ne alkavat suunnilleen nauraa mille vaan”. Tämän koettiin olevan juuri suoran kohtaamisen ansiota.

”Jotakin siinä tapahtuu sellasta ainutlaatusta, joka mun käsityksen mukaan on vaan mahdollista livetilanteessa, silloin ku ihmiset on fyysisesti samassa tilassa [...] ja yleisö on keskittynyt sitä esiintyjää kuuntelemaan. [...] jos kaikki onnistuu, ni tavallaan se yleisöhän on täysin sen esiintyjän hyppeissä. Siis tavallaan täysin sen ohjattavissa, vaikka toki ja se on hyvässä ja pahassa niin, että sä voit tehdä tosi ison vaikutuksen tai sit sä voit myöskin mokata todella pahalla tavalla jos sä et osaa sitä juttuasi.” H8

Vastaavia havaintoja on tehty ulkomaisissa livejournalismituotannoissa. Pop-Up Magazinen perustajan Douglas McGrayn mukaan yksi livejournalismin vahvuuksista on juuri siinä, että esiintyjät ja yleisö keskittyvät yhdessä tarinan äärelle ilman häiriöitä (Chanatry, 2016). Myös brittilehti Financial Times on myös kokeillut livejournalismin esittämistä yleisölleen. Lehden yleisösuhteesta vastaava johtaja Renée Kaplan on arvioinut, että yleisö kokee jopa helpotuksen ja kiitollisuuden tunteita, kun he pääsevät irti digitaalisesta viestitulvasta mutta voivat silti kuluttaa laadukasta journalismia (Patterson, 2019). Kaplanin mukaan suora kontakti yleisön ja esiintyjän välillä tekee livejournalismista myös mieleenpainuvamman tavan kuluttaa journalismia kuin esimerkiksi lukeminen.

Haastatteluvastauksissa jotkut esiintyjät tekivät selvän eron live-esityksen ja siitä tehdyn taltioinnin välille. Musta laatikko -tuotannoissa jokaisen tuotantokauden viimeinen esitys on lähetetty striimattuna live-esityksenä HS.fi-verkkosivustolla, ja esitykset ovat olleet myös jälkikäteen katsottavissa HS:n verkkosivuilla. Tässä suhteessa Musta laatikko eroaa monista kansainvälisistä livejournalismituotannoista, joissa ei tehdä minkäänlaista taltiointia. Haastatteluissa jotkut livejournalistit epäilivät videoitujen esitysten tehoa. Heidän mielestään livejournalismin teho oli juuri yleisön suorassa kohtaamisessa.

Yleisöltä saatu palaute oli jäänyt monien haastateltavien mieleen hyvin voimakkaana kokemuksena. He kuvailivat palautetta poikkeuksellisen lämpimäksi, innostuneeksi, välittömäksi ja kannustavaksi. Palaute ei ehkä aina ollut kovin analyttistä tai kriittistä, mutta kylläkin hyvin vilpittöntä, keskustelevaa, aidon kuuloista ja siksi uskottavaa. Etenkin tunteisiin vetoavat esitykset olivat poikineet hyvinkin erikoista palautetta. Eräs esiintyjä, jonka aihe oli ollut henkilökohtainen ja liikuttava, kuvaili saamaansa yleisöpalautetta näin:

*"Monet ihmiset tulee esityksen jälkeen lämpiössä halaamaan ja kertomaan omista kokemuksistaan. Ja se on varmaan ideakin, että mä haluan antaa samaistumis pintaa ja sitä tunnetta, että minäkin olen kokenut tämän." H1*

Vastaavia kokemuksia oli myös esiintyjällä, jonka puhe oli ollut poikkeavan hauska.

*"Ja sitte on tullu semmosia ihan liikuttaviakin, että yks katsoja jätti semmosen lappusen joka on mulla jossain tallessakin, mutta siinä oli, että teet todella tärkeää työtä ja kiitos, hän oli liikuttunut ja näin." H6*

Esiintyjien saamissa palautteissa oli suuria yksilöllisiä eroja. Eräs esiintyjä oli saanut palautetta hyvin runsaasti jo teatterilla, minkä lisäksi hänet oli pariin otteeseen tunnustutettu kaupungilla, missä tuntemattomat ihmiset olivat tulleet juttelemaan

hänelle. Tällainen palaute oli ensimmäinen journalistisella uralla. Toinen esiintyjä taas koki, ettei yleisön antama palaute ollut erityisen merkittävää.

”Jos siel nyt kaks yleisön edustajaa tulee sanomaan jotai ni ei se loppujen lopuks siihen hirveesti tuo lisää siihen normaaliin.” H2

Erilaiset palautekokemukset voivat selittyä monilla syillä. Jotkin Mustan laatikon puheista saattavat olla hyvin henkilökohtaisia ja koskettavia, minkä vuoksi ne synnyttävät yleisössä suuren halun lähestyä toimittajaa ja sanoa jotakin. Toiset puheenvuorot taas ovat uutismaisen asiallisia, jolloin tällaista tunnetta ei välttämättä synny.

Yleisöpalautteella oli huomattavasti syvempiäkin merkityksiä kuin pelkkä kannustus ja kehuminen. Moni haastateltava toi esiin poikkeukselliselta tuntuneen luottamuksen ilmapiiriin, joka livejournalismin myötä yleisön kanssa syntyi. Siinä missä yleisö normaalisti on ”valmis kivittämään”, ja palaute jutuista saattaa olla hyvinkin aggressiivista, loukkaavaa tai pahimmillaan jopa ulkonäköön ja henkilöön käyvää, livejournalismissa yleisö tuntui poikkeuksetta suhtautuvan sisältöihin avoimin mielin ja keskustellen.

Yksi haastateltava vertasi Mustan laatikon yleisökohtaamisia saksalaisen Die Zeit -lehden vetämiin Deutschland Spricht -keskustelutapahtumiin<sup>22</sup>. Vastaavaa konseptia on Suomessa järjestänyt Helsingin Sanomat nimellä Suomi puhuu<sup>23</sup>. Näissä tapahtumissa lehdet ovat saattaneet yhteen eri tavalla ajattelevia ihmisiä poliittisen kartan ääri-laidoilta, jotta ihmiset voisivat tavata ja keskustella kasvokkain. Ajatus on, että kasvokkain ihmiset toimivat rakentavammin kuin vaikkapa väitellessään jostakin aiheesta sosiaalisessa mediassa.

Erään haastateltavan Musta laatikko -esitys oli käsitellyt arkaluontoista terveysaihetta, joka toimittajan oman arvion mukaan saattaisi tyypillisesti saada ihmiset ärsyyntymään ja lähettämään kiukkuista palautetta. Hän oli ollut tyytyväinen siihen, että oli puhe-esityksessä onnistunut esittämään vaikean aiheensa eri näkökulmat niin pohdiskelevasti ja tasapainoisesti, ettei se tuntunut kuulijoista mitätöinniltä.

”Se yleisön suhtautuminen niihin kirjoitettuihin juttuihin on ihan toinen kuin siellä teatterissa. Mä en tiedä onko ne jutut jotenkin parempia, mutta kun ne kohtaamiset on kasvokkain [...] sekä kertominen että palaute. Se on paljon tunnustelempaa, enempi sellasta ihmiseltä ihmiselle. Kun jengi lukee jonkun jutun, sitte niillä on omat silmälasit päässä ja näkee siinä jonkun mikä ärsyttää niin siinähan tulee kaikenlaista sähköpostilla ja

---

<sup>22</sup> <https://www.zeit.de/gesellschaft/2019-08/deutschland-spricht-2019-diskussion-anmeldung>

<sup>23</sup> <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000006005520.html>

muuten. Musta tuntuu, että tuolla ei synny sellaisia ärsyyntymisiä ja se porukka joka tulee kattoo on valmiiksi myötämielisiä ja onhan ne jutut tietysti hiottuja.” H7

Ajatus on huomionarvoinen, kun ottaa huomioon median kaksi suurta haastetta 2020-luvulla: kamppailun valeuutisia vastaan sekä yleisön laskevan luottamuksen journalismia kohtaan. Kummallekaan ilmiölle ei toistaiseksi näy loppua, ja poliittisen ilmapiirin yleinen polarisoituminen tuntuu vain vahvistavan kehitystä (Newman ym., 2017; Newman ym., 2020).

Tämä pitkä ja hankala kamppailu luottamuksen saavuttamiseksi nousi eri tavoin esiin useamminkin haastatteluissa. Vastaajat kokivat, että suorissa yleisökontakteissa laatujournalismilla on ikään kuin vastaiskun paikka valeuutisia vastaan: kasvottomien nimimerkkien sijaan livejournalistit tekevät työtään omalla nimellään ja omilla kasvoillaan, täysin läpinäkyvästi julkisessa tilassa. Sitä pidettiin pystypäisenä laatujournalismin puolustamisena ja rehellisenä kädenojennuksena yleisölle. Yleisö myös tuntui reagoivan suotuisasti, ja kohtaamiset olivat saaneet ajattelemaan yleisöstä positiivisemmin kuin aikaisemmin.

”[...] sosiaalisen median tai tiettyjen äänekkäiden hahmojen kautta on tullu semmonen käsitys, että meitä vihataan, et me ollaan pahnanpohjimmaisii [...] tavallaan se toi semmosen positiivisen käsityksen et hei noi ihmiset oikeasti haluaa kuunnella näitä juttuja ja ne ei pidä meitä täysin mätämunina, et ne antaa meille mahdollisuuden. [...] sillein se muutti mun käsityksen siitä et on paljon ihmisiä jotka suhtautuu positiivisesti ja vastaanottavaisesti meihin ja tavallaan et se ennakoasenne voi ollakin positiivinen.” H8

Tämä jätti kuitenkin edelleen portin auki kriittiselle suhtautumiselle journalismiin.

”Se et ne kritisoi aiheesta joitakin meidän juttuja sun muita niin se on tietysti täysin normaalia ja hyvä että kritisoivatkin mutta se perusasenne voikin olla tosi myönteinen.” H8

Livejournalismi nähtiin myös keinona tuoda yleisöä ja journalisteja luontevalla tavalla lähemmäs toisiaan. Useampikin haastateltava piti tyypillisenä, että lukijoilla on edelleen turhan vaikeaa lähestyä Helsingin Sanomien toimittajia. Eräs haastateltava sanoi kuulleensa vuosien mittaan lukijoilta kommentteja, joiden mukaan toimittajia saatettiin pitää ”yli-ihmisinä” tai ”ei-tavallisina tyyppeinä”, joita ei voinut lähestyä. Haastateltavat arvelivat, että HS näyttäytyy yhä lukijoille kasvottomana organisaationa, ja livejournalismi voi toimia kuin jonkinlaisena yleisösuhteen voiteena. Hyvät suorat kohtaamiset saattaisivat saada ihmiset ottamaan HS:n toimittajaan yhteyttä ja esimerkiksi tarjoamaan juttuideaa.

”[...] jotenki se kynnyksen madaltaminen ja kontakti yleisöön on semmonen, mikä mulla nousee siinä ykköseksi. Joka on erityisesti esimerkiks just Hesarilla tärkeä, ihan vaan siksi,

että ollaan iso toimitus, ja iso instituutio, niin silloin ihmisten kynnys ottaa yhteyttä on varmaa aika korkea. Ja tää on yks tapa madaltaa sitä.” H5

Samalla tavalla ajatteli myös Mustaan laatikkoon kenties vähemmän innostuneesti suhtautunut haastateltava:

”Mä en aattele et se nyt tavallaan journalismina [on] hienointa mitä me tehdään, mut et se on tosi arvokasta just sen yleisösuhteen luomisessa ja semmosessa kontaktin otossa.” H2

Kynnyksen madaltumistakin voi pitää tärkeänä huomiona, sillä 2000-luvun alusta saakka journalismissa on ollut meneillään kehitys, jossa vastaanottajan eli yleisön merkitys on voimistunut: yleisö jakaa, tuottaa tai kommentoi journalismia yhä voimakkaammin, ja sosiaalisen median voimakas kasvu on kiihdyttänyt tätä käännettä. Perinteisesti journalismilla on kuitenkin ollut vaikeuksia päättää, miten tähän käänteeseen tulisi suhtautua niin että yleisö pysyisi journalististen sisältöjen äärellä mutta journalismi silti säilyttäisi itsenäisyytensä ja perusarvonsa. (Ruotsalainen ja Villi, 2018.)

Haastateltavat kokivat, että livejournalismissa toimittajalla on tietyllä tapaa kaksoisrooli: yhtäältä hän esiintyy asiantuntijana, mutta kuitenkin avoimesti omana itsenään. Lavalla esitetty journalismi voi olla yleisölle hyvin vaikuttava elämys, mutta silti toimittaja voi näyttäytyä hyvin tavallisena, pienenä, hauraana ja jännittyneenäkin, kenties puhumassa kipeistä asioista tai henkilökohtaisista kokemuksista. Sitä, että toimittaja livejournalismissa raottaa kasvotonta toimittajarooliaan, moni esiintyjä piti livejournalismin voimana.

”Mä en tiedä, mitä yleisö vastaa niihin kyselylomakkeisiin [Mustan laatikon yleisötutkimuksiin], mutta voisin kuvitella, että ne haluaa sinne tulla vähän niin kuin oppimaan journalismista, että mitäs se nyt, miten se tapahtuukaan. Tavalliseen lehtijuttuun me kirjoitetaan asioista, ja yleisö haluaa oppia niistä asioista ja tietää niistä. Mutta tuolla ne ehkä haluaa, että ne on lukeneet vuosikaudet lehteä ja noi tyypit on kirjoittaneet niitä juttuja mulle, niin mä haluan vähän tietää siitä tyypistä. Mä haluan jotenkin tietää, miten ne tekee sitä työtään.” H3

”Sitä ne varmaan tulee just kattomaan, enemmän ku [naurahtaa] niitä aiheita, vaikka ne aiheetki on tietysti hyviä, mut että just jotenki se semmonen toimittajan kuoren taakse näkeminen ni se on varmaan ihan arvokasta.” H2

Perinteisesti lukijat pääsevät arvioimaan toimittajan luotettavuutta tai persoonaa vain kirjoitustyylin perusteella tai vaikkapa lehdessä olevan kasvokuvan perusteella. Eräs haastateltava sanoi ajattelevansa, että elävänä esiintyminen on omiaan herättämään luottamusta.

”[...] sä voit arvioida sitä ihmistä eri tavalla kuin tyyppiä, jonka tekstiä sä luet lehdestä tai ääntä kuuntelet televisiosta tai radiosta. Tässä on yksi lisä-layeri, että sä voit kattella sitä. Miten se pukeutuu ja esiintyy, miten sen naama vääntelehtii kun se noita asioita sanoo.

Siinä on sellainen kokonaisvaltaisuus. [...] että ai ton näkönen tyyppi on kirjoittanut juttuja Siperiasta, joita mä olen lukenut monta vuotta. Että tuollainen se on ihmisenä. Ja siinä se kertoo, ne oli sen omia kokemuksia.” H3

Kiinnostavana voi pitää myös havaintoa siitä, kenen välille yleisösuhde livejournalismissa muodostuu: esiintyjien ja yleisön, vai HS:n ja yleisön. Erään vastaajan mukaan kyse on nimenomaan koko HS:n ja lukijoiden välille syntyvästä uudenaikaisesta yleisösuhteesta, ei yhdenkään toimittajan omasta. Hän myös korosti painokkaasti, että livejournalismi voi toimia vain, mikäli sen ydin säilyy journalismissa.

”[...] mun mielestä se ei ole yksittäisten toimittajien, vaan se on nimenomaan Helsingin Sanomien yleisösuhteen hoitamista, rakentamista ja syventämistä. Siinä syntyy sellanen lämmin suhde, tuntuu, että hei, me tavataan. Mä en koe, että se syntyy mun ja ihmisten välille henkilökohtaisesti, vaan sen lehden sen instituution ja paikalle tulleiden ihmisten välille. Että ne lukee sitä lehteä sitten vähän eri tavalla, ja myöskin niitten toimittajien juttuja, jotka ne on nähnyt siellä elävänä. [...] Se ei ole henkilöbrändin luomista vaan sen lehden inhimillistämistä. Sen kosketuspinnan lisäämistä, tuomista paljon lähemmäksi. Mun mielestä se on ihan valtava mainos sille lehdelle sen yleisön edessä joka meillä siellä on. Juuri sen takia että se ei ole mainos, että markkinointi ei oo sekaantunut sinne mitenkään. [...] kukaan brändinrakentaja ei oo päässyt sörhimään sinne vaan se on ihan puhtaasti journalismia ja se tehdään siltä pohjalta [...]” H7

### 6.1.3 Nöyryys yleisön edessä

Yleisösuhte-päätteeman kolmas alateema käsittelee journalistien nöyryyttä yleisön edessä. Nöyryys muodostuu kolmesta havainnosta: ensinnäkin siitä, että livejournalismi vaatii toimiakseen yleisön tarpeiden uudenlaista huomioimista. Toinen havainto on, että livejournalististen ratkaisujen pohtiminen herätti ajattelemaan omia arkisia työtapoja uudella tavalla. Kolmas havainto oli, että haastateltavien mielestä nöyryys suhteessa yleisöön oli ylipäätään merkittävästi lisääntynyt journalismin tekemisessä ja Helsingin Sanomien työkuultuurissa.

Kysymys siitä, ajateltiinko yleisöä livejournalismissa eri tavalla kuin tavallisessa journalismissa, aiheutti joissakin haastateltavissa ensi alkuun huvittuneen reaktion.

”Ehdottomasti. Sitä siis ajateltiin [naurua]. Perinteisessä journalismissa ei välttämättä niin ajatella.” H1

”Tosi paljon enemmän. Et perinteisessä journalismissa on oikeestaan ihan hirveen helppo unohtaa se yleisö [naurahtaa].” H5

Paine siihen, että oma aihe olisi elävän yleisön edessä riittävän painava, tärkeä ja kiinnostava, tuli esiin monissa haastatteluissa. Eräs haastateltava oli perehtynyt esityksiin ensin videoita katselemalla, mutta sanoi ymmärtäneensä vasta Mustan laatikon työprosessin ja harjoitusten myötä, millainen haaste oli edessä ja miten vaativa itse esiintymistilanne olisi. Hänellä oli runsaasti aikaisempaa esiintymiskokemusta, josta ei kuitenkaan ollut livejournalismissa hyötyä.

"[...] sitten kun tajus, että tää ei ollutkaan sellasta, että mä meen vähän kertoon että mä olin tuolla maailmalla vähän ja nyt mä kerron teille tietsä lonkalta vähän jotain juttuja. Mulla ei ollut käsitystä, miten huoleellinen se on. [...] se on valmisteltu, käsikirjoitettu esitys, jota ihmiset tulee katsomaan, ne maksaa siitä pääsylipun. Sen pitää olla hyvä, se ei voi olla mitään paskaa, se ei voi olla mitään turhaa länkätystä, vaan sen pitää olla timanttia, koska ihmiset maksaa helvetti pääsylipusta. Ja se oli kaikki uutta." H3

Yleisön innostunut ja tavallista runsaampi palaute oli saanut miettimään myös omia arkisia työprosesseja uudella tavalla. Eräs haastateltava sanoi, että kun hänen Musta laatikko -esityksensä myöhemmin julkaistiin printtilehdessä ja verkossa tavallisena juttuna, se poiki enemmän palautetta kuin mikään hänen aikaisempi juttunsa Helsingin Sanomissa. Hän arveli sen johtuneen paitsi hyvästä ja koskettavasta aiheesta, myös siitä, että Mustan laatikon tuotantoprosessin jäljiltä teksti oli poikkeuksellisen tarkkaan mietitty, kirjoitettu ja moneen kertaan editoitu. Haastateltava sanoi livejournalismikokemuksen jälkeen miettineensä kirjoittamista hieman uudella tavalla. Hän arveli, että juttujen ääneen puhuminen Mustan laatikon harjoitusten ja esitysten tapaan saattaisi tuottaa myös hyvää printti- ja verkkojournalismia, ja hän oli myös kokeillut juttujen ääneen puhumista tavallisia juttuja kirjoittaessaan. Hän arveli oppineensa Mustassa laatikossa jotakin tarinallisuuden merkityksestä, ja kaipaavansa kyseistä taitoa myös normityössään.

"Kaikkein eniten mä tarvitsen juuri sitä kerronnan taitoa, että miten mä vangitsen näiden ihmisten huomion? Siinä Musta laatikko on just tosi hyvä. Että sä joudut koko ajan miettimään sitä yleisöä. Että sä oot itse tässä valaistulla lavalla ja tuolla pimeydessä on ne kaikki kuulijat. Ja millä sä ansaitset niiden huomion? Niin se on tavallaan sama tilanne, jos sä kirjoitat juttua verkkoon ja sitten ajattelet, että siellä se sitä kännykkänsä räplää, niin tarttuuko se siihen juttuun vai ei? Se ei ole pelkästään otsikko, vaan se on koko sen jutun dramaturgia, mikä niitä lukijoita vetää. Ja siihen Musta laatikko oli todella hyvä koulu ja treeni." H1

"Ehkä se ajatus, että sä oot lavalla, ja se on tuolla jossain pimeydessä ja mun pitää vangita sen huomio, niin se sama ajatus pitää olla juttua kirjoittaessa. Että mikä tässä asiakokonaisuudessa on se, mikä varastaa sen ihmisen huomion?" H1

Hyvin monet haastateltavat kiittelivät sitä, että livejournalismi on ryhmätyötä, joka ikään kuin väkisin tekee jutuista parempia ja hiotumpia. Kun tekstiä ja esiintymistä kommentoidaan moneen kertaan, on esiintyjä lavalle noustessaan miettinyt aihetta jo

hyvin syvällisesti. Haastatteluissa verrattiin Mustan laatikon tuotantoprosessia kokemuksiin Kuukausiliitteestä tai muusta hitaasta journalismista.

”[...] siinä [Mustassa laatikossa] saa parempaa editointia kuin missään koskaan olen suunnilleen saanut [...] Ja se juttu tulee ajateltua. Sehän vie ihan helkkaristi aikaa mutta se on sen ajan ja vaivan väärä koska se tulee ajateltua niin perusteellisesti että siitä tulee parempi kuin normaalista jutusta.” H7

Erään toimittajan mukaan huolellisesti editoitu juttu tuotti myös runsaasti jatkokulmia, mikä antoi tekijälle harvinaisen tunteen, että hän oli saanut aiheestaan ”irti” kaiken siinä piilleen potentiaalin. Toinen haastateltava vertasi livejournalistista työprosessia jopa kirjan kirjoittamiseen: hänestä tuntui, että iso ja ”möykyltä” tuntunut aihe oli saanut perinpohjaisen käsittelyn juuri livejournalistisessa muodossa.

Kenties hieman yllättäen livejournalismin mahdollisuuksia verrattiin myös verkkokerronnan mahdollisuuksiin. Verkkokirjoittamisen ja teatterissa esitettävän livejournalismin erot voivat äkkiseltään vaikuttaa suurilta, mutta niistä löytyi myös yhtäläisyyksiä. Samaan tapaan kuin teatteri, verkkokin mahdollistaa äänen, kuvan, videon ja musiikin täysipainoisen käytön, siis tavallista elämyksellisemmän tarinankerronnan. Tämä sai jotkut haastateltavat miettimään, että verkkokerronnan potentiaalia voisi normityössä käyttää paljon nykyistä enemmän, koska nykyisillään se on vielä ”täysin hyödyntämättä”. Kun videokuvan ja tavallista äänimaisemien käyttö olivat tulleet tutuiksi livejournalismissa, niitä saatettaisiin käyttää työssä myöhemminkin.

”[...] harvoin on päässyt HS-tuotannoissa sellaiseen jälkeen, mitä Yle pystyy saamaan av- ja äänipuolella, mutta tähän panostettiin Mustan laatikon vuoksi sellaisia paukkuja, mitä ei olisi ollut ilman Mustaa laatikkoa. Ja ne videot ja ääninäytteet ja muut oli paljon tasokkaampia kuin meillä yleensä on pystytty. Eli siinä oli tää luksuslisä.” H4

Livejournalismin tekeminen ja sen haasteiden voittaminen oli saattanut herättää ajatuksia laajemminkin omasta osaamisesta. Uusi kokemus oli saanut miettimään urautumisen vaaraa ja sitä, milloin oli viimeksi oppinut jonkin kokonaan uudenlaisen taidon.

”[...] tässä on paljon epämukavuutta tässä Musta laatikko -prosessissa. Oman pienuuden pelkäämistä, siinä joutuu kyseenalaistamaan sen, että hetkinen, mites hyvä mä nyt edes olinkaan tässä, mitä olin kuvitellut itsestäni. Se on tosi hyvä rokotus joillekin tyypeille, joiden ego on kasvanut liian suureksi, joutua tuohon rääkkiin. Ja mullekin oli varmaan tarpeellista omalla tavallaan.”

Moni haastateltava oli ehtinyt uransa aikana nähdä hyvin erilaisia vaiheita journalismin tekemisessä. Haastateltavien mielestä oli selvää, että journalismissa ja



Helsingin Sanomissa yleisön tarpeiden huomioiminen oli koko ajan kehittynyt parempaan suuntaan. Myös nöyryys oli lisääntynyt. Nykyään yleisön tarpeet huomioidaan monin tavoin paremmin kuin menneinä vuosina.

"No siis, se suhde on ylipäätään tärkeempi kuin koskaan koska, meidän pitää ansaita jokaiselle jutulle lukija siinä hetkessä, tai jokaisen jutun pitää löytää lukijansa internetissä omana itsenään eikä, tavallaan vanhoista meriiteistä paljo hyödy." H2

"Et varmasti kaksikyt vuotta sitten Hesarin toimittaja pystyi olemaan aika, tyynenä jossain jalustallaan kertomassa asioista kansalle. Ja nytten siinä mielessä on paljon alttiimpi sitten vaihtoehtoisille lukutavoille ja kritiikille." H6

"Ei voi olla sillä tavalla ylimielinen, että me puhutaan mitä meitä huvittaa ja te varmaan seuraatte meitä. Koska se ei mee enää niin, vaan sun pitää tehdä itses tarpeelliseksi sille yleisölle [...] Mutta se yleisön tiedostaminen on kanssa aika uutta. Sitä on jouduttu opettelemaan. Esimerkiksi Hesari on ottanut aina annettuna, että meillä on yleisö. Mutta nyt vasta sitä on pittedu ottamaan huomioon." H1

Kaikki sijoittivat ajattelun muutoksen 2000-luvulle, ja muutos oli voimistunut, mitä pidemmälle digitaalinen murros oli ehtinyt. Teemahaastattelun kysymyksissä ei suoraan kysytty mielipiteitä siitä, millaista on laadukas journalismi tai mitä mieltä tekijät itse olivat Helsingin Sanomien journalistisesta laadusta. Yhtenäinen käsitys kuitenkin oli, että laatu on vuosikymmenten mittaan noussut.

"Mä sanosin viimesen kymmenen vuoden aikana voimakkaammin, ja mä oon siitä tosi ilonen. [...] mä en pitäny siitä journalismista mitä me tehtiin esimerkiks [...] kaksikyt vuotta sitte. Se oli hämmäselälle kohderyhmälle hämmäsin kriteerein. Nyt se on ihan selkeetä et kelle me tätä tehdään [...]."

"Ja mun mielestä journalismi on mennyt enemmän siihen suuntaan että ei se oo suinkaan huonontunut 80-luvulta vaan parantunut ja yleisö on vaativampaa ja siks on ollut pakkokin parantaa." H7

Nöyryyden ajatuksessa on pohjimmiltaan kyse pelosta, että yleisö menetetään lopullisesti. Laadusta huolimatta yleisö ei välttämättä yksinkertaisesti löydä tietään journalismin pariin tai koe journalismia itselleen merkitykselliseksi. Tässä kamppailussa livejournalismin kaltaisella täysin uudella journalismin muodolla voi olla merkittävä rooli.

"Meillä on voimakas ja legitiimi pelko yleisöjen katoamisesta. Ja nyt on sellainen aika, jossa halutaan kokeilla anything, everything, ihan mitä vaan mikä vois jollakin tavalla tuoda tän asian vielä haluttavaksi [...] Ja jos tää [livejournalismi] millään tavalla auttaa sen kadotetuksi luullun yleisön takaisin saamiseen tai meidän yhteydessä pitämiseen, niin se on tosi tärkeetä." H3

## 6.2 Livejournalistin suhde toimittajantyön ideaaleihin

TAULUKKO 2 Kuinka livejournalistit suhtautuivat livejournalismin tarinallisuuteen, faktapohjaisuuteen, tunteiden käyttöön ja subjektiivisten havaintojen esiintuomiseen

| <b>Pääteema 2: Livejournalistin suhde toimittajan työn ideaaleihin</b>                                 |   |  |  |
|--|---|--|--|
| Asiasanat: tarinallinen journalismi, faktat, subjektiivisuus ja objektiivisuus, tunteet journalismissa |   |  |  |
| <b>Alateema 4</b>  | <b>Avainkäsitteet</b>   | <b>Esimerkkisitaatti</b>   | <b>Tulkinta tai vastaus tutkimusongelmaan</b>  |
| Livejournalistin suhde tarinallisuuteen ja faktoihin   | Faktojen kertominen, kiinnostavuus, tarinankerronta.  | ”Että me saadaan niistä faktoista tarina [...] joka pystytään esittämään niin kiinnostavasti, että yleisö kiinnostuu ja haluaa tietää ja kuulla sen, niin se on sellainen medianmurroksen tuoma oppimisprosessi, jossa Musta laatikko on hyvä, konkreettinen koulu.” | Livejournalismi toimii vain tarinallisessa ja riittävän yksinkertaisessa muodossa. Sen on oltava yhtä faktapohjaista kuin minkä tahansa journalismin.                                    |
| <b>Alateema 5</b>  | <b>Avainkäsitteet</b>   | <b>Esimerkkisitaatti</b>   | <b>Tulkinta tai vastaus tutkimusongelmaan</b>  |
| Livejournalistin suhde tunteiden käyttöön  | Tunteet journalismissa. Läsnäolo. Kiinnostavuus. Tarinankerronta.                             | ”Must ois hassua ajatella, että tunteet pitäis sulkee journalismista pois, ku ei niitä voi sulkee ihmiselämästä pois. [...] mun mielest me annetaan vaillinainen kuva maailmasta, jos me yritetään jättää tunteet huomioimatta.”                                     | Livejournalismissa tunteet tekevät sisältöä ymmärrettäväksi ja samaistuttavaksi, ne lisäävät kokemusta journalismin merkityksellisyydestä. Journalistin on käytettävä tunteita harkiten. |
| <b>Alateema 6</b>  | <b>Avainkäsitteet</b>   | <b>Esimerkkisitaatti</b>   | <b>Tulkinta tai vastaus tutkimusongelmaan</b>  |
| Livejournalistin suhde subjektiivisuuteen ja objektiivisuuteen   | Subjektiivisuus, objektiivisuus, välittävä subjektiivisuus, avoimuus, läpinäkyvyys, läsnäolo. | ”Avoimilla korteilla pelaaminen on musta hyvää subjektiivisuutta. Lukijalla on käsitys, että mulle puhuu tyyppi, joka on rehellisesti, avoimin mielin lähestynyt aihepiiriä ja kertoo mulle sen. Ja mä luotan tähän tyyppiin.”                                       | Subjektiivisuus kuuluu livejournalismiin, se auttaa tekemään asioita ymmärrettäviksi ja läpinäkyviksi. Subjektiivisuutta on käytettävä harkiten ja varoen.                               |

## 6.2.1 Tarinaa vai faktoja – vai sekä että?

Haastateltavat kokivat livejournalismin hyvin erilaiseksi journalismin muodoksi kuin muut työtehtävät, joita he olivat urallaan kokeilleet, oli kyse sitten lehtityöstä, aikakauslehtikirjoittamisesta, verkkojournalismista, televisiosta tai radiosta. Livejournalismin kenties merkittävin haaste tiivistyi siihen, miten puhuttu juttu tehtäisiin niin kiinnostavaksi ja helposti ymmärrettäväksi, että se saisi yleisön huomion silmänräpäyksessä ja pitäisi kuulijat otteessaan.

Haastattelujen perusteella livejournalismi vaatii toimiakseen ennen muuta hyvän ja tarkkaan mietityn tarinan. Hyvällä tarinalla ei ole yhtä määritelmää, vaan haastatteluissa nousi esiin hyvin kirjava joukko erilaisia ja usein rinnakkaisia kriteereitä: kiinnostavuus, ymmärrettävyys, selkeys, yllättävyys, koskettavuus ja yhteiskunnallinen ja inhimillinen merkityksellisyys. Tarinallisuus nostettiin joissakin vastauksissa kaikkein vaikeimmin hallittavaksi livejournalismin elementiksi.

”[...] esiintyminen ei ole se pääongelma, vaan se esityksen muovaaminen sellaiseksi, että se on kiinnostava ja kiva kuunnella, ja siinä on se asia.” H7

”Ensinnäkin se jutun muoto on ehkä vähän erilainen kun [...] kirjoitettu juttu. Se pitää rakentaa semmoseksi kestäväksi tarinaksi, johon ladataan alusta saakka odotusta, niin kuin nyt hyvä tarinankertoja. Että alusta saakka on joku odotus, joku, mikä jää kiinnostamaan, mitä haluaa kuunnella, miten tässä käy? Ja siinä ei saa olla liikaa [...] sellaista faktaa, mikä on vaikea omaksua pelkästään kuulemalla.” H1

Merkittävää oli, että esiintyminen tapahtui nimenomaan elävän yleisön edessä. Se aiheutti normaalia enemmän painetta livejournalistille: onnistumisen halua ja toisaalta voimakasta jännitystä.

”[...] sit Mustassa Laatikossa se on niin konkreettista, ku ne ihmiset istuu siinä ja ne joko tykkää tai ei, ja ne rupee ehkä kaivelemaan käsilaukkua ja ryiskelemään siellä ja muuta jos ei oo tarpeeks kiinnostavaa. Ni totta kai on ajateltava sitä, että miten mä sen asian perille, kuinka kiinnostavaa tää on, onks tää ylipäätään oikeesti kiinnostavaa.” H5

Eräs haastateltava huomautti, että kasvokkaisessa kohtaamisessa on aina mukana myös hieman vaikeasti kuvailtava ja selittämätön elementti, jossa on kyse myös jostakin ”syvemmästä” kuin normaalissa journalismissa.

”[...] me ihmiset ollaan sellasia, et me ollaan kerrottu miljoonia vuosia tarinoita toisillemme, kehitetty puhetaito ja nuotiolla kerrottu tarinoita miljoonat vuodet, että joku tämmönen siellä taustalla sitten on yhä edelleen, että siinä on erityinen voima sillä tarinankerronnalla.” H8

Tämän tutkimuksen haastateltavat edustivat hyvin kirjavasti erilaisia journalismin muotoja. Osa oli keskittynyt enemmän uutistekstiin, osa narratiiviseen journalismiin tai featurejournalismiin, jotkut olivat tehneet molempia. Taustasta riippumatta

livejournalismin tarinalliset vaatimukset ymmärrettiin ja hyväksyttiin, vaikka välillä ne olivat saattaneet yllättää. Eräs kokenut uutistoimittaja kuvaili tiivistämisen olleen livejournalismissa niin erilaista, ettei hän hyväksyisi sellaista kirjoitetussa lehtijutussa. Livejournalismissa se kuitenkin tuntui hyvin luontevalta.

"[...] siinä tavallaan yksinkertaistetaan asioita tasolle jota mä en oikeestaan edes hyväksyis mun kirjoitetuissa jutuissa. Mut se on tossa välttämätöntä ja oikein, koska vain niin puhuttu sana menee perille." H2

Toinen haastateltu, hänkin kokenut uutistoimittaja, koki, että Musta laatikko mahdollistaa sellaisten "human interest" -aiheiden käsittelyn, jotka muuten jäisivät kenties kokonaan käsittelemättä. Aihevalinta tuntui olevan hyvin toisenlaista kuin arkityössä. Tarinat, jotka livejournalismissa saattoivat toimia erinomaisesti, olisivat hänen mielestään saattaneet perinteisemmissä kanavissa näyttää helposti kömpelöiltä. Myös livejournalismin esitystapa vaati tietynlaista pehmeyttä.

"[...] sun pitää osata se kertoa mahdollisimman inhimillisesti ja inhimillisemmin miten se tavallaan vaikka perinteisenä printtistoorina vois edes toimia." H8

Eräs haastateltava huomautti, että vahvasti tarinallinen muoto oli hämmentänyt aluksi joitakin katsojia. Mustan laatikon ensimmäisissä esityksissä paikalla saattoi olla katsojia, joiden oli vaikea ymmärtää, olivatko esitykset olleet totta vai keksittyä tarinaa – tätä asiaa oli jopa tultu esityksen jälkeen kysymään. Mustan laatikon myöhemmissä esityksissä yleisöä onkin erikseen muistutettu ja opastettu siitä, että kaikki illan aikana kuultavat tarinat ovat tosia. Käsiohjelmassa ja esitysten välijuonnoissa livejournalismi-iltaa on kuvattu "elävän journalismin illaksi" tai "tositarinaklubiksi", jotta uusi journalismin muoto tulisi yleisölle tutuksi.

Kuvaillessaan hyvää tarinaa livejournalistit mainitsivat monia klassisia tarinankerronnan elementtejä: yllättävyys, draaman kaari, yksinkertaisuus ja selkeys, jännitteen ylläpito ja niin edelleen. Silti journalismin perustehtävä, faktapohjaisen tiedon kertominen, koettiin myös livejournalismin päätehtäväksi. Haastatteluissa ei noussut esiin, että livejournalismin vaatima tarinallisuus ja journalismin perinteinen pyrkimys totuuteen olisivat tuntuneet ristiriitaisilta tavoitteilta. Tarinallisuus nähtiin kuljettimena itse asialle, tarpeellisena moottorina suuremmalle päämäärälle.

"Sen tarinan pitää olla semmoinen, että se kantaa kaiken faktan mikä sen pitää kantaa. Kaikki ne luvut, kaikki ne tiedot, kaikki ne tutkimustulokset [...]" H1

Tarinallisuus olikin asia, josta moni haastateltava koki saaneensa hyödyllistä oppia omaan ammattiinsa.

”Faktoja me on kyllä osattu kaivaa aina ja osataan varmaan edelleenkin. Mutta että me saadaan niistä faktoista tarina, joka pystytään esittämään niin kiinnostavasti, että yleisö kiinnostuu ja haluaa tietää ja kuulla sen, niin se on sellainen medianmurroksen tuoma oppimisprosessi, jossa Musta laatikko on hyvä, konkreettinen koulu” H1

”No ei ne nyt sillein suoranaisesti muuttanu mutta vahvistanut sitä käsitystä et mikä on tarinan voima ja mikä on sellasen tarinan voima jossa tarinankertojalla on tärkeä rooli ja että se ottaa vahvasti sen tarinankertojan roolin ikään ku vastuulleen.” H8

Aivan samaan tapaan kuin tarinan kiinnostavuudesta ja merkityksellisyydestä, myös tarinan tosipohjaisuudesta haluttiin varmistua mahdollisimman hyvin. Joissakin haastatteluissa mainittiin, että faktantarkistus tehtiin Mustan laatikon esitystä varten vielä huolellisemmin kuin ”tavallista” juttua varten, mahdollisista virheistähän joutuisi vastaamaan heti esityksen jälkeen kasvokkain yleisön kanssa, ja parhaassa tapauksessa yleisön joukossa istuisi juuri oman aiheen asiantuntijoita.

”[...] mä koin vielä suurempaa tarvetta varmistaa, että se mitä mä sanon se todella kestää mitä tahansa tarkastelua, kun taas näissä ihan rutiinijutuissa, vaikka oon niissäkin aika tarkka, niin jollain tavalla se lisäsi sitä painetta [...] Ja kyllä nää mun Musta laatikko -jututkin on ollut nimenomaan tällästä vakuuttelua aineistoilla, näytöllä. Tutkimusnäytöllä vakuuttamista.” H7

”Kunnon pohjatyö, se, että se juttu siellä taustalla on tosi tosi perusteellisesti tehty. Siit on yritetty miettiä kaikki mahdolliset näkökulmat, se on yritetty miettiä myös niin että jos tätä kuuntelis joku todella todella kriittinen ihminen ni mihin kaikkiin asioihin se kiinnittäis huomiota, ja mitä kaikkee tässä vielä vois olla joka ei oo tullu mun mielee.” H5

Sekä narratiivisuuden että faktapohjaisuuden aiheuttamien paineiden sietämistä helpotti se, että tarinat olivat monien esiintyjien mielestä viimeistellympiä kuin miltei mikään journalistinen juttu, jota he olivat urallaan tehneet. Viimeistelyllä tarkoitettiin koko Mustan laatikon tuotantoprosessia: aiheen valintaa, tekstieditointia, luku- ja esiintymisharjoituksia sekä kollegoilta tullutta palautetta. Ero vaikkapa tiivisrytmiseen uutistyyliin onkin merkittävä. ”Tavallinen” juttu kulkee tekijänsä jälkeen kenties yhden silmäparin läpi ennen kuin se julkaistaan. Livejournalistisen esityksen rakentaminen taas kestää useita viikkoja, ja jutusta käsitellään sekä isoja linjoja että pieniä yksityiskohtia ja sanavalintoja.

Haastattelujen perusteella tarinallinen muoto ja tiukka faktoissa pysyminen on mahdollista yhdistää toimivaksi livejournalismiksi, mutta se vaatii työtä, sopivaa aihevalintaa ja halua heittäytyä opettelemaan uusi journalismin muoto.

## 6.2.2 Tunteita vai etäisyyttä - vai sekä että?

Rakentaessaan tarinallista esitystään Mustaan laatikkoon livejournalistit olivat joutuneet miettimään, millaisessa roolissa tunteet olisivat heidän esityksessään. Tarvittaisiinko niitä, miten luontevasti ne sopisivat omaan aiheeseen ja omaan esiintymistyyliin? Livejournalistien suhde tunteiden käyttöön muodostaa hyvin kiinnostavan alateeman, sillä tunteet ovat perinteisesti olleet toimittajille hyvin hankala ja ristiriitainen – tunteita nostattava – kysymys. Tunteidenhan on katsottu edustavan laatujournalismiin kuulumatonta irrationaalisuutta (Pantti, 2009; Wahl-Jorgensen, 2014).

Haastatteluissa kävi ilmi, että livejournalistit suhtautuvat tunteiden käyttöön voimakkaan kaksijakoisesti. Puhuttaessa journalismista yleisesti, esiin nousi voimakas varautuneisuus tunteiden käyttöä kohtaan. Osa haastateltavista sanoi ajattelevansa, että tunteita käytetään journalismissa yleisesti ottaen liikaa. Haastateltavat kuvailivat tätä väärinkäyttöä hyvin kielteisillä termeillä. Pahimmillaan journalismissa tunteita ”lypsetään ja vyörytetään”, tehdään ”nyyhkytarinoita ja subjektiivisuuspornoa”, ”kalastellaan klikkejä”, toimitaan ”sosiaalisen median logiikalla”, tehdään ”katso järkyttävät kuvat -journalismia”, rakennetaan kärjistäviä otsikoita ja upotaan tunteikkuuden ”sudenkuoppiin”. Tällainen ylitunteellisuus tunnistettiin journalismissa laajasti, myös omassa lehdessä, ja sitä vierastettiin kovin:

”[...] jossain vaiheessa ärsytti tosi paljon se, et meil Hesarissakin pomot puhu siitä, et pitää olla jutuis [...] tunteita ja että otsikoiden pitää herättää tunteita, et tunteita tekemällä tehdään tai leivotaan juttuihin sisään ja sitä mua, se mua ärsyttää et ei kaikkien juttujen ei tarvitse herättää mitään tunteita ei se tunne ole mikään itseisarvo, vaan journalismissa on tärkeintä kertoo tosiasioita.” H8

Samaan aikaan kun tunteet nähtiin merkittävänä journalismin uskottavuutta nakertavana ongelmana, myös niiden hyödyt tunnustettiin ja tunteiden käyttöä pidettiin täysin arkisena – mikäli tunteiden katsottiin palvelevan journalismin tärkeintä tehtävää, tiedon kuljettamista. Tunteiden käyttö ymmärrettiin, jos niitä oli käytetty harkiten, hyvällä maulla ja ennen kaikkea niin, että taustalla oli mielekäs ja kertomisen arvoinen, mielellään vieläpä yhteiskunnallisesti merkittävä tarina, johon tunteellisella elementillä tuotiin lisämauste. Moni mainitsi yrittävänsä itse noudattaa nyrkkisääntöä: mitä tunteikkaampi aihe, sitä vähemmän tunteikasta kirjoittamista se vaatii.

Pitkän toimittajauran tehnyt haastateltava kuvasi, miten tunteiden käytön problematiikkaa on mietitty jo 1980-luvulta lähtien.

”[...] tunnetta perinteisesti varotaan. Silloin kun minäkin aloitin urani, niin sitä pidettiin kauhean vaarallisena ja pahana asiana. Että esimerkiksi jutuissa ei ollut toimittajan nimeä, ja minä-sanana käyttö oli kielletty ja sitä on pelätty. Mutta mä uskon, että sitä on opittu käyttämään ja käyttämään oikein. Että se voi olla niinku tämmönen voima. Ja on aina se voima. Ja sen pitääkin olla se voima. Mutta sitten sitä pitää oppia hallitsemaan ja käyttämään oikein.” H1

Eräs haastateltava piti erikoisena ajatusta, että journalismi nostaisi kädet pystyyn tunteiden edessä ja yrittäisi siivota tunteikkaat aiheet valikoimastaan.

”Must ois hassua ajatella, että tunteet pitäis sulkee journalismista pois, ku ei niitä voi sulkee ihmiselämästä pois. Ei ikään ku miltään osa-alueelta, puhutaanpa sitte yksittäisten ihmisten tarinasta tai maailmanpolitiikasta, niin tunteet siellä on mukana, sekä syinä että seurauksina. Et sitä on tavallaan turha kiistää ja [...] mun mielest me annetaan vaillinainen kuva maailmasta, jos me yritetään jättää tunteet huomioimatta [...]” H5

Haastateltavat tunnustivat monenlaisia tapoja käyttää tunteita journalismissa. Tunteita ohjataan otsikoinnilla, aloituksella, kirjoittamisen tekniikalla. Myös toimittajaa itseään voi ohjata voimakas tunne siitä, että asia on tärkeä ja vaatii yhteiskunnallista huomiota ja julkisuutta – tämä tunne toimii silloin, kun se ei näy jutussa. Yllättävyys, kuten hätkähdyttävän tiedon paljastaminen, on tunne siinä missä suru ja ilokin.

Käytännössä kaikki haastateltavat totesivat, että livejournalismissa tunteilla on erityinen asema. Yleisön tunteiden kirjo, kuten nauru, liikutus, hämmennys ja innostus, olivat parhaimmillaan välittyneet lavallekin ja toimineet esiintyjän käyttövoimana. Jotkut esiintyjät taas olivat kokeneet vaikuttaneensa yleisön tunteisiin aivan suoraan ja olleensa siten välittömässä vuorovaikutuksessa yleisön kanssa, mikä on journalistille hyvin poikkeuksellista. Tunteiden merkitys näkyi myös tavallista innostuneempana yleisöpalautteena esitysten jälkeen.

Livejournalismin toimivuuden kannalta haastateltavat pitivät harkittua tunteiden käyttöä tarpeellisena, jopa välttämättömänä. Jos tarinankerronnan voi ajatella olevan kuin moottori, jolla journalisti kuljettaa tärkeää tietoa yleisölleen, voi tunteita ajatella tuon moottorin ylimääräiseksi vaihteeksi. Tunteet voivat avata kanavia ja saada ihmiset vastaanottavemmiksi, saada ymmärtämään ja kokemaan esitetyt asiat syvällisemmin kuin mitä pelkän faktatiedon avulla olisi mahdollista. Livejournalismissa tunteet nousevat erityiseen asemaan sen vuoksi, että teatteri jo fyysisenä tilana virittää kuulijat erilaiseen tunnelmaan kuin muissa journalismin muodoissa: teatteritila saa kuulijat aistimaan ja keskittymään, toisin kuin vaikkapa kännykän ruutua tuijottaessa.

”Mun mielest se on ihan selvää et Musta Laatikko -esityksessä pitää olla tunteita [...] mitä kuivempi aihe niin sen parempi jos niitä pystyy jollain tunteella markkinoimaan. Mut [...] siinä ei pidä mennä yli ja ei sen asian kustannuksella koskaan mun mielestä.” H2

Erään haastateltavan mukaan tunteet, joita hän kutsui ”human interestiksi”, sopivat hyvin livejournalismin tarinalliseen muotoon. Ongelmana hän piti, mikäli tunteet tulevat mukaan uutisellisiin teksteihin häiritsevällä tavalla.

"[...] Musta Laatikko -esityksissä [...] kaikissa on sekä tiedonvälityksellinen että human interest -aspekti. Jos me voidaan käyttää kiinnostavuutta, human interestiä, kertoaksemme tosista ja oleellisista asioista tehokkaammin kuin ilman human interest -aspektia, niin totta kai me käytetään niitä. Mutta täytyykö nii käyttää joka jutussa, ni se on sit eri asia. Mä pitäisin perusuutisformaatin varsin pyhänä. Ja mä oon itse sitä mieltä, et meidän täytyy miettiä myös sellasia kerronnallisia rakenteita, joissa verkkouutisessakin näkis, et mikä on uutista, mikä on analyysia mikä on kommenttia." H4

Esiintyjät kertoivat käsikirjoittaneensa Musta laatikko -esityksiinsä tunne-elementtejä hyvin vaihtelevilla tavoilla. Jotkut olivat ajatelleet kirjoittaneensa kuin tavallista pitkää lehtijuttua: niin, että tarina vetää, pitää kiinnostuksen yllä, on riittävän vaihteleva ja tarjoaa sopivassa rytmissä yksityistä, yleistä ja usein myös jotakin tunteisiin vetoavaa. Jotkut taas sanoivat, etteivät olleet miettineet tunteita sen tarkemmin.

"Mä en ajatellu niitten tunteiden rakentamista koska se tuntus must jotenki aika feikiltä, että mä haluaisin jotenki suunnitella että tässä kohtaa yleisö itkee taikka nauraa." H5

Toinen esiintyjä taas halusi tietoisesti "täräyttellä ihmisiä hereille faktoilla", ja käsikirjoitti muutenkin esitystään hyvin tarkasti myös tunteiden osalta.

"[...] mä yritin pitää huolen myös siitä, että minuutin välein pitää tulla lainausmerkeissä vitsi. Että se porukka nauraa. Että porukalla on hyvä olo ja informoitu olo [...] lähtökohta oli se, että mä haluan tehdä sen tosi kierteisesti. Mä haluan tehdä sen sellaisena tyylilajina, jota mä en pysty toteuttamaan jutuissani. Että tiedätkö jotakin aivan muuta. Mä käytin voimakkaasti huumoria, mutta käytin myös voimakkaasti sellaista pysäyttävää: että 'tiesittekö tämän, olitteko tietoisia asiasta?' Vähän sillä tavalla, että joku asia, joka mun mielestä suunnilleen jokaisen pitäis tietää tai olla kiinnostunut. Vähän sellaista snadia, ei syyllistämistä, mutta sellaista havahduttamista. Ja se oli aika visuaalinen. Siinä oli videota, tilastoa, näitä teatterin mahdollisuuksia, mitä ei voi panna esimerkiksi sanomalehden sivulle, niitä yritettiin hyödyntää aika paljon." H3

Tämä haastateltava oli tehnyt "rutikuivana" pitämästään aiheesta hyvin hauskan, ja oli tyytyväinen, että oli onnistunut viihdyttämään yleisöä erikoisella aiheella. Hän katsoi livejournalismin ja laskelmoidun tunteiden käytön myös mahdollistavan kerrontaan elementtejä ja tasoja, jotka normaalisti ovat journalismille saavuttamattomia. Musiikin, kuvan, puherytmin ja videoiden avulla saa parhaimmillaan aikaan ainutlaatuisia kerronnallisia tihentymiä. Juuri tällaiset onnistuneet hetket olivat sellaisia, joissa jotkut esiintyjät kokivat saaneensa aiheistaan harvinaisen paljon irti:

"Mä olin ajatellut, että se on koskettavaa mitä mä sanon siinä kohtaa. Mutta sitten kun siihen lyötiin se sanominen, musiikki ja se kuva siellä taustalla, jotka oli kaikki yhtä aikaa koskettavia ja kolmessa eri ulottuvuudessa koskettavia, niin se oli semmonen, että aika monella oli tippa linsissä." H3



Moni haastateltava ajatteli, että myös tieto on tunnetta.

"[...] ällistys, hämmästyks ja huumori oli ne tunteet, mitä yritettiin sopivin kohdin tuottaa. Ja ymmärrys. Se on hirveen tärkeä. Että tehdään niin paljon töitä, myös printtiin ja verkkoversioon, että ihminen kokee ymmärryksensä aiheesta lisääntyneen. [...] Ja sitten se, että [esityksessä] on tarpeeksi sitä, että 'oho, enpäs tiennytkään, ai jaa, ai joo' siis tällaisia juttuja. Niin nehan nyt tietenkin aina pitää hereillä." H4

Mitenkään varauksettoman sallivasti tunteiden käyttöön livejournalismissa ei suhtauduttu. Eräs haastateltava sanoi miettineensä tietynlaista korniutta, mikä tunteikkaiden elementtien kirjoittamiseen hänen mielestään liittyy. Tämä haastateltava sanoi tunnistavansa Musta laatikko -esityksistä tavan, jolla esimerkiksi liikuttavaa kohtausta usein tietoisesti rakennetaan.

"Ja sitten ne on usein, vähän niin ku äänensävy tai puheen rytmi muuttuu niissä kohti ja sitten, se on vähä semmonen erotettu jakso, mistä yleisö sitten älyää että nyt pitää liikuttua [...] Ja sen on kyllä huomannut, että nää kaikki herkäät jutut, ne tuntuu yleensä itsestä tosi kornilta kun ne kirjottaa tai laittaa sinne, tää koskee myös sit ihan lehtijuttujen kirjottamista [...] joskus muistan jonkun Ultra Bran tyyppin haastattelussa sanoneen, että kun ne teki näitä lauluja mitkä tavallaan oli alun perin vitsejä, mutta sit niistä tulikin monelle totista totta, näitä Minä suojelen sinua kaikelta ja tän tyyppisiä. Et jos laittaa lauluun jonkun kornilta tuntuvan tunteellisen asian, mut jos sen vetää täysin pokkana niin se [menee] ihmisillä luihin ja ytimiin [...] monesti se tuntuu tosi kornilta kirjottaa se joku tunteellinen homma siihen juttuun tai Musta Laatikko -esitykseen, mutta jos sen tekee sitten pokalla, niin se kyllä sitte ihmiset yllättävästi herkistyykin." H6

Tunteet mielletään journalismissa usein tarkoittamaan myös yksittäisten ihmisten esimerkkitarinoita. Se jakoi haastateltavien ajatuksia jonkin verran. Eräs haastateltava sanoi välttelevänsä niitä viimeiseen saakka, koska "yksilön kokemus ei todista mistään mitään", ja hänelle tuli omien sanojensa mukaan "huono omatunto jos mä käytän ihmistarinoita". Silti hänkin sanoi ymmärtävänsä, että "tunteiden kautta meneminen" on tehokas keino saada viesti välittymään.

Toinen haastateltava edusti vastakkaista näkemystä. Hän sanoi havainneensa, että erityisesti lehtien uutissivuilla yksittäisten ihmisten tarinoiden tunteikas käyttö oli lisääntynyt 2010-luvulla, mikä oli sinänsä herättänyt aiheellistakin kritiikkiä. Silti hän piti yksittäisiä tarinoita merkittävinä osana hyvää journalismia.

"[...] yksittäisen ihmisen tarinan kautta, silloin kun siihen tsekataan faktat ja tsekataan yhteiskunnan käytännöt, niin pystyy kertomaan myös meidän yhteiskunnasta aika paljon [...] Mut silti mun mielestä olennaista on se että, mikä se stoori on siellä takana. Et siellä on vahva journalistinen sisältö, jossa saattaa olla joku yksittäisen ihmisen tarina, mut se ei pelkästään yleensä riitä vaan et siin pitää olla joku semmonen, tai ainaki haluisin pyrkiä siihen että siinä olis, myös semmonen vahvempi yhteiskunnallinen, ote että kertoo jostain isommasta asiasta kun pelkästään sen yhden ihmisen tarinasta. Silloin ku se on hyvin tehty siel on faktat tsekattu, ja siinä on yksityiskohtia ja ihminen viedään johonkin maailmaan

josta se ei tiedä tai johon se ei kenties muuten koskaan pääse näkemään et millasta tuolla on, niin silloin se kyl mun mielest kantaa se tarina.” H5

Haastattelujen perusteella tunteet toimivat livejournalismissa kolmella tasolla. Ensimmäinen on yksittäisen puheen taso, jossa tunteita käytetään herättämään huomiota ja elävöittämään tarinaa. Toinen taso on pitkän Musta laatikko -illan taso, jossa tunteita tarvitaan tuomaan vaihtelua noin kaksi ja puoli tuntia kestävä esityksen aiheisiin ja esitystapoihin. Kolmas on inhimillinen taso – esiintyjän ja kuulijan reagoiminen tunteikkaisiin hetkiin. Toisin kuin muissa journalismin muodoissa, livejournalismissa esiintyjä joutuu toisinaan miettimään myös omaa liikutustaan. Koskettavan aiheen esittäminen saattaa viedä journalistin liikutuksen partaalle, ja esiintyjä joutuu tasapainoilemaan yhtäältä inhimillisen aitouden ja samastuttavuuden, toisaalta riittävän etäisen toimittajaroolin välillä. Eräs hyvin koskettavan puheen pitänyt esiintyjä oli miettinyt asiaa perinpohjaisesti. Hän oli aluksi pelännyt romahtavansa, mutta huomannut sitten, että esiintyjän pieni liikuttuminen antoi esitykselle uskottavuutta ja tarttumapintaa, joka teatterimiljöössä ja livejournalismin kontekstissa oli paitsi sallittua, myös uskottavaa ja toimivaa.

”Aluksi mä niin kuin pelkäsin sitä, että mä menetän kontrollin ja mua alkaa itkettää, mutta sitten mä huomasin, että mua alkaa joka kerta itkettää, mutta mä en silti menetä sitä kontrollia. Ja tärkeätä on myös tavallaan, että kun se kohta on hirveän surullinen, niin silloin sen pitää – jotta mä olisin rehellinen ja aito ja oikea – niin kyllä sen pitää minussa tuntua. Tai on luonnollista, että se tuntuu. Ja silloin se tuntuu siinä kuulijassakin. Että mä tavallaan lakkasin pelkäämästä sitä kontrollin menetystä ja huomasin, että se on sen esityksen voima ja se millä se koskettaa sitä kuulijaa. Kyllä se tunne on hyvin tärkeä.” H1

### **6.2.3 Subjektiivisuutta vai objektiivisuutta – vai sekä että?**

Toisen pääteeman kolmas alateema käsittelee sitä, miten livejournalistit sovittavat yhteen kaksi melko ristiriitaiselta kuulostavaa vaatimusta: toimittajan ammattiin perinteisesti liitetyn objektiivisuuden vaatimuksen ja toisaalta livejournalismin vaatiman melko voimakkaan subjektiivisuuden. Livejournalistisissa esityksissä toimittajat ovat usein läsnä enemmän kuin tavallisessa journalismissa: he avaavat juttuprosessin kulkua, kertovat työmenetelmistään tai ongelmista joihin ovat juttua tehdessään törmänneet. Joskus he saattavat käyttää jutussa esimerkkeinä omia kokemuksiaan tai omaa henkilöhistoriaansa. Usein he myös kertovat esityksensä päätteeksi, mitä he itse ajattelevat aiheesta, johon ovat perehtyneet.

Kysymys journalistisesta objektiivisuudesta herätti vastaajissa huomattavan yhdenmukaisia vastauksia: objektiivisuus, eli totuuden etsiminen ja pyrkimys tasapuolisuuteen, koettiin oman ammatin kaikkein tärkeimmäksi tavoitteeksi. Ilman

sen antamaa perustaa journalismilla ei ole merkitystä. Samaan aikaan objektiivisuuden ideaalia, siis ajatusta täydellisestä riippumattomuudesta ja ulkopuolisuudesta, pidettiin mahdottomana ja vanhanaikaisena. Jotkin haastateltavat vastasivat hieman sarkastiseen sävyyn.

”No siitähän nyt tulee mieleen Tampereen yliopisto ja 70-luku. Ja se, että semmonen objektiivisuus on aina jotenkin näennäistä. Mutta kyllä uskon, että on olemassa tosiasioita, joita meidän kuuluu kaivaa, ja jos ei ole yhtä totuutta vaan on kaksi totuutta ja kolme totuutta, niin meidän pitää kaivaa ne kaikki esille ja esittää ne rinnakkain. Että semmosta täydellistä objektiivisuutta ei ole, mutta siihen pitää koko ajan pyrkiä kaikin keinoin ja se on se laatujournalismin kriteeri.” H1

”[...] mun mielestä on hyvä, jos journalismi pääsee lähelle sitä, että esitetään tosiasioita ja vielä semmosessa järjestyksessä, että niistä syntyy jokin hyvä esitys siitä asioiden tosiasiallisesta luonteesta. Se on musta journalismille tosi hyvä tavoite. Se objektiivisuus on enemmän sellaista niin kuin henkimaailman puhetta. Mä uskon, että se on hirveen hyvä aihe johonkin filosofien seminaariin, ja varmasti viihtyisin itsekin siellä, mutta jotenkin se tuntuu, että journalismi niinku on enemmän sellaista kädet savessa -hommaa.” H3

Vastauksissa huomautettiin myös, että ihmisten näkökulmat maailmaan ovat aina tavalla tai toisella vaillinaisia. Toimittajien itsensä lisäksi myös heidän lähteensä tarkastelevat maailmaa ja sen tapahtumia aina omasta näkökulmastaan, jonkin tietyn kehyyksen kautta. Siksi ajatusta riippumattomuudesta pidettiin haitallisena harhakuvana.

”[...] aina siihen vaikuttaa ne taustaoletukset, mitä me kysytään, miten kysytään, keneltä kysytään [...] ne vaan pitää tiedostaa. [...] mun mielest joillain kollegoillaki on sellasia harhoja, että on täysin objektiivisia riippumattomia lähteitä [...] ni se on kaikist vaarallisin, koska silloin ei tiedosta niitä taustaoletuksia jotka aina siellä on.” H2

Kysymys journalistisesta subjektiivisuudesta taas herätti haastateltavissa hieman samankaltaisia ajatuksia kuin edellisessä alaluvussa käsitelty tunteiden käyttö journalismissa. Myös subjektiivisuuden korostuminen koettiin ärsyttäväksi ilmiöksi ja sen huonoja puolia tunnistettiin laajalti. Subjektiivisuuden käsitteen tekee tosin hankalaksi se, miten asia määritellään. Onko kyse toimittajan omasta subjektiivisuudesta, jolloin se voi tarkoittaa toimittajan omasta elämästä kertovaa esimerkkiä tai omien ajatusten ja tulkintojen tuomista mukaan esimerkiksi Mustan laatikon puheeseen? Vai tarkoitetaanko subjektiivisuudella haastateltavan subjektiivisuutta, yksittäisen ihmisen tarinaa, joka nostetaan esimerkiksi jostakin yleisemmästä? Vai tarkoittaako subjektiivisuus journalistin oman juttuprosessin avaamista, läpinäkyvää pohdintaa siitä, miten juttu on syntynyt ja mitä jutusta kenties puuttuu?

Haastatteluissa "huono" subjektiivisuus liitettiin yleisesti journalistin oman persoonan perusteettomaan esille tuomiseen tai toimittajan oman elämän merkityksettömään kuvailuun. Tätä nähtiin runsaasti esimerkiksi kolumneissa.

"[...] jos mä ihan suoraan sanon niin mä en tiää et miks just toimittajan mielipide olis kauheen kiinnostava verrattuna jonkun toisen ihmisen mielipiteeseen. Ellei sitte oo kyse sellasest asiasta että toimittaja on selvittäny jotain asiaa jo tosi tosi pitkään, jollon hänellä on sen takia siitä joku perusteltu mielipide olemassa." H5

"Jossain vaiheessa Hesarissakin oli, tästä on jo aika paljon aikaa, että oli tosi paljon näkökulmakirjoituksia ja kolumneja ja niissä toimittajat aina jotenkin oman elämänsä veti siihen. Musta ne oli todella huonoa tavaraa, että nehän usein käsitteli sitten jotain arkielämän ongelmia joihin tyypit oli törmännyt. [...] Niin en mä halua sellaisia lukee lehdestä [...] mä haluun vähän enemmän vaivannäköä siihen. Että ajatellaan ensin mitä ollaan tekemässä ja haetaan tietoa ja nähdään vaivaa. Se on paperin tuhlaamista kirjoitella sellasta että mitä tapahtui kun rattaat törmäsivät katukivenkulmaan jossain." H7

Vaikka subjektiivisuudessa nähtiinkin ilmeisiä vaaroja, nähtiin livejournalismin subjektiivisuus erilaisena asiana kuin perinteisen journalismin subjektiivisuus. Livejournalismissa toimittajan omalla persoonalla on tavallista suurempi merkitys. Toimittajan oman persoonan tai ajatusten tuomista mukaan livejournalismiin pidettiin luontevana ja tärkeänäkin. Kyse oli erilaisesta asetelmasta ja erilaisesta tarinankerronnan muodosta: kun livejournalismissa tarinaa kerrotaan ihmiseltä toiselle, tuntuisi oudolta sivuuttaa kokonaan kertojan persoona.

"Mustassa Laatikossahan on paljon subjektiivista, ja se liittyy siihen, että esitys personoituu siihen esittäjään ja hänen ajatuksiinsa ja [...] mahdollisesti kokemuksiinkin, ja siihen se sopii hyvin. Että se ois tietysti aika varmaan vähemmän tehokasta, jos sinne kävis vaan lukemassa kuivat faktat aiheesta." H6

Vaikka livejournalistin käsittelemä aihe ei olisikaan henkilökohtainen, katsottiin toimittajan tulkintojen, mielipiteiden ja taustatietojen olevan osa livejournalismin viehätystä.

"Jotta se [esitys] toimii, täytyy jotenkin tulla se tunne, että tämä ihminen puhuu nyt omasta kokemuksestaan. Vaikka hän puhuisi sitten ilmastonmuutoksesta tai Suomen ikääntymisestä tai ihan mistä tahansa, niin aina siinä on jotenkin, jotenkin tää toimittaja on ollut siinä mukana, käsitellyt sitä, joutunut henkilökohtaisesti tuntemaan sen asian ja pureskelemaan sitä ja kokemaan sen ja tuntemaan sen luissaan ja ytimissään. Ja siksi se kiinnostaa, koska katson sitä ihmistä lavalla, joka siitä kertoo. Se persoona on... sen vaikutus on varmaan satakertainen verrattuna tommoseen lehtitekstiin." H1

Jotkut haastateltavat sanoivat huomanneensa, että Mustan laatikon tuotantoprosessissa usein pyydetään lisäämään teksteihin omakohtaista mielipidettä. Eräs haastateltava sanoi joskus myös jarruttaneensa pyyntöjä, "subjektiivisuuden repimistä", kuten hän asiaa kuvaili.

"[...] jossain vaiheessa joutuu sanoon, että hep hep, että nyt tää menee liian överiksi, liian elokuvamaiseksi [...] siin pitää olla tarkkana sitten itselleen, ettei niitä mutkia vedetä suoraksi vaan [...] että se kestää myöskin tällaisen journalistisen arvioinnin tai että sen pitää täyttää journalismin kriteerit." H8

Eräs haastateltava oli pohtinut pitkään, sopiko subjektiivisuus, siis omat mielipiteet, livejournalistiseen esitykseen. Lehtijuttua kirjoittaessa toimittajasta olisi tuntunut "karsealta", että hän lopuksi "pähkäisisi jonkun pateettisen johtopäätöksen jokaiseen juttuun". Livejournalismin kontekstissa asetelma tuntui kuitenkin muuttuvan. On eri asia kertoa henkilökohtaisia näkemyksiä lavalla, tarinan tukena, kuin lehdessä.

"Mustassa laatikossa on sellainen linja, että siinä on toivottu on enemmän subjektiivisuutta [...] kun sä kerta itse siellä oot ja kerrot sen asian niin sitten sä ikään kuin esität siitä sen oman näkemyksen ihan suoraan että miltä tää asia musta näyttää ja se on siellä ihan ok ja se toimii hyvin. Ihmiset ymmärtää sen siellä oikein." H7

Anu Nousiainen (2013) on huomauttanut, että etenkin eurooppalaisessa reportaasikirjoittamisessa kirjoittaja saattaa joskus "seistä tekstinsä edessä", siis tuoda omaa persoonaansa tekstissä esiin tavalla, joka ei palvele lukijaa. Hyvä tarinallinen kirjoittaminen vaatii nöyryyttä ja sen tiedostamista, että toimittaja ei ole tarinan kiinnostavin kohde, vaan vain viestin kuljettaja. Tämä ajatus nousi esiin myös haastatteluissa:

"[...] en tarkoita sitä, että se kertoja on sen tarinan päähenkilö, se päähenkilö voi olla ihan joku toinen ja mielellään onkin mutta että sil on erityisen syvä kokemuksellinen kytkös siihen itse tarinaan sillä kertojalla." H8

Sama haastateltava ajatteli kuitenkin, että livejournalismissa tietynlainen omakohtaisuus toimii usein luontevasti. Toimittaja on kertomassa asioista, jotka hän on ottanut selville yleisöä varten. Jos löydöistään kertoo aidosti, innostuneesti ja vilpittömästi ja vielä niin, että toimittajalla on omakohtainen kytkös tarinaansa, yhdistelmä on tehokas. Haastateltavan mukaan tällainen henkilökohtaisuus toimii, sillä "ihmiset ovat perinteisesti kiinnostuneita toisista ihmisistä".

Samoin kuin tunteiden käytössä, myös henkilökohtaisuuden esiin tuomisessa esiintyjät olivat joutuneet miettimään valintojaan tarkasti. Eräs hyvin omakohtaisen tarinan kertonut toimittaja oli tarttunut vaikeaan aiheeseen esimiehensä kehotuksesta ja kannustuksesta. Toimittaja oli ensin arkaillut, voiko hän käyttää itseään esimerkkinä aiheessa, joka oli monin tavoin herkkä. Tehtyään aiheesta perinpohjaisen selvityksen, soiteltuaan asiantuntijoille ja perehdyttyään aiheessa tapahtuviin moniin yhteiskunnallisiin muutoksiin, hän ajatteli, että juuri livejournalismissa hän voisi käyttää itseään esimerkkinä.

”Yhtäkkiä mä tajusin, että tässä on tällainen yhteiskunnallinen momentum, jossa minä olen vain yksi osa, mutta olen osa. Eli se mun tarina on tarina yhteisestä yhteiskunnallisesta asiasta, joka on murroksessa ja muutosvaiheessa. Ja silloin se on mun oma tarina palvelee koko kansaa ja koko yhteiskuntaa. Ja silloin se on mun mielestä perusteltu. Että subjektiivisuus on ok silloin, kun se palvelee suurempaa kokonaisuutta. Silloin, kun se on monelle yhteinen kokemus, monen ihmisen tarina. Milloin taas subjektiivisuus ei oo ok, niin se ei ole ok silloin, jos se pyrkii palvelemaan vain sen toimittajan etua eikä kaikkien muiden etua.” H1

Kaikkein mutkattomimmin haastateltavat suhtautuivat sellaiseen subjektiivisuuteen, jossa toimittaja avasi juttuprosessinsa taustoja ja kertoi työstään. Se miellettiin avoimuudeksi ja rehellisyydeksi: näin juttua on tehty, nämä asiat tiedetään varmasti, nämä asiat ovat sellaisia, joista ei tiedetä riittävästi. Tällaisessa taustojen avaamisessa toimittajan oma persoona nähtiin luontevaksi ja tärkeäksikin livejournalismin elementiksi.

”Vaan just se avoimilla korteilla pelaaminen on musta hyvää subjektiivisuutta. Lukijalla on käsitys, että mulle puhuu tyyppi, joka on rehellisesti, avoimin mielin lähestynyt tätä aihepiiriä ja kertoo mulle sen. Ja mä niinku luotan tähän tyyppiin. Ehkä just sen takia, että se kertoo omat haavoittuvuutensa ja rajallisuutensa tässä asiassa. Se on musta hyvä.” H3

Sama haastateltava sanoi ajattelevansa, että taustojen avaamisessa on myös iso syy livejournalismin ja Mustan laatikon suosioon. Oman kokemuksen voima yhdistettynä rehellisyyteen on yleisölle kiinnostava yhdistelmä.

”Varmaan miksi se on niin onnistunut konsepti ja tykätty konsepti ja loppuunmyyty konsepti on se, että ihmiset saa sieltä informaatiota, ne kokee, että ihmiset [toimittajat] on oikeesti menny tsekkaamaan nää tiedot. Että tää niinku täsmää sen kanssa mitä mä tiedän, tästä mä voin oppia uutta, jos en usko niin meen jälkikäteen googlaamaan, ja sitten vielä se, että sellainen verevä ihminen kertoo sen mulle, ja hän oli lihaa ja verta ja siinä hän kertoi sen.” H3

Se, että toimittaja avasi juttunsa taustoja ja puutteita, nähtiin myös mahdollisuutena lisätä luottamusta ja hälventää epäilyksiä, jotka kohdistuvat toimittajien työskentelytapoihin. Esiin nousi sama valeutisten vastainen kamppailu, jota käsiteltiin ensimmäisessä pääteemassa eli livejournalistien yleisösuhteessa.

”[...] on tahoja jotka tarkoituksellisesti yrittää murentaa journalismin luotettavuutta. Niin se, että me pidetään siitä [luotettavuudesta] kiinni kynsin ja hampain, on mun mielestä koko ajan entistä tärkeempää. Ja mä aattelen että se on itse asias yks asia mitä Musta Laatikko on opettanu, tai tuonu keinoja siihen, että [...] miten me voitais viestiä sitä että millä tavalla me työtä tehdään [...] Joskus jutussa esimerkiks yhenki virkkeen takana voi olla päivän tai kahden tai monen päivän työ. H5

Haastateltavan mielestä myös toimituksen tekemiä eettisiä pohdintoja ja valintoja olisi mahdollista avata: yleisölle saattaisi olla hyödyllistä tietää esimerkiksi se, miksi jonkin

uutisen yhteydessä kerrotaan tietyn henkilön nimi tai miksi sitä ei kerrota, ja millä perusteilla tällaisia päätöksiä tehdään. Samoin toimittajan tai yksittäisen jutun näkökulmaa voisi avata: miten on päädytty tiettyyn aiheeseen ja tiettyyn näkökulmaan. Tällainen avoimuus voisi parhaimmillaan lisätä myös toimittajan omaa itseymmärrystä tekemistään valinnoista.

Ideaalitapauksessa journalismi pystyy yhdistämään pyrkimyksen totuuden etsimiseen ja toimittajan oman roolin avaamisen. Erään haastateltavan mukaan livejournalismin etu voi olla, että tämä tapahtuu avoimemmin kuin muualla.

"Ainaki Musta Laatikko tekee sen toimittajan aseman siinä näkyväks. Et ku siinä usein kerrotaan se, että miks juttua on ylipäättään lähdetty tekemään, et onks se ollu vaikka se syy joku toimittajan valtava innostus ja kiinnostus johonki asiaan, tai joku henkilökohtanen vinkki jonka toimittaja on henkilökohtasesti saanu joltain lukijalta, vai mikä se on. Ja sitten siinä kerrotaan myös ne tavat, miten sitä on tehty. Et siinä tavallaan toimittaja voi kertoa siitä omasta pyrkimyksestään objektiivisuuteen, ja sit samaan aikaan myös siitä subjektiivisesta tavastaan tehdä, ja ehkä omista reaktioistaan ja tunteistaanki. Ja silloin se on mun mielestä, objektiivisuus ja subjektiivisuus sekottuu siinä niin ku ne sekottuu journalismissa aina. Mutta Mustan Laatikon etu on se, että se on avoimempaa.  
H5

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Tämän pro gradu -tutkielman tarkoituksena on ollut selvittää, millaisia kokemuksia Helsingin Sanomien toimittajilla on uudesta journalismin muodosta, livejournalismista. Tarkempia tutkimuskysymyksiä olin määritellyt kaksi:

- 1) Miten livejournalistit rakentavat suhdettaan yleisöön?
- 2) Miten livejournalistit tasapainoilevat esityksissään subjektiivisten tulkintojen ja journalismin perinteisen objektiivisen tiedonvälitystehtävän välillä?

Tässä luvussa pohdin tulosten merkitystä journalismin tutkimuksen ja toimittajan työn kannalta.

### 7.1 Livejournalismissa suora yleisökontakti ratkaisee

Työn tärkein tulos käsittelee toimittajien ja yleisön suoran kohtaamisen merkitystä (Taulukko 1, sivu 37).

Livejournalistit kertoivat rakentavansa yleisösuhdettaan monilla journalistisilla keinoilla: tarinallisuudella, huumorilla, koskettavuudella, henkilökohtaisuudella, yllättävyydellä, yhteiskunnallisesti järeillä aihevalinnoilla, visuaalisuudella, ajankohtaisuudella ja työnsä taustojen tavanomaista rehellisemmällä avaamisella.

Merkittävin havainto toimittajan ja yleisön suhteesta livejournalismissa oli kuitenkin se, että koko tutkimuskysymys tuntui haastatteluiden perusteella ensin laventuvan ja sitten kääntyvän kokonaan ympäri: livejournalismissa journalistit toki rakentavat suhdettaan yleisöön, mutta myös yleisö vaikuttaa erittäin vahvasti esiintyjään. Elävä yleisö tuottaa livejournalistille tuntevia paineita ja normaalia kovempia odotuksia kiinnostavuuden, jännitteen ylläpidon, aiheen



merkityksellisyyden ja totuusvaatimuksen suhteen. Myös yleisön antama palaute tuntui toimittajista hyvin voimakkaalta, milteipä ainutkertaiselta. Palautteella tarkoitettiin niin tunteiden suoraa välittymistä esitysten aikana kuin myös esitysten jälkeen tulleita kommentteja: kiitoksia, kritiikkiä ja jatkokysymyksiä. Palaute vaikutti livejournalisteihin voimakkaammin kuin heidän arkisessa työssään.

Tämän tutkimuksen tärkeä tulos onkin havainto siitä, että livejournalismi ei ole yksisuuntaista viestintää toimittajalta yleisölle, vaan se on mitä suurimmassa määrin vuorovaikutusta. Livejournalismissa yleisöllä on kyllä kuuntelijan rooli, mutta se ei tarkoita samaa kuin passiivisen vastaanottajan rooli. Yleisö muodostaa puheesityksistä tulkinnan, joka voi olla esiintyjälle yllätys. Yleisö päättää, mikä on kiinnostavaa, hauskaa tai liikuttavaa – mikä on merkityksellistä.

Yleisösuhteen ensimmäinen ja toinen alateema – journalismin uskonpalautus ja suoran yleisökontaktin hyödyt – liittyvät vahvasti yhteen. Näihin alateemoihin tiivistyvät monet vaikeudet, joita journalismi on 2000-luvulla kohdannut. Toimituksissa on koettu, ettei laatujournalismissa ole tulevaisuutta, että mediatalojen taloudellinen tulevaisuus on turvaton, ettei journalismi enää pysty toteuttamaan tehtäväänsä vallan vahtikoirana ja että toimittajien itseymmärrys ja suhde omaan työhön horjuu (Wahl-Jorgensen ym., 2016). Myös journalisteihin kohdistuva vihapuhe ja yhteiskunnallisten mielipiteiden polarisoituminen ovat alalla merkittävä ongelma (Pöyhtäri, Haara & Raittila, 2013).

Tämän tutkielman perusteella näyttää siltä, että livejournalismi pystyy tarjoamaan näihin ongelmiin joitakin ratkaisuja. Suorien kohtaamisten ansiosta livejournalismi voi vahvistaa sekä tekijöiden että yleisön uskoa journalismin merkitykseen. Livejournalisteille on ollut tärkeä kokemus, ettei yleisön tavoittamiseksi tarvita taikatemppeja, vaan laadukkaalle ja merkitykselliselle journalismille on yhä kysyntää. Sosiaalisesta mediasta tulevan paineen ja negatiivisten kommenttien sijaan livejournalismi on tarjonnut keskusteluareenan, jossa toimittajat ja yleisö voivat kohdata ja vaihtaa mielipiteitään. Joidenkin tutkimusten mukaan toimittajat ovat kritiikin pelossa kyllästyneet kirjoittamaan aiheista, joista nousee kohu ja saattavat siksi olla liiankin turvallisuushakuisia (Pöyhtäri ym., 2013). On siten merkittävä havainto, että suorassa yleisökontaktissa livejournalistit kokivat voivansa käsitellä vaikeita aiheita niin, että yleisö suhtautui niihin keskustelemaan uteliaasti, loukkaantumatta ja haastamatta riitaa.

Yleisösuhteen kolmas alateema, nöyryys yleisön edessä, tarkoittaa havaintoa siitä, että journalismin on oltava yleisölleen yhä merkityksellisempää. Livejournalistisen muodon opetteleminen olikin saanut toimittajat miettimään tarinankerrontaa laajemmin ja pohtimaan esimerkiksi verkkokerronnan keinojen täysimittaista hyödyntämistä. Jotkut esiintyjät kokivat, että livejournalistisen esityksen kokonaisuus – teksti, puhe, visuaalisuus, musiikki ja suora yleisökontakti –

olivat parhaimmillaan tuottaneet kokonaisuuden, jonka avulla aiheesta oli saatu irti kaikki potentiaali. Esiintyjät olivat jääneet miettimään, miten samaan pystyisi myös arkisessa työssä.

Tässä mielessä livejournalismilla voi olla muulle journalismille paljonkin annettavaa. Livejournalismi sallii muutokokeiluja ja se voi toimia koelaboratoriona, jonka ajatuksia voi viedä muuhun tekemiseen ja kirjoittamiseen. Journalismi kaikkialla pyrkii yhä syvempään kouruttavuuteen ja elämyksellisempään tarinankerrontaan, oli kyse sitten sanomalehdestä, kännykän ruudusta tai teatterista. Vaikka monet uudenlaiset kerronnan keinot käyttävät hyväkseen videoita, kuvaa, ääntä ja grafiikkaa, tarinankerronta lähtee edelleen liikkeelle tekstistä, sen mielekkästä tarjoilusta (Van Krieken, 2018).

## **7.2 Livejournalismin suhde tarinaan, tunteeseen ja subjektiivisuuteen**

Toinen tutkimuskysymykseni käsitteli sitä, miten livejournalistit tasapainoilevat esityksissään subjektiivisten tulkintojen ja journalismin perinteisen objektiivisuusvaatimuksen välillä. Työni viitekehyksessä sekä temaattisessa analyysissä hahmottelin kolme vastinparia, joiden kautta tätä kysymystä lähestyin. Ne olivat tarinallisuus-faktuaalisuus; tunteellisuus-etäisyys tunteisiin; subjektiivisuus-objektiivisuus. Tältä pohjalta syntyi työni toinen pääteema ja sen kolme alateemaa (Taulukko 2, sivu 51).

Toisen pääteeman ensimmäinen alateema - livejournalistin suhde tarinallisuuteen ja faktuaalisuuteen - osoittaa, että livejournalismi on kerrontatavoiltaan ja luonteeltaan narratiivista journalismia. Tarinallista muotoa tavoitellessaan livejournalismi lainaa monia narratiivisen tai kaunokirjallisen journalismin työkaluja: esityksiin rakennetaan kohtauksia, valitaan päähenkilöitä, käytetään vahvaa kertojaaäntä (Nousiainen, 2013). HS:n livejournalistien tavoin myös kansainvälisissä livejournalismituotannoissa ajatellaan livejournalismin jatkavan nimenomaan tarinallisen journalismin perinnettä.

Olen varonut liittämästä livejournalismia suoraan kaunokirjallisen journalismin perinteeseen, sillä nykymuotoinen livejournalismi on vasta muutaman vuoden ikäinen kokeilu, kun taas kaunokirjallisen journalismin juuret ovat yli 130 vuotta vanhat.

Livejournalismin ja kaunokirjallisen journalismin välillä on kuitenkin nähtävissä kiinnostava yhteys: kumpikin journalismin muoto on perustettu täydentämään uutisjournalismin puutteita, ratkaisemaan etäännyttäväksi koetun uutismuodon

aiheuttamia ongelmia. John Hartsockin (2000, 42-43; 131-132) mukaan narratiivinen journalismi sai alkunsa 1890-luvun Yhdysvalloissa siksi, että yleisö koki objektiivisuutta tavoittelevan uutistyylin liian vieraannuttavaksi. Tämän etäännyttävän kerrontatavan rinnalle haluttiin elävämpää ja tehokkaammin mieleen jäävää journalismia (emt., 78).

Hartsockin (2007) mukaan narratiivinen journalismi on kasvattanut suosiotaan 2000-luvulla ja haastanut objektiivisuutta tavoittelevan uutisjournalismin pitkään hallinnutta paradigmaa. Hartsockin mukaan narratiivisen journalismin vahvuus on kyky käsitellä monimutkaisia kokonaisuuksia niin, että lopputulos on helposti ymmärrettävä, se tavoittaa lukijat ja pitää heidät otteessaan paremmin kuin perinteinen ja enemmän etäännyttävä journalismi. Tarinaa voi ajatella kuin polkuna, jota seuraamalla lukija tietää, missä liikutaan.

Tarina ei kuitenkaan saa tarkoittaa sitä, että journalismia aletaan tehdä vain kertomuksen ehdoilla. Tästä esiintyjät olivat erityisen tarkkoja, ja paineistettu livetilanne olikin lisännyt tunnetta faktojen tarkistamisen tärkeydestä. Tämän katsottiin tuottaneen parempaa laatua kuin journalismissa keskimäärin: esiintyjät olivat miettineet tavallista enemmän tekstinsä ymmärrettävyyttä, loogisuutta ja elämyksellisyyttä – sitä, miten faktat ja tarinallisuus saataisiin kulkemaan tasapainoisesti.

Toisen pääteeman toinen ja kolmas alateema käsittelivät livejournalistin suhdetta tunteisiin sekä subjektiivisuuteen. Livejournalistien ajattelussa tunteet ja subjektiivisuus ovat tehokeinoja, työkaluja, joita he puheissaan hyödyntävät. Näihin elementteihin liitettiin voimakkaita varauksia ja niissä nähtiin merkittäviä vaaroja.

Livejournalistit vaikuttavat ajattelevan tunteiden käytöstä hyvin samaan tapaan kuin Mervi Pantin (2009) haastattelemat suomalaiset televisiotoimittajat: journalismin tärkein tehtävä on välittää tietoa, ja sopivasti käytettynä tunteet auttavat tiedon omaksumisessa. Sekä livejournalisteja että televisiotoimittajia vaikuttaisi ohjaavan suuri varovaisuus: tunteet kuuluvat journalismiin, mutta niitä on käytettävä harkiten.

Samankaltainen varovaisuus kuuluu myös livejournalistien suhtautumisessa subjektiivisuuteen. Subjektiivisuus on livejournalismin ja tarinallisuuden suola, jonka tarkoitus on lisätä asian ymmärrettävyyttä ja samaistuttavuutta. Parhaimmillaan subjektiivisuus tarkoittaa livejournalismissa aitoutta ja rehellisyyttä, vilpitöntä kertomisen halua. Subjektiivisuus on erityisen luontevaa silloin, kun livejournalisti avaa työtään: kertoo jutun synnystä ja pohtii tekemiään valintoja. Journalismin muutosta ja alan selviytymiskeinoja tutkineet tanskalaistoimittajat (Westergaard & Jørgensen, 2018) ovat tarjonneet journalismin yhdeksi selviytymiskeinoksi aikaisempaa suurempaa avoimuutta: kun kuulija tietää, mistä positiosta toimittaja

puhuu - on positio sitten maantieteellinen, sosioekonominen tai poliittinen - lukijoiden on helpompi arvioida toimittajan työtä ja samaistua siihen.

Subjektiivisuuden ja tunteiden käytön osalta livejournalistien haastattelut osoittavat, että vahvat joko-tai-dikotomiat eivät päde nykypäivän journalistien ajattelussa. Toimittaja voi jutussaan pyrkiä kaikin keinoin totuuteen ja yhteiskunnalliseen merkittävyyteen, mutta silti pohtia tarinankerronnan keinoja, tunteiden käyttöä ja subjektiivisuuden sopivaa määrää.

Nämä havainnot käyvät yksiin Karin Wahl-Jorgensenin tutkimustulosten kanssa. Wahl-Jorgensenin mukaan vanhat jyrkät kahtiajaot objektiivisuuteen ja subjektiivisuuteen sekä tunteellisuuteen ja rationaalisuuteen ovat nykyajassa liian yksinkertaistavia, nykyjournalistin työ ja tarinankerronta on monimutkaisempaa kuin vanha vastakkainasettelu (Wahl-Jorgensen, 2014, 316). Wahl-Jorgensenin (2013) mukaan subjektiivisuus toimii parhaimmillaan objektiivisuuden rinnalla, joskin jännitteisesti.

Tuloksiani ei pääse vielä vertaamaan Suomessa tehtyyn livejournalismin tutkimukseen, mutta kun työni oli loppusuoralla, ilmestyi yksi ensimmäisistä kansainvälisistä livejournalismia käsittelevistä tutkimuksista. Monet analyysini keskeiset tulokset ovat hyvin samansuuntaisia kuin Catherine Adamsilla (2020), joka on tutkinut brittiläisiä livejournalismituotantoja. Adams tutki tapahtumien yleisöä ja esiintyjä, ja teki tilaisuuksissa etnografista seuranta. Olen tiivistänyt seuraavaksi havainnot, jotka yhdistivät omaa tutkimustani ja Adamsin tutkimusta. Niiden mukaan livejournalismilla vaikuttaisi olevan seuraavat vahvuudet:

**Yhteinen kasvokkainen kokemus.** HS:n livejournalistit kokivat, että välitön vuorovaikutus ja yhteisen tilan jakaminen yleisön kanssa tekivät livejournalismista erityisen voimakkaan kokemuksen niin yleisölle kuin esiintyjällekkin.

Adamsin tutkimus yleisö koki, että toimittajan kuunteleminen elävänä oli hyvin intiimi kokemus. Journalistisen sisällön lisäksi yleisö pääsi arvioimaan toimittajan persoonaa, kehonkieltä, kasvojen ilmeitä, äänenpainoja ja sanatonta viestintää. Tämä teki journalismin kuluttamisesta inhimillisempää kuin normaalisti. Myös tarinoiden sisältämä henkilökohtaisuus, siis toimittajien omien mielipiteiden tai pohdintojen esiintuominen, olivat livejournalismille tärkeitä elementtejä. Yleisö reagoi esityksiin spontaanisti ja osin myös tunteikkaasti.

**Julkisen keskustelun areena.** HS:n Mustan laatikon livejournalistit mielsivät suoran kontaktin yleisön kanssa olevan vastapainoa nykyajan repivälle keskustelukulttuurille ja vääristeleväälle julkiselle keskustelulle. He ajattelivat myös, että livejournalismi madalsi kynnystä yleisön ja kasvottoman toimituksen välillä.

Palaute livetapahtumassa oli innostuneempaa, välittömämpää ja lämpimämpää, joissakin tapauksissa myös runsaampaa kuin arkisessa työssä.

Adamsin tutkimuksen perusteella yleisö koki livejournalimin julkisen keskustelun tilana, joka antoi mahdollisuuden antaa palautetta, esittää ideoita tai toiveita, keskustella ja kysyä toimittajilta kysymyksiä. Yleisö koki, että tunnelma livejournalismitapahtumissa oli positiivinen ja rakentava – kuitenkin niin, että yleisölle jäi mahdollisuus esittää kritiikkiä ja kyseenalaistaa journalistien näkemyksiä.

**Luottamuksen lisääntyminen.** HS:n toimittajat pitivät luottamuksen kasvua hyvin arvokkaana asiana. Livejournalismissa saattoi käsitellä arkoja ja hankaliakin aiheita niin, ettei yleisö kokenut sitä loukkaukseksi tai riidan haastamiseksi, toisin kuin perinteisen journalismin kohdalla joskus käy. Esiintyjät myös kokivat voimakkaasti, että heidän työllään oli merkitystä – ja tämä uskonvahvistus kantoi livejournalismista arkiseen työhön asti.

Adamsin tutkimuksen mukaan yleisön luottamus journalismiin vahvistui liveformaatin ansiosta. Tämä johtui paitsi inhimillisemmästä katsomiskokemuksesta, myös siitä, että yleisö koki toimittajat ammattilaisina, joilla oli vahva integriteetti. Kokemus oli miellyttävä myös Adamsin haastatteleuille journalisteille, jotka näkivät, että heillä on yleisöä ja jopa “faneja”.

**Taustojen avaaminen.** HS:n livejournalistit pitivät toimittajan työn taustojen avaamista alikäytettynä keinona journalismissa.

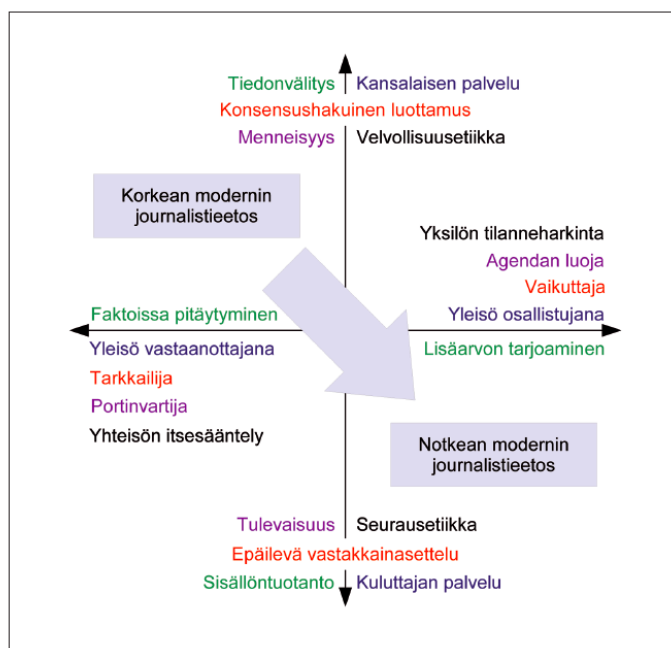
Adamsin mukaan monet yleisön jäsenet pitivät tärkeänä, että he pääsivät livejournalismissa kurkistamaan sisäpiiriin, journalistisen profession verhon taakse. Kun toimittajat kertoivat työtavoistaan ja ajattelustaan, he auttoivat samalla yleisöä ymmärtämään, miten journalismi toimii. Tämän koettiin lisäävän toimitustyön läpinäkyvyyttä.

Havainnot livejournalismin yleisösuhteesta Suomessa ja Britanniassa ovat siis hyvin samankaltaisia. Monet näistä havainnoista kuuluvat journalismin selviämiskamppailun ytimeen. Syvempien kokemusten tarjoaminen yleisölle, journalismin läpinäkyvyyden lisääminen, luottamuksen vahvistaminen ja sitä kautta myös yleisön maksuhalukkuuden lisääminen ovat kysymyksiä, joihin toimitukset kaikkialla yrittävät löytää vastauksia (Becket & Deuze, 2016; Newman ym., 2017; Newman ym., 2019). Myös yleisön sitouttamiseen eli paremman engagementin löytämiseen livejournalismilla näyttäisi olevan annettavaa (Adams, 2020).

### 7.3 Notkeita livejournalisteja korkein arvoihin?

Mitä uutta livejournalismin tutkiminen tuo käsityksiin suomalaisesta toimittajaprofessiosta? Anu Kantolan (2011) mukaan nykyiset toimitukset ovat siirtyneet notkean modernin aikakauteen, ja toimittajien työn eetosta määrittävät sellaiset seikat kuin ihmisläheisyys, liikkuvuus ja nopeus.

Kari Koljonen (2013, 22) on kuvannut muutosta oheisella nelikentällä:



KUVIO 1 Journalistieetoksen siirtyminen korkeasta notkeaan moderniin (Koljonen, 2013).

Monet Koljosen määrittelemät notkean toimittajaidentiteetin määreet vaikuttaisivat osuvan livejournalisteihin: he haluavat tarjota lisäarvoa, palvella kuluttajaa ja luoda sellaisia sisältöjä, jotka huomioivat yleisön tarpeet. Mitenkään ongelmitta livejournalistit eivät kuitenkaan tämän nelikentän määrittelyyn asetu. Monet nelikentän vastakkainasettelut – faktoissa pitäytyminen–lisäarvon tarjoaminen; yleisö vastaanottajana–yleisö osallistujana; sisällöntuotanto–tiedonvälitys; kansalaisen palvelu–kuluttajan palvelu vaikuttavat turhan yksinkertaistavilta.

Vaikka livejournalistit ovat kokeilunhaluisia ja valmiita esimerkiksi tunteiden käyttöön ja subjektiivisuuteen, heidän perustyötään ohjaavat silti korkean modernin

ideaalit – pyrkimys totuuteen ja journalismin yhteiskunnalliseen rooliin. Ne ovat yhä työn perusta, ilman niitä ei ole livejournalismiakaan.

Livejournalistit ovat siis yhdistelmä vanhaa ideaalia ja notkeaa kokeilunhalua. Se voi kuulostaa ristiriitaiselta määritelmältä, mutta tällainen identiteettien sekoittuminen ja yhdistyminen vaikuttaisi olevan suomalaisille toimittajille tyypillistä. Perinteisen vallan vahtikoira -roolin rinnalla nykyiset toimittajat kokevat tärkeänä myös tarinankerronnan ja yksilöiden tunteiden ja kokemuksista kertomisen (Pöyhtäri, Väliverronen & Ahva, 2014, 11).

## 7.4 Johtopäätöksiä livejournalismista ja jatkotutkimuksen aiheita

Livejournalismin tutkimus on vasta aivan alussa, mutta jo nyt uskaltaa sanoa, että muoto tuntuu herättävän sekä yleisössä tekijöissä kiinnostusta monissa maissa. Kuten Adams (2020) huomauttaa, teatterisaleihin mennessään journalismi myös tietyllä tavalla palaa juurilleen. Monissa maissa ja kulttuureissa journalismia esitettiin juuri puhumuodossa ennen sanomalehtien kehittymistä (katso myös Carey, 2003).

Toimittajille ja toimituksille livejournalismi vaikuttaisi olevan digimurroksessa innostava mahdollisuus. Livejournalistit tiedostavat ammattiinsa kohdistuvat suuret muutospaineet ja ovat siksi hyvin alttiita kokeilemaan uusia muotoja, vaikka niihin aluksi suhtauduttaisiin ennakkoluuloisestikin. Luovuus, jota toisinaan johdetaan toimitusorganisaatioissa huonosti (Malmelin, 2015), ei tämän gradutyön haastatteluiden perusteella ole kadonnut toimituksista minnekään. Haastatteluiden perusteella tärkeää oli, että livejournalismissa oli kyse puhtaasti journalistisesta hankkeesta, ei markkinointiponnistuksesta eikä brändinrakennuksesta – joskin hyvän journalistisen sisällön ja koukuttavan esitysmuodon nähtiin hoitavan myös näitä tehtäviä.

Tekniseen kehitykseen livejournalismi suhtautuu kahdella tapaa: yhtäältä livejournalismin voima on siinä, että se antaa yleisölle mahdollisuuden keskittyä journalismiin ilman teknisiä häiriötekijöitä. Googlen markkinoinnista ja brändistä vastaava johtaja Nelly Kennedy sanoi Pop-Up Magazinen esityksen nähtyään, “ettei ole montaa kertaa päässyt näkemään tilaisuutta, jossa yleisö olisi sataprosenttisen keskittynyt” (Peterson, 2019). Kennedy piti tilaisuuden engagemientia vahvana ja koko tilaisuutta ainutlaatuisena. Tässä mielessä livejournalismi soutaa nykyistä teknologista kehitystä vastaan. Toisaalta juuri uuden muodon kokeileminen oli herättänyt monet HS:n Musta laatikko -esiintyjät ajattelemaan, miten verkkokerronnan mahdollisuuksia voisi käyttää nykyistä paremmin. Tämä ajatus sivuaa Andrew Chadwickin kehittämää ajatusta “hybridistä” mediaympäristöstä: elämme keskellä suurta muutosta, jossa lineaarinen perinteinen media ja verkottunut

uusi media kohtaavat. Ne lainaavat toisiltaan muotoja, tyylejä ja tapoja (Chadwick, 2017).

Livejournalistien eetos on sijoitettavissa myös alan tulevaisuutta pohtineiden Beckettin ja Deuzen (2016) ajatukseen, jonka mukaan journalismi voi säilyttää yhteiskunnallisen merkityksensä vain, jos se säilyttää kriittisen ja itsenäisen roolinsa, mutta onnistuu yhdistämään sen sellaisiin sisältöihin, jotka ovat inhimillisesti merkityksellisiä. Tämä tarkoittaa perinteistä tiukkaa raportointia, kattavaa kontekstointia ja keskustelevaa otetta. Livejournalismin voi nähdä tavoittelevan tällaista yhdistelmää.

Livejournalismissa riittää myös runsaasti jatkotutkimuksen kulmia. HS:n Musta laatikko -esitysten yleisön kokemusten ja mielipiteiden selvittäminen on tutkimuskulmista kenties kaikkein mielenkiintoisin: mitä yleisö esityksistä ajattelee, miksi liput myydään loppuun, mitä yleisö kokee livejournalismista saavansa?

Käsikirjoituksia ja esitysten sisältöjä tarkemmin tutkimalla voi perehtyä livejournalismin kerronnan keinoihin, aiheisiin ja dramaturgiaan sekä saada syventävää tietoa esimerkiksi tässä tutkimuksessa käsitellyistä teemoista: tunteiden käytöstä ja journalistien subjektiivisuudesta.

Myös mediataloudellinen näkökulma on kiinnostava. Sanomalehteen tai verkkojuttuihin verrattuna livejournalismi tavoittaa yleisöä niukasti, mutta antaa yleisölle huomattavasti vahvemman kokemuksen. Voisiko livejournalismi osaltaan vahvistaa yleisön suhdetta journalismiin ja mediataloihin niin paljon, että sillä on vaikutusta esimerkiksi maksuhalukkuuteen? Westergaardin ja Jorgensenin (2018) mukaan yleisö haluaa perinteisen lehtitilauksen sijaan kokea kuuluvansa ”klubiin”, kokea saavansa jotakin enemmän tilauksen vastapainoksi. Tätä klubiajatusta tutkimalla ja kehittämällä livejournalismin formaattia voisi kenties muunnella, testata ja viedä teatterin lavalta myös erityyppisille yleisöille.

Livejournalismin suuri potentiaali voisi olla myös koululaisesityksissä. Kuten työni alussa mainitsin, Mustan laatikon koululaisnäytöksistä on alustavia lupaavia kokemuksia, mutta toistaiseksi koululaisten – yläkoululaisten, ammattikoululaisten ja lukiolaisten – määrä esityksissä on ollut melko vähäinen. Miten toimisi laajempi, vaikkapa kaikkia Suomen yhdeksäsluokkalaisia tavoitteleva livejournalistinen kiertue tai esityssarja? Tällainen kiertue voisi hyödyttää niin nuoria yleisöjä etsiviä mediataloja kuin kouluja ja oppilaitakin. Hankkeen avulla pystyisi varmasti myös tutkimaan, miten nuoret suhtautuvat suomalaiseen journalismiin, millaiset aiheet ja käsittelytavat puhuttelevat heitä ja mitkä eivät.

Puheviestinnän ja esiintymisen tutkimiseen livejournalismi tarjoaa kiinnostavan esiintymistilanteen. Mustan laatikon esiintyjät joutuvat teatterissa kovan paikan eteen. Edessä on pimeä sali, jossa istuu 700 lipun ostanutta katsojaa. Esiintyjän on astuttava yleisön eteen, otettava Suomen kansallinen päänäyttämö haltuun yksin ja vangittava



yleisön mielenkiinto vain oman tarinansa voimalla. Tilanne on kenelle tahansa jännittävä. Helsingin Sanomissa on nyt miltei sata tällaisen laadukkaan esiintymiskoulutuksen läpikäynyttä journalistia. Esiintymistaitoa voisi hyödyntää monenlaisin kokeiluin: viemällä toimittajia vetämään erilaisia keskusteluita tai kertomaan siitä, miten heidän omat juttunsa ovat syntyneet.

Läpinäkyvyys ylipäättään oli yksi keskeisimpiä esille nousseita havaintoja haastatteluissa, ja läpinäkyvyyden lisäämistä pidetään myös journalismin tulevaisuuden ja uskottavuuden kannalta avainasiana (McNair, 2017). Livejournalistien haastatteluiden pohjalta voi miettiä, millaisia muita tapoja journalisteilla voisi olla juttujensa taustojen avaamiseen. Voisiko juttujen taustoja avata esimerkiksi videolla, joka tarjotaan lukijalle ennen jutun lukemista tai sen jälkeen? Tai voisiko lähdekäytäntöjä, haastateltavien valintoja, eettisiä pohdintoja ja toimittajien omia kiinnostuksen kohteita avata nykyistä tarkemmin jutun yhteydessä? Voisiko journalismin kulissien raottaminen lisätä yleisön ymmärrystä ja hälventää väärinkäsityksiä? Ainakin livejournalismin yhteydessä tästä on lupaavia kokemuksia.

Livejournalismin tarinallisuutta voi hyödyntää monenlaisessa kirjoittamisessa. Kenties lähimpänä livejournalistista muotoa ovat tarinalliset journalistiset podcastit, joita ei Suomessa juurikaan ole tutkittu eikä esimerkiksi Helsingin Sanomat ole sellaisia tuottanut vielä lainkaan. Journalistiset podcastit ovat maailmalla saavuttaneet merkittävää suosiota, mistä osoituksena The New York Timesin merkittävä panostus niihin (Abrams, 2020). Podcastissa on mahdollista toistaa monia livejournalismin vahvuudet: intiimiyttä, tarinallisuutta, työn taustojen avaamista ja toimittajien omien pohdintojen esiintuomista.

Koska livejournalismi on uusi ilmiö, myös livejournalismin kansainvälisten tuotantojen seuraamisessa riittäisi tutkittavaa. Helsingin Sanomat on toistaiseksi ainoa perinteinen mediatalo maailmassa, joka on pyörittänyt livejournalismituotantoa säännöllisesti vuosien ajan. Koronakeväänä livejournalismi törmäsi nopeasti suuriin vaikeuksiin, kun esityksiä jouduttiin perumaan kaikkialla maailmassa. Eräs hyödyllinen tutkimusnäkökulma voisikin olla livekokemuksen ja videostriimin vertailussa. Mitä livejournalismi menettää tehostaan, kun katsoja seuraa esitystä pelkän videokuvan varassa? Ja kääntäen: miten videostriimin tehoa voisi parantaa ja kehittää, mitkä tekijät saavat katsojan jatkamaan sen seuraamista?

Olisiko livejournalismi taivutettavissa muotoon, jota seurattaisiin kotiruuduilta massoittain? Vai onko livejournalismi aina tehokkaimmillaan teatterin pimeydessä, jossa häiriötön keskittyminen ja yhteinen katsomiskokemus tuovat esityksiin jotakin aivan erityistä, sellaista, joka on tarjolla vain harvoille ja valituille kerrallaan?



## LÄHTEET

- Abrams, R. (22.7.2020). New York Times to buy production company behind 'Serial' podcast. *The New York Times*. Haettu osoitteesta <https://www.nytimes.com/2020/07/22/business/media/new-york-times-serial.html>
- Adams, C. (15.1.2020). Putting news on stage: Bringing journalism back to the theater as a public space. *NiemanLab*. Haettu osoitteesta [https://www.niemanlab.org/2020/01/putting-news-on-stage-bringing-journalism-back-to-the-theater-as-a-public-space/?fbclid=IwAR0iTwPE86B-pqwd7Cf3M4Emgdc1MmCuWV8txnu3y-i8r7yq6N\\_aWchFI5Y](https://www.niemanlab.org/2020/01/putting-news-on-stage-bringing-journalism-back-to-the-theater-as-a-public-space/?fbclid=IwAR0iTwPE86B-pqwd7Cf3M4Emgdc1MmCuWV8txnu3y-i8r7yq6N_aWchFI5Y)
- Adams, C. (2020). News on stage: Towards re-configuring journalism through theatre to a public sphere. *Journalism practice, ahead-of-print*. doi:10.1080/17512786.2020.1771754
- Alter Mark, L. (3.10.2019). Pop-Up Magazine is coming to a city near you - and you'll want to be there. *Forbes*. Haettu osoitteesta <https://www.forbes.com/sites/loisaltermark/2019/10/03/pop-up-magazine-is-coming-to-a-city-near-youand-youll-want-to-be-there/#652bf7a11f54>
- Bauman, Z. (2002) Notkea moderni. Tampere: Vastapaino.
- Bech Sillesen, L. (maalis-huhtikuu 2015). The power of Pop-Up Magazine's live journalism. *Columbia Journalism Review*. Haettu osoitteesta [https://www.cjr.org/the\\_feature/the\\_power\\_of\\_pop-up.php](https://www.cjr.org/the_feature/the_power_of_pop-up.php)
- Beckett, C. & Deuze, M. (2016). On the role of emotion in the future of journalism. *Social Media + Society*, 2(3), 1-6.
- Call, W., & Kramer, M. (2007). *Telling true stories : a nonfiction writers' guide from the Nieman Foundation at Harvard University*. Plume.
- Carey, J. W. (2007). A short history of journalism for journalists: A proposal and essay. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 12(1), 3-16.
- Chadwick, A. (2017). *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford University Press.
- Chalaby, J. K. (1996). Journalism as an Anglo-American invention: A comparison of the development of French and Anglo-American journalism, 1830s-1920s. *European Journal of Communication*, 11(3), 303-326.

Chanatry, H. (11.11.2016). Pop-Up Magazine pushes boundaries of journalism with a night of live storytelling. *Wbur. Boston's NPR news station*. Haettu osoitteesta <https://www.wbur.org/artery/2016/11/11/pop-up-magazine-boston>

Cherubini, F., & Nielsen, K. N. (2016). Editorial analytics: how news media are developing and using audience data and metrics. *Reuters Institute Digital News Report*. Oxford, UK: Oxford University.

Costera Meijer, I., & Bijleveld, H. P. (2016). Valuable Journalism: Measuring news quality from a user's perspective. *Journalism Studies: The Future of Journalism: Risks, threats and opportunities*. Guest edited by Stuart Allan, Lena Dincik and Iñaki Garcia-Blanco, 17(7), 827-839

Dagoula, C. (2018). Making sense of innovative and disruptive news in the digital age. *Journal of Applied Journalism & Media Studies*, 7(3), 575-580.  
[https://doi.org/10.1386/ajms.7.3.575\\_1](https://doi.org/10.1386/ajms.7.3.575_1)

Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464.

Deuze, M. (2007). *Media work*. Polity Press.

Der Tagesspiegel (8.1.2020). Journalisten auf der Bühne im Heimathafen Neukölln. *Tagesspiegel*. Haettu osoitteesta <https://www.tagesspiegel.de/berlin/reporter-slam-journalisten-auf-der-buehne-im-heimathafen-neukoelln/25397468.html>

Die Zeit. (2020). *Die Zeit*. Haettu osoitteesta <https://verlag.zeit.de/veranstaltungen/ausblick/>

Ellis, J. (22.5.2015). Open-mic journalism: How the Arizona Republic found success with storytelling events. *NiemanLab*. Haettu osoitteesta [https://www.niemanlab.org/2015/05/open-mic-journalism-how-the-arizona-republic-found-success-with-storytelling-events/?utm\\_source=Daily+Lab+email+list&utm\\_campaign=202e295b3d-dailylabemail3&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_d68264fd5e-202e295b3d-395914437](https://www.niemanlab.org/2015/05/open-mic-journalism-how-the-arizona-republic-found-success-with-storytelling-events/?utm_source=Daily+Lab+email+list&utm_campaign=202e295b3d-dailylabemail3&utm_medium=email&utm_term=0_d68264fd5e-202e295b3d-395914437)

Erho, N. (28.4.2016). Journalismia livenä. *Journalisti*. Haettu osoitteesta <https://www.journalisti.fi/artikkelit/2016/6/journalismia-liven/>

Eskola, J., & Suoranta, J. (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.

Esser, F., & Umbricht, A. (2014). The Evolution of objective and interpretative journalism in the western press: Comparing six news systems since the 1960s. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(2), 229-249.

- Gibbs, A. (2011). Affect theory and audience. Teoksessa Nightingale, V. (toim.) *The handbook of media audiences* (s. 251-266). Chichester: Wiley-Blackwell.
- Haikarainen, R. (29.5.2015). Journalismi muuttui live-tapahtumaksi, joka myy salit loppuun. *Stipendiblogi*. Haettu osoitteesta <https://www.stipendiblogi.fi/journalismi-muuttui-live-tapahtumaksi-joka-myy-salit-loppuun.html>
- Harbers, F. (2016). Time To Engage: De Correspondent's redefinition of journalistic quality. *Digital Journalism*, 4(4), p. 494
- Harbers, F., & Broersma, M. (2014). Between engagement and ironic ambiguity: Mediating subjectivity in narrative journalism. *Journalism*, 15(5), 639-654.
- Harju, A., Koljonen, K., & Heinonen, A. (2017). *Yhteistä uuteen alkuun: toimittajien kertomuksia mediatyön murroksesta*. Tampere: Tampere University Press.
- Hartsock, J. C. (2000). *A history of American literary journalism: The emergence of a modern narrative form*. Amherst (Mass.): University of Massachusetts Press.
- Hirsjärvi, S., & Hurme, H. (2000). *Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Helsinki University Press.
- Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. & Liikanen, P. (1997). *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Journalistin ohjeet. (25.4.2020). *Julkisen sanan neuvosto*. Haettu osoitteesta [https://www.jsn.fi/journalistin\\_ohjeet/](https://www.jsn.fi/journalistin_ohjeet/)
- Junkkari, M. (12.9.2019). Miksi taloutta pitää puolustaa? *Helsingin Sanomat*. Haettu osoitteesta <https://www.hs.fi/paivanlehti/12092019/art-2000006235655.html>
- Järventie-Thesleff, R., Moisander, J., & Villi, M. (2014). The strategic challenge of continuous change in multi-platform media organizations - A strategy-as-practice erspective. *International Journal on Media Management*, 16(3-4), 123-138.
- Kantola, A. (2011a). Notkistuva julkinen elämä. Teoksessa A. Kantola (toim.), *Hetken hallitsijat. Julkinen elämä notkeassa yhteiskunnassa*. (s. 11-16.) Gaudeamus Helsinki University Press.
- Kantola, A. (2011b). Modernin julkisuuden teoria ja käytännöt. Teoksessa A. Kantola (toim.), *Hetken hallitsijat. Julkinen elämä notkeassa yhteiskunnassa*. (s. 17-41.) Gaudeamus Helsinki University Press.

- Kantola, A. (2011c) Notkean journalismin nousu. Teoksessa A. Kantola (toim.) *Hetken hallitsijat. Julkinen elämä notkeassa yhteiskunnassa.* (s. 115-141.) Gaudeamus Helsinki University Press.
- Kekäle, J., & Puusa, A. (2020). Tiedesodat. Realistinen ja konstruktionistinen maailmankäsitys. Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.), *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät.* (s. 41-55.) Helsinki: Gaudeamus
- Koivuranta, R., & Mahlamäki, H. (28.9. 2016). HS:n toimittajat paljastavat koskettavien juttujen tarinat yleisön edessä. *Helsingin Sanomat.* Haettu osoitteesta <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000002922997.html>
- Koljonen Kari (2013a) Kriisi journalismissa. Kansakunnan katastrofit ja muuttuva professio. Tiedotusopin väitöskirja. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Koponen, K. (23.2.2015). HS:n kirjeenvaihtajat vetivät suuryleisön Sanomataloon – video tilaisuudesta HSTV:ssä. *Helsingin Sanomat.* Haettu osoitteesta <https://www.hs.fi/ulkomaat/art-2000002803386.html>
- Kunelius, R. (1998). *Viestinnän vallassa: Johdatusta joukkoviestinnän kysymyksiin.* Porvoo; Helsinki; Juva: WSOY.
- Kuparinen, S. (2013). *Monologisuudesta moniäänisyyteen. Journalistinen dokumenttiteatteri yhden totuuden maassa.* (opinnäytetyö, Teatterikorkeakoulu). Haettu osoitteesta [https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/39566/Kuparinen\\_Susanna\\_2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/39566/Kuparinen_Susanna_2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Küng, Lucy (2008): *Strategic management in the media industry: Theory to practice.* Lontoo: Sage.
- Küng, Lucy (2017): *Going digital: A roadmap for organisational transformation.* Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.
- Larson, C. (2015). Live publishing: The onstage redeployment of journalistic authority. *Media, Culture & Society*, 37(3), 440-459.
- Lassila-Merisalo, M. (2009). *Faktan ja fiktion rajamailla: Kaunokirjallisen journalismin poetiikka suomalaisissa aikakauslehdissä.* Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Lehtisaari, K., Villi, M., Grönlund, M., Lindén, C., Mierzejewska, B. I., Picard, R. & Roepnack, A. (2018). Comparing Innovation and Social Media Strategies in Scandinavian and US Newspapers. *Digital Journalism: The Future of Journalism.* Guest Edited by Karin Wahl-Jorgensen, Andrew Williams and Arne Hintz, 6(8), s. 1029-1040.

- Lehto, K. (2006). *Aatteista arkeen: Suomalaisten seitsenpäiväisten sanomalehtien linjapapereiden synty ja muutos 1971-2005*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Luostarinen, H. (2002). Moneksi muuntuva journalismi. Teoksessa Perko, T., Salokangas, R., Luostarinen, H. (toim.) *Median varjossa* (s. 22-29). Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, Mediainstituutti.
- Lyytinen, J. (4.1.2016). Helsingin Sanomat tuo journalismin ja toimittajat näyttämölle – tapahtumien sarja alkaa helmikuussa. *Helsingin Sanomat*. Haettu osoitteesta <https://www.hs.fi/kulttuuri/art-2000002877899.html>
- Lyytinen, J. (2020). Pulling back the curtain: How live journalism is re-engaging news audiences. Reuters Institute Fellowship Paper. *University of Oxford*. Haettu osoitteesta <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/pulling-back-curtain-how-live-journalism-re-engaging-news-audiences>
- Lämsä, H. (30.1.2015). Väittely sananvapaudesta aloitti HS:n uuden keskustelutapahtumien sarjan. *Helsingin Sanomat*. Haettu osoitteesta <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000002796588.html>
- Malhotra, R. [RiinaMalhotra]. (1.10.2018). Tokan kerran Kansallisteatterissa katsomassa [#mustalaatikko](#):a - virkistyin, valistuin, liikutuin. Parasta journotainmenttia, jälleen kerran. Kiitos [@hsfi](#):n jengi! [twiitti] Haettu osoitteesta <https://twitter.com/RiinaMalhotra/status/1046834606870282240>
- Malmberg, I. (1998.) Uroot ja naaraat – journalismin kaksi tiedonintressiä. Teoksessa A. Kantola & T. Mörä (toim.), *Journalismia! Journalismia?* (s. 41-52). Porvoo; Helsinki; Juva: Wsoy.
- Malmelin, N. (2015). Mediajohtaminen muutoksessa. Teoksessa N. Malmelin, & M. Villi (toim.), *Mediajohtaminen: näkökulmia uudistuvaan media-alaan* (s. 133-154). Helsinki: Gaudeamus.
- McNair, B. (2017). After Objectivity?: Schudson's sociology of journalism in the era of post-factuality. *Journalism Studies: The Unlovable Press: Conversations with Michael Schudson*. Guest-edited by Marcel Broersma and Chris Peters, 18(10), 1318-1333.
- Miettinen, A. (21.7.2013). Suuri käyntikortinmetsästys. *Helsingin Sanomat*. Haettu osoitteesta <https://www.hs.fi/sunnuntai/art-2000002662756.html>
- Nalbantoglu, M. (2016). *Klikkien ja ihanteiden välissä: Helsingin Sanomien esimiestoimittajien ammatti-ideologia ja analytiikan käyttö arjen työssä* (pro gradu - tutkielma, Tampereen yliopisto). Haettu osoitteesta

[https://andor.tuni.fi/permalink/358FIN\\_TAMPO/i4qs1o/alma998847704205973](https://andor.tuni.fi/permalink/358FIN_TAMPO/i4qs1o/alma998847704205973)

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D.A.L. and Nielsen, R.K. (toim.) (2017). Reuters Institute Digital News Report 2017. Oxford, UK: Oxford University. Haettu osoitteesta [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf)

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Nielsen, R.K. (toim.) (2019). Reuters Institute Digital News Report 2019. Oxford, UK: Oxford University. Haettu osoitteesta [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR\\_2019\\_FINAL\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf)

Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andı, S., Nielsen, R. K. (toim) (2020). Reuters Institute Digital News Report 2020. Oxford, UK: Oxford University. Haettu osoitteesta [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf)

Nielsen, R. K., & Selva, M. (2019). More important, but less robust? Five things everybody needs to know about the future of journalism. Reuters Institute. Haettu osoitteesta [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-01/Nielsen\\_and\\_Selva\\_FINAL\\_0.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-01/Nielsen_and_Selva_FINAL_0.pdf)

Nousiainen, A. (2013). A bunch of distractive writing. Why has fact-based and extensively reported American style narrative journalism not gained ground in Europe? Reuters Institute Fellowship Paper. *University of Oxford*. Haettu osoitteesta <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/A%2520Bunch%2520of%2520Distractive%2520Writing.pdf>

Okkonen, A. (1974). *Toimittajan työ: 1*. Hämeenlinna: Karisto.

Pantti, M. (2009). Tunteellisempaa journalismia. Teoksessa E. Väliverronen (toim.), *Journalismi murroksessa*. (s. 193-206.) Helsinki: Gaudeamus

Patterson, J. (8.4. 2019). How live journalism is gaining traction and engaging audiences around the world. *FIPP Connecting Global Media*. Haettu osoitteesta <https://www.fipp.com/news/features/how-live-journalism-gaining-traction>

Peters, C. (2011). Emotion aside or emotional side? Crafting an 'experience of involvement' in the news. *Journalism*, 12(3), 297-316.



- Peterson, T. (25.2. 2019). Pop-Up Magazine is now helping brands put on their own events. *Digiday*. Haettu osoitteesta <https://digiday.com/media/pop-magazine-helping-brands-events/>
- Pietiläinen, T. (19.7.2018). Puoluesihteerien keskuudessa kytee tyytymättömyys Suomi-Areenaa kohtaan. *Helsingin Sanomat*. Haettu osoitteesta <https://www.hs.fi/politiikka/art-2000005762344.html>
- Posetti, J. (2018). Time to step away from the 'bright, shiny things'? Towards a sustainable model of journalism innovation in an era of perpetual change. The Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford.
- Puusa, A. & Juuti, P. (2020). Laadullisen tutkimuksen tieteenfilosofinen tausta. Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.), *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*. (s. 25-40.) Helsinki: Gaudeamus.
- Puusa, A., & Juuti, P. (2020). Organisaationäkökulma esimerkkinä laadullisen tutkimuksen yleistymisestä. Teoksessa A. Puusa & P. Juuti (toim.), *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*. (s. 61-74.) Helsinki: Gaudeamus
- Pöyhtäri, R., Haara, P., & Raittila, P. (2013). *Vihapuhe sananvapautta kaventamassa*. Tampere: Tampere University Press.
- Pöyhtäri, R., Väliaverronen, J., & Ahva, L. (2014). *Mistä on suomalainen toimittaja tehty? Worlds of Journalism -surveyn tuloksia Suomesta*. Tampereen yliopisto.
- Raeijmaekers, D., & Maesele, P. (2017). In objectivity we trust? Pluralism, consensus, and ideology in journalism studies. *Journalism*, 18(6), 647-663.
- Reunanen, E., & Koljonen, K. (2014). *Toimittajan sanansijat*. Tampere University Press.
- Ruotsalainen, J., & Villi, M. (2018). Hybrid engagement: Discourses and scenarios of entrepreneurial journalism. *Media and Communication*, 6 (4), 79-90.  
doi:10.17645/mac.v6i4.1465
- Saarikoski, S. (2012). Brands, stars and regular hacks – a changing relationship between news institutions and journalists. Reuters Institute Fellowship Paper. *University of Oxford*. Haettu osoitteesta [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Brands Stars and Regular Hacks - a changing relationship between news institutions and journalists.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Brands%20Stars%20and%20Regular%20Hacks%20-%20a%20changing%20relationship%20between%20news%20institutions%20and%20journalists.pdf)

- Sanoma. (4.1. 2016). Helsingin Sanomat tuo huippujournalismin näyttämölle. Tiedote. Haettu osoitteesta <https://sanoma.fi/tiedote/helsingin-sanomat-tuo-huippujournalismin-nayttamolle/>
- Savchuk, K. (18.12.2018). The Pitch: How to crack the code of live storytelling with Pop-Up Magazine. *Nieman storyboard*. Haettu osoitteesta <https://niemanstoryboard.org/stories/the-pitch-how-to-crack-the-code-for-live-storytelling-with-pop-up-magazine/>
- Schudson, M. (2001). The objectivity norm in American journalism. *Journalism*, 2(2), 149-170.
- Seuri, O. (14.8.2019). Miksi överit on paremmat kuin vajarit, Ruben Stiller? *Yleisradio*. Haettu osoitteesta <https://areena.yle.fi/audio/1-50248695>
- Seuri, V. (25.2.2020). Datahuuma käänsi toimitusten huomion numeroihin, nyt on aika puhua taas journalismista. *Suomen lehdistö*. Haettu osoitteesta <https://suomenlehdisto.fi/datahuuma-kaansi-toimitusten-huomion-numeroihin-nyt-on-aika-puhua-taas-journalismista/>
- Suomi-areena. (2020). Suomi-areenan tarina. SuomiAreena. Haettu osoitteesta <https://suomiareena.fi/info/suomiareenan-historia#gs.3yj4eb>
- Swisher, K. (27.11. 2018). Can Laurene Powell Jobs save storytelling? *The New York Times*. Haettu osoitteesta <https://www.nytimes.com/2018/11/27/opinion/laurene-powell-jobs-emerson-pop-up.html>
- Tenenboim, O., & Stroud, N.J. (2020): Enacted journalism takes the tage: How audiences respond to reporting-based theater. *Journalism Studies*, 21(6), 713-730.
- Torkki, J. (2006). Puhevalta. *Kuinka kuulijat vakuutetaan*. Otava.
- Tuchman, G. (1972). Objectivity as strategic ritual: An examination of newsmen's notions of objectivity. *American Journal of Sociology* 77(4), 660-79.
- Tuomi, J., & Sarajärvi, A. (2018). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. (Uudistettu laitos.) Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Van Krieken, K. (2018). Multimedia Storytelling in Journalism: Exploring Narrative Techniques in Snow Fall. *Information*, 9(5). doi:10.3390/info9050123
- Villi, M., Grönlund, M., Linden, C., Lehtisaari, K., Mierzejewska, B., Picard, R. G., & Roepnack, A. (2020). "They're a little bit squeezed in the middle": Strategic

- challenges for innovation in US Metropolitan newspaper organisations. *Journal of Media Business Studies: Strategic Media Management*, 17(1), 33-50.
- Von Boehm, J. (2016). Teatteri, globalisaatio ja sen kriisit. Teoksessa Makkonen A., Paavolainen P. ja von Boehm, J. (toim.) *Eurooppalaisen teatterin historiaa*. Haettu osoitteesta <https://disco.teak.fi/euteatteri/>
- Wahl-Jorgensen, K. (2013). *Subjectivity and story-telling in journalism: Examining expressions of affect, judgement and appreciation in Pulitzer Prize-winning stories*. *Journalism Studies*, 14(3), 305-320.
- Wahl-Jorgensen, K. (2014): Changing technologies, changing changing journalistic epistemologies: Public participation, emotionality and the challenge to objectivity. Cardiff University. Haettu osoitteesta [http://www.academia.edu/download/37032701/changing\\_technologies\\_changing\\_journalistic\\_epistemologies.docx](http://www.academia.edu/download/37032701/changing_technologies_changing_journalistic_epistemologies.docx)
- Wahl-Jorgensen, K. (2014): Changing technologies, changing paradigms of journalistic practice: Emotionality, authenticity and the challenge to objectivity. Teoksessa Zimmerman, C and Schreiber, M (toim.): *Technologies, Media and Journalism*. Campus/Yale University Press. 264-283.
- Wahl-Jorgensen, K., Williams, A., Sambrook, R., Harris, J., Garcia-Blanco, I., Dencik, L., Allan, S. (2016). The Future of Journalism: Risks, threats and opportunities. *Journalism Studies: The Future of Journalism: Risks, threats and opportunities*. Guest edited by Stuart Allan, Lena Dincik and Iñaki Garcia-Blanco, 17(7), 801-807. doi:10.1080/1461670X.2016.1199486
- Wahl-Jorgensen, K. (2019). Questioning the ideal of the public sphere: The emotional turn. *Social Media + Society*, 5(3), 1-3.
- Wang, S. (25.6.2018). When it comes to launching serious, sustainable membership programs for journalism, ask for more, more often, and aim higher. *Niemanlab*. Haettu osoitteesta <https://www.niemanlab.org/2018/06/when-it-comes-to-launching-serious-sustainable-membership-programs-for-journalism-ask-for-more-more-often-and-aim-higher/?relatedstory>
- Westergaard, P., & Jorgensen, S.S. (11.7.2018). 54 newsrooms, 9 countries, and 9 core ideas: Here's what two researchers found in a yearlong quest for journalism innovation. *NiemanLab*. Haettu osoitteesta <https://www.niemanlab.org/2018/07/54-newsrooms-9-countries-and-9-core-ideas-heres-what-two-researchers-found-in-a-yearlong-quest-for-journalism-innovation/>

Vodanovic, L. (2020). Aesthetic experience, news content, and critique in live journalism events. *Journalism practice (ahead-of-print)*.  
doi:10.1080/17512786.2020.1796763

Teatterikorkeakoulun julkaisusarja 55. Haettu osoitteesta  
<https://disco.teak.fi/euteatteri/>

Väliaverronen, E. (2009): Journalismi kriisissä? Teoksessa Väliaverronen, Esa (toim.):  
*Journalismi murroksessa*. (s. 13-31.) Helsinki: Gaudeamus.

## **LIITTEET**

### **LIITE 1: TEEMAHAASTATTELUN KYSYMYSRUNKO**

#### **Livejournalismin voima -tutkimushanke: Toimittajien teemahaastattelujen kysymysrunko**

Ääninauhalle tiedot:

- Haastattelijan nimi
- Haastattelu-aika ja -paikka
- Suostumuslomakkeen läpikäynti

Vastauksia käsitellään anonyymisti. Anonymisoitu aineisto tallennetaan Yhteiskuntatieteelliseen tietoaarkistoon ja se on käytettävissä myös muihin tutkimuksiin.

Rekisterinpitäjä on Livejournalismin voima -tutkimushanke. Hankkeen kotiyliopisto on Turun yliopisto ja hankkeen koordinaattorina toimii Aalto-yliopiston viestintäpäällikkö Riikka Haikarainen.

#### **Assosiaatiot:**

Sano ensimmäinen mieleen tuleva asia, sana tai lause:

- Livejournalismi
- Musta laatikko
- Toimittajan yleisösuhte
- Objektivisuuden ihanne
- Journalismi

#### **Perustiedot:**

- Ikä ja sukupuoli
- Kuinka paljon työkokemusta toimittajana
- Mikä tämän hetken työnkuva ja nimike?

- Milloin esiinnyit Musta laatikko -tuotannossa ja kuinka monessa tuotannossa olet ollut mukana?

### **Kysymykset kokemuksesta yleisesti:**

- Kerro aluksi omin sanoin, minkälainen kokemus Musta laatikko -esitys oli?
- Kerro vielä, mistä aiheista puhuit?
- Onko joku journalismin muoto/media/mediatuote, joka on samantyyppinen kuin Mustaa laatikko tai johon voi verrata Mustaa laatikkoa?

### **1. TEEMA: Toimittajan suhde yleisöön**

(**Tutkimuskysymys 1:** Miten esiintyjät eli Mustassa laatikossa puhuneet toimittajat rakentavat läheisempää suhdetta yleisönsä kanssa?)

*Seuraavaksi on tarkoituksena käydä läpi toimittajan yleisösuhdetta ja mielipiteitäsi sekä kokemuksiasi sen suhteen.*

1. Miten kuvailisit Musta laatikko -esityksien aikana muodostunutta suhdetta yleisön kanssa?
  - Millaista palautetta sait yleisöltä?
2. Millä tavoin rakensit esityksissä suhdettasi yleisöön?
  - Mitkä asiat mielestäsi olivat tärkeitä yleisön mielenkiinnon saavuttamiseksi ja ylläpitämiseksi? Voit miettiä sekä omaa esitystäsi että koko ML-tuotantoa.
  - Ajateltiinko yleisöä mielestäsi enemmän kuin muussa journalismissa?
  - Mitkä asiat mielestäsi tekevät hyvän ML-esityksen?
  - Millaisia tunteita käytit lavalla? Miten niitä rakennettiin tekstiin ja esitykseen?
  - Mitä ajattelet ylipäättään tunteiden käytöstä journalismissa?
3. Mitkä asiat toimittajan ja yleisön suhteessa ovat mielestäsi juuri nyt tärkeitä?
  - Onko oma yleisösuhteesi muuttunut vuosien varrella?

4. Onko suhde yleisöön Mustassa laatikossa jollain tavalla erilainen kuin työssäsi toimittajana/tuottajana ? Jos on, niin miten?
5. Muuttuiko yleisösuhteesi tai sen rakentamisen tavat työssäsi Mustan laatikon jälkeen?
  - Voisiko Mustan laatikon yleisösuhteen rakentamisen tapoja hyödyntää työssäsi jotenkin?

## **2. TEEMA: Toimittajan suhde objektiivisuuteen ja subjektiivisuuteen**

(**Tutkimuskysymys 2:** Miten toimittajan subjektiivisuutta hyödynnetään tarinankerronnassa, miten toimittaja tasapainoilee henkilökohtaisuuden ja toisaalta perinteisen objektiivisuuden vaatimuksen välillä?)

*Seuraavaksi kysyn journalistisen objektiivisuuden ja subjektiivisuuden eli henkilökohtaisuuden yhdistymisestä sekä erottamisesta.*

1. Mitä mieltä olet journalistisesta objektiivisuudesta?
2. Mitä mieltä olet subjektiivisuudesta eli henkilökohtaisuuden esiin tuomisesta journalismissa?
  - Mihin se mielestäsi sopii tai ei sovi?
  - Onko henkilökohtaisuudessa jotain hyötyä journalismissa, ja jos on niin mitä?
3. Onko Musta laatikko -esityksissä erilainen suhtautuminen objektiivisuuteen tai subjektiivisuuteen eli henkilökohtaisuuteen kuin työssäsi? Jos on, niin millä tavoin?
  - Käytitkö Musta laatikko -esityksessäsi subjektiivista kerrontaa: toitko esiin omia ajatuksia, esiinnytkö omana itsenäsi?
  - Mitä ajattelit siitä?
  - Miten tasapainoilit subjektiivisuuden ja objektiivisuuden välillä? Millaista se oli?
  - Oliko se erilaista kuin jutuissa tai kolumneissa?
  - (((Harkintaan: Oliko Mustassa laatikossa esiintyminen jotenkin läpinäkyvämpää kuin normaali journalismi? Trust & transparency???)

4. Voisiko Mustassa laatikossa käytettyjä subjektiivisen kerronnan tapoja hyödyntää muussa työssäsi?

### **3. TEEMA: Työtapojen muutos ja kokemuksen hyödyntäminen sekä käyttäminen**

(**Tutkimuskysymys 3:** Miten livejournalismissa käytettyjä immersiiivisyyden ja yleisön sitouttamisen keinoja voisi käyttää journalismissa yleisemminkin? **Tutkimuskysymys 4:** Miten Mustan laatikon tuotantoryhmän työtavat uudistavat journalismin tekemistä?)

*Seuraavaksi kysyn ajatuksiasi Musta laatikko -esitykseen osallistumisen vaikutuksista käytännön työhösi tai näkemyksiisi journalismin tekemisestä.*

1. Oliko Mustan laatikon tekemisessä jotakin sellaista, mistä erityisesti innostuit tai yllätyit? Tai mitä jäit esitysten jälkeen miettimään?
2. Mitä taitoja ylipäätään tarvitsisit työssäsi tällä hetkellä eniten?
  - Kerronnan taitoja, teknisiä taitoja jne.
3. Mitä opittavaa Mustan laatikon työtavoista - editoinnista, sparrauksesta tai ideoinnista - voisi olla työllesi laajemmin (sanomalehteä ja verkkoa tehdessä - tai muuten)?
  - Tuleeko mieleesi joitakin taitoja tai oppeja, joita voisit Mustasta laatikosta mukaasi?
  - Miten esiintymistaidot ja -varmuutesi on muuttunut?
  - Otitko työssäsi käyttöön uusia työtapoja Musta laatikko -esitysten jälkeen?
4. Muuttiko Mustaan laatikkoon osallistuminen sinua tai näkemyksiäsi journalismista?
  - Onko Musta laatikko jotenkin muuttanut omaa asennettasi tai ajatteluasi journalismia kohtaan?
5. Mihin livejournalismia mielestäsi tarvitaan?
6. (((Miten näet journalismin kehittyvän tulevaisuudessa ja ilmentääkö Musta laatikko jotenkin tätä muutosta? Pystytkö mainitsemaan jonkin tai joitakin kehityskulkuja, jotka vaikuttavat siihen millaiseksi journalismi kehittyy?))))

*Kiitos, tässä olivat varsinaiset haastattelukysymykset. Tuleeko vielä mieleesi jotakin, mitä haluaisit sanoa? Tai onko jotain mielestäsi tärkeää, mikä ei tullut näissä kysymyksissä esiin.*